



No. Skripsi: 7509/KOM-D/SD-S1/2025

STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF PENGURUS MASJID DALAM MENINGKATKAN PARTISIPASI JAMAAH MASJID ALHAMDULILLAH

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau



SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Dakwah Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Untuk melengkapi Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Strata (S1) Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh :

MUHAMMAD NAZHIF AL-FIKRI
NIM. 12140312189

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
RIAU
2025**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah Penguji Pada Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Muhammad Nazhif Al-Fikri
NIM : 12140312189
Judul : Strategi Komunikasi Persuasif Pengurus Masjid dalam Meningkatkan Partisipasi Jamaah Masjid Alhamdulillah

Telah dimunaqasyahkan pada Pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau pada:

Hari : Jumat
Tanggal : 4 Juli 2025

Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar S.Ikom. pada Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru 4 Juli 2025

Dekan,

Prof. Dr. Masduki, M.Ag

NIP. 19710612 199803 1 003

Tim Penguji

Ketua/ Penguji I,

Sekretaris/ Penguji II,

Dr. Arwan, M. Ag
NIP. 19660225 199303 1 002

Julis Suriani, M. I.Kom
NIP. 19910822 202521 2 0

Penguji III,

Penguji IV,

Mardhiah Rubani, M. Si
NIP. 19790302 200701 2 023

Mustafa, M. I.Kom
NIP. 19810816 202321 1 012

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Strategi Komunikasi Persuasif Pengurus Masjid Dalam Meningkatkan Partisipasi Jamaah Masjid Alhamdulillah

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Disusun Oleh

Muhammad Nazhif Al-Fikri
NIM. 12140312189

Telah disetujui oleh pembimbing pada tanggal 26 Juni 2025

Pembimbing,

Dr. Drs. H. Arwan, M.Ag
NIP. 19660225 199303 1 002

Mengetahui :

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi,

Dr. Muhammad Badri, M.Si.
NIP. 19810313 201101 1 004



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: lain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

: Muhammad Nazhif Al-Fikri
: 12140312189
: Duri, 13 Desember 2002
: Ilmu Komunikasi
: Strategi Komunikasi Persuasif Pengurus Masjid Dalam
Meningkatkan Partisipasi Jamaah Masjid Alhamdulillah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulis skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran, penulisan dan pemaparan asli dari saya sendiri. Baik naskah laporan maupun kegiatan yang tercantum sebagai bagian dari skripsi ini. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas pada *bodynote* dan daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun. Apabila kemungkinan hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh dengan skripsi ini sesuai dengan peraturan yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau serta Undang-Undang yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Pekanbaru, 26 Juni 2025

Yang membuat pernyataan,



Muhammad Nazhif Al-Fikri
NIM. 12140312189



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

Nama : Muhammad Nazhif Al-Fikri
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul : Strategi Komunikasi Persuasif Pengurus Masjid Dalam Meningkatkan Partisipasi Jamaah Masjid Alhamdulillah

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi persuasif yang digunakan oleh pengurus Masjid Alhamdulillah dalam meningkatkan partisipasi jamaah. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dengan metode pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Teori yang digunakan adalah teori komunikasi persuasif yang diemukakan oleh Soemirat (2008) yang mencakup tiga pendekatan, yaitu strategi psikodinamika, strategi sosiokultural, dan strategi konstruksi makna. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengurus Masjid Alhamdulillah menerapkan strategi komunikasi secara empatik, kontekstual, dan partisipatif. Strategi psikodinamika dilakukan dengan menyentuh aspek emosional dan spiritual jamaah melalui komunikasi interpersonal yang hangat dan tidak menggurui. Strategi sosiokultural diwujudkan dalam kegiatan-kegiatan yang relevan dengan nilai dan budaya masyarakat sekitar, seperti wirid, pengajian, dan kegiatan sosial. Sementara itu, strategi konstruksi makna diterapkan dengan membentuk pemahaman kolektif bahwa setiap kegiatan masjid merupakan ibadah dan tanggung jawab sosial. Ketiga strategi ini berhasil membangun rasa memiliki, keterikatan emosional, dan loyalitas jamaah terhadap masjid.

Kata Kunci : Strategi, Komunikasi Persuasif, Partisipasi

UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRACT

Name : Muhammad Nazhif Al-Fikri
Department : Communication Science
Title : *Persuasive communication strategy of mosque administrators in increasing the participation of Alhamdulillah Mosque congregation*

This research aims to identify the persuasive communication strategies used by the management of Masjid Alhamdulillah to increase congregation participation. The study employs a qualitative descriptive approach with data collected through in-depth interviews, observation, and documentation. The theory used is persuasive communication theory by Soemirat (2008), which consists of three main strategies: psychodynamic strategy, sociocultural strategy, and meaning construction strategy. The results show that the mosque management implements communication strategies that are empathetic, contextual, and participatory. The psychodynamic strategy is carried out by addressing the emotional and spiritual aspects of the congregation through warm and non-patronizing interpersonal communication. The sociocultural strategy is realized through activities relevant to the local community's values and culture, such as religious study groups, collective worship, and social programs. Meanwhile, the meaning construction strategy is applied by fostering a collective understanding that every mosque activity is a form of worship and social responsibility. These three strategies effectively build a sense of belonging, emotional connection, and congregation loyalty to the mosque.

Keywords: Strategy, Persuasive Communication, Participation

UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillahirabbil'alamin, segala puji bagi Allah SWT, Tuhan semesta alam yang telah memberikan limpahan rahmat, karunia dan kasih sayang serta ridho-Nya kepada penulis. Shalawat serta salam penulis sampaikan kepada Rasulullah, Nabi yang mulia, Nabi besar Muhammad SAW sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF PENGURUS MASJID DALAM MENINGKATKAN PARTISIPASI JAMAAH MASJID ALHAMDULILLAH”**.

Skripsi ini diajukan guna melengkapi syarat dalam mencapai gelar Sarjana pada Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau. Peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini sangat sulit diwujudkan tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Maka pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan kontribusinya baik secara material maupun spiritual khususnya kepada keluarga tercinta, terutama kedua Orang tua tercinta Ayahanda Alm. M. Zahid Al Qadri S.Ag dan Ibunda Elvi Yunarti S.Ag yang telah mendidik dan senantiasa memberi motivasi, doa, cinta dan kasih sayang serta memberikan dukungan secara moril dan materiil sehingga penulis dapat menyelesaikan semua proses perkuliahan dengan lancar. Hanya doa yang bisa ananda sampaikan, semoga Allah SWT selalu memberikan kesehatan dan umur panjang yang berkah serta menjadikan tetesan keringat dan air mata dalam membiayai pendidikan ananda menjadi pahala yang terus mengalir hingga surga Allah SWT. Kemudian peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Leny Nofianti, MS., SE., AK, CA, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Bapak Prof. H. Raihani, M.Ed., Ph.D. selaku Wakil Rektor I Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Bapak Dr. Alex Wenda, S.T., M.Eng selaku Wakil Rektor II Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Bapak Dr. Haris Simaremare, S.T., M.Kt selaku Wakil Rektor III Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Bapak Prof. Dr. Masduki, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
6. Bapak Dr. Muhammad Badri, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
7. Bapak Artis, M.I.Kom selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
8. Bapak Dr. Drs. H. Arwan, M.Ag Selaku Pembimbing yang telah banyak membantu penulis dalam perbaikan-perbaikan skripsi, arahan dan masukan yang bermanfaat sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.
9. Bapak Yudhi Martha Nugraha S.Sn.,M.Ds. selaku Penasehat Akademik yang telah memberikan motivasi kepada penulis selama perkuliahan.
10. Seluruh Dosen dan Karyawan/ti Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.
11. Pimpinan perpustakaan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah menyediakan menyediakan referensi seperti jurnal, buku dan skripsi guna untuk menyempurnakan skripsi ini
1. Bapak Ali Mardi Selaku Ketua Pengurus Masjid Alhamdulillah dan Para Pengurus Lainnya yang telah mengizinkan saya melakukan penelitian di Masjid Alhamdulillah.
1. Kepada Shabna Sri Nabila telah menemani penulis pada saat senang maupun susah dalam perjalanan skripsi penulis
1. Kepada Teman teman seperjuangan Andika,Asep,Bella,Ikhyar,Iqbal, Mira dan Seluruh Teman Teman yg mungkin tidak bisa di sebut satu persatu Namanya Saya Ucapkan Terima Kasih
1. Dan terakhir, terima kasih kepada seluruh pihak yang tidak dapat dituliskan satu-persatu namun, tentunya telah memberikan banyak bantuan, dukungan, dan hal-hal baik sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.



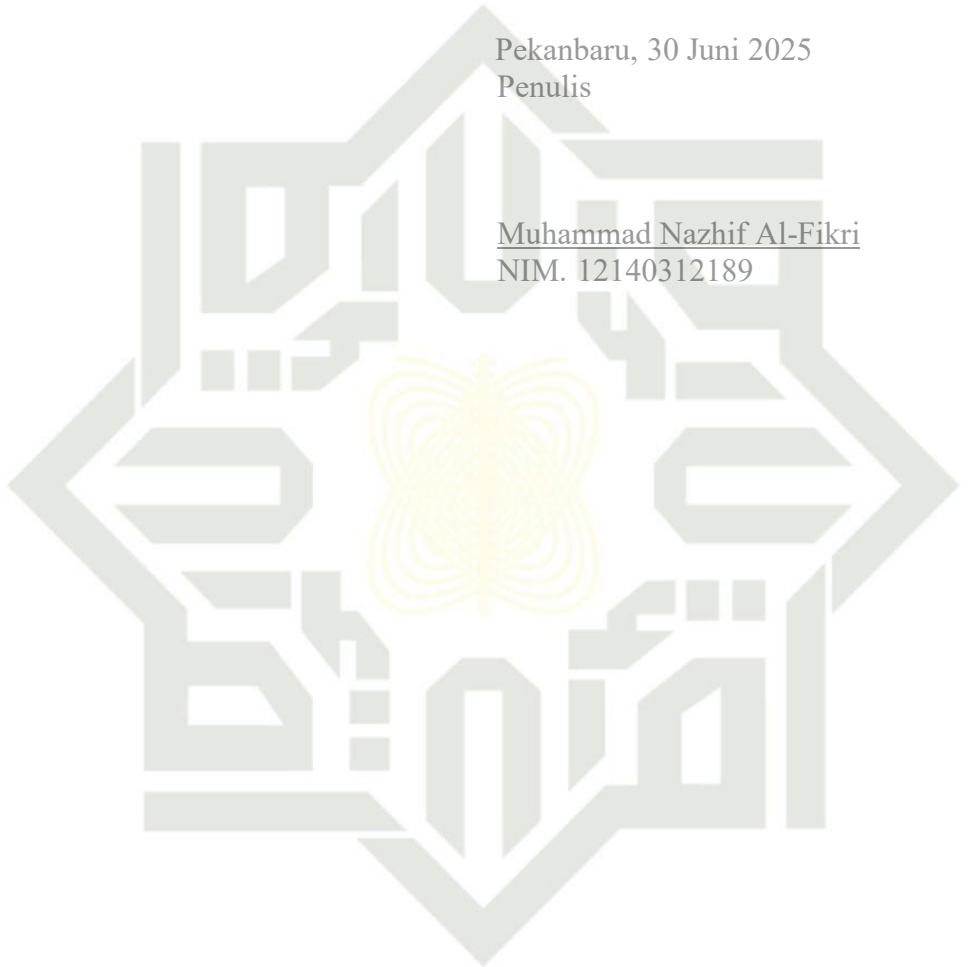
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan banyak manfaat seluruh kalangan yang membutuhkan dan dapat dipergunakan dengan sebaiknya. Amiin Yaa Rabbal Alamin.
Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarakatuh

Pekanbaru, 30 Juni 2025
Penulis

Muhammad Nazhif Al-Fikri
NIM. 12140312189



UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

DAFTAR ISI

| | |
|--|-----------|
| ABSTRAK..... | i |
| ABSTRACT | ii |
| KATA PENGANTAR..... | iii |
| DAFTAR ISI | vi |
| DAFTAR GAMBAR..... | vii |
| DAFTAR TABEL | viii |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Penegasan Istilah | 2 |
| 1.3 Rumusan Masalah | 3 |
| 1.4 Tujuan Penelitian..... | 3 |
| 1.5 Manfaat Penelitian..... | 3 |
| BAB II TINJUAN PUSTAKA | |
| 2.1 Kajian Terdahulu | 4 |
| 2.2 Landasan Teori | 8 |
| 2.3 Kerangka Pemikiran | 19 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN | |
| 3.1 Desain Penelitian | 20 |
| 3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian..... | 20 |
| 3.3 Sumber Data Penelitian..... | 20 |
| 3.5 Teknik Pengumpulan Data..... | 22 |
| 3.6 Validitas Data | 23 |
| 3.7 Teknik Analisis Data | 24 |
| BAB IV Gambaran Umum | |
| 4.1 Sejarah Masjid Alhamdulillah..... | 25 |
| 4.2 Motto Masjid Alhamdulillah..... | 25 |
| 4.3 Visi Dan Misi Masjid Alhamdulillah | 25 |
| 4.4 Program Kegiatan Masjid Alhamdulillah | 26 |
| 4.5 Sarana Dan Prasarana Masjid Alhamdulillah..... | 27 |
| BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN | |
| 5.1 Hasil Penelitian..... | 28 |
| 5.2 Pembahasan..... | 36 |
| BAB VI PENUTUP | |
| 6.1 Kesimpulan | 42 |
| 6.2 Saran | 43 |
| DAFTAR PUSTAKA | 44 |
| LAMPIRAN | |
| Lampiran Draft Wawancara..... | 47 |
| Lampiran Dokumentasi dan Observasi..... | 52 |

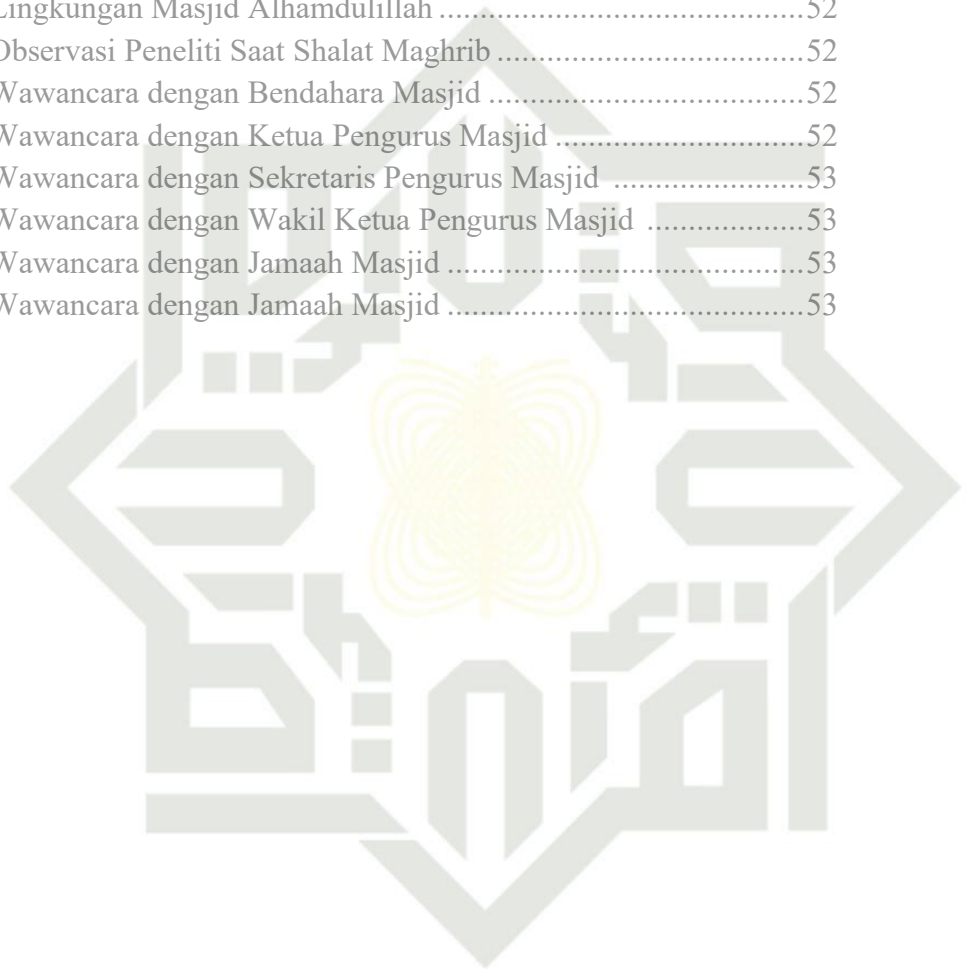


Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR GAMBAR

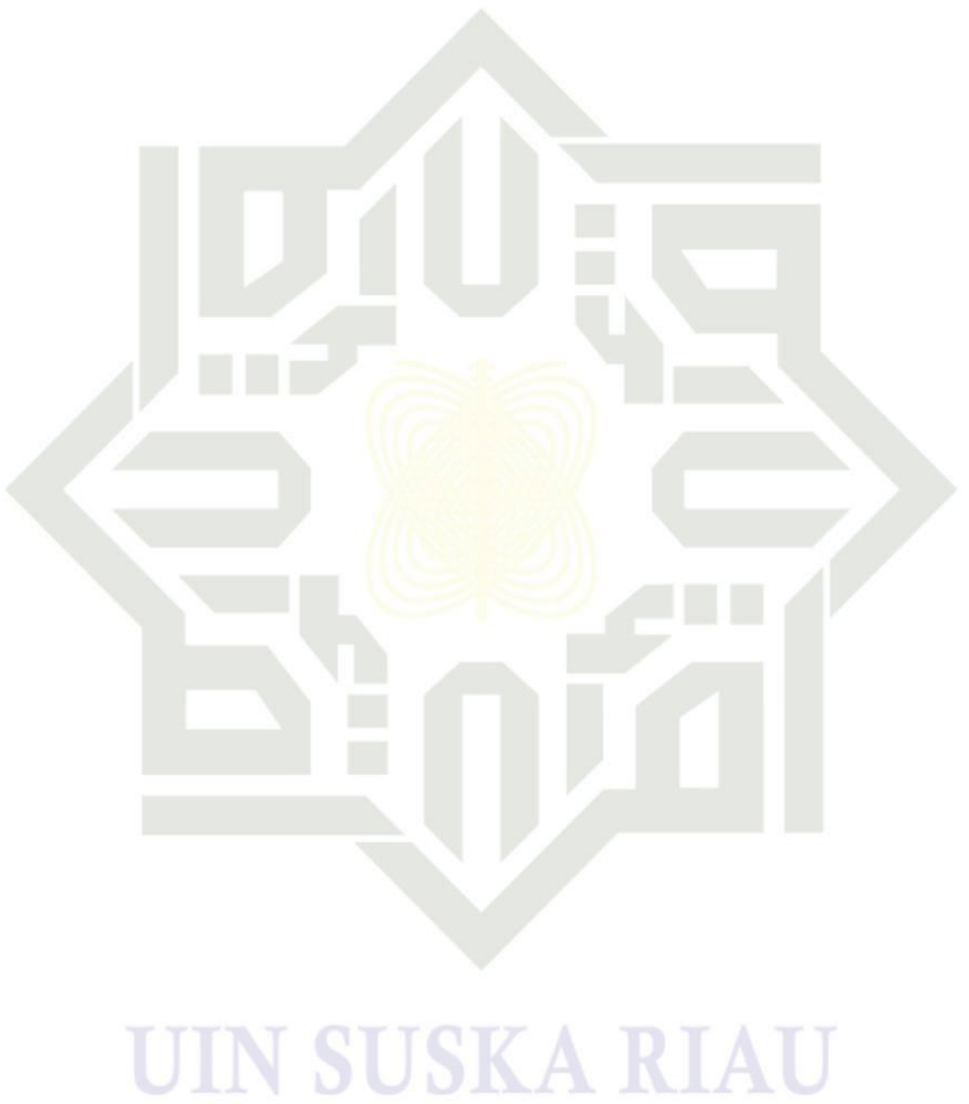
| | |
|---|----|
| Gambar 2.1 Kerangka Pikir | 27 |
| Gambar 5.1 Diskusi pengurus masjid dengan jamaah setelah shalat | 46 |
| Gambar 5.2 Perlombaan Semarak Ramadhan 2025 Masjid Alhamdulillah | 46 |
| Gambar 5.3 Pengajian ibu-ibu jamaah masjid Alhamdulillah | 48 |
| Gambar 5.4 Kegiatan gotong royong masjid | 49 |
| Gambar 6.1 Lingkungan Masjid Alhamdulillah | 52 |
| Gambar 6.2 Observasi Peneliti Saat Shalat Maghrib | 52 |
| Gambar 6.3 Wawancara dengan Bendahara Masjid | 52 |
| Gambar 6.4 Wawancara dengan Ketua Pengurus Masjid | 52 |
| Gambar 6.5 Wawancara dengan Sekretaris Pengurus Masjid | 53 |
| Gambar 6.6 Wawancara dengan Wakil Ketua Pengurus Masjid | 53 |
| Gambar 6.7 Wawancara dengan Jamaah Masjid | 53 |
| Gambar 6.8 Wawancara dengan Jamaah Masjid | 53 |



UIN SUSKA RIAU

DAFTAR TABEL

| | |
|-------------------------------------|----|
| Tabel 3.1 Informan Penelitian | 22 |
|-------------------------------------|----|



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik dan berbagai lembaga internasional, lebih dari 85% dari sekitar 270 juta penduduk Indonesia menganut agama Islam. Dengan demikian, kehidupan keagamaan umat Islam memiliki peran yang sangat besar dalam membentuk arah pembangunan sosial, budaya, dan moral bangsa. Dalam konteks ini, masjid tidak hanya diposisikan sebagai tempat ibadah ritual semata, tetapi juga sebagai pusat kegiatan masyarakat Muslim yang mencakup aspek pendidikan, sosial, budaya, hingga ekonomi.

Peran strategis masjid tersebut menjadi perhatian khusus pemerintah melalui Kementerian Agama Republik Indonesia (Kemenag RI), serta organisasi keagamaan besar seperti Majelis Ulama Indonesia (MUI), Nahdlatul Ulama (NU), dan Muhammadiyah. Salah satu bentuk perhatian tersebut diwujudkan melalui program-program seperti Gerakan Memakmurkan Masjid, yang bertujuan untuk menjadikan masjid sebagai pusat peradaban Islam. Gerakan ini tidak hanya bertumpu pada peningkatan kuantitas kegiatan keislaman, tetapi juga pada kualitas partisipasi jamaah dalam berbagai aktivitas yang dilakukan di lingkungan masjid.

Namun demikian, upaya untuk memakmurkan masjid tidak dapat hanya mengandalkan infrastruktur dan program semata. Kunci keberhasilannya terletak pada keterlibatan aktif jamaah, yang dipengaruhi oleh banyak faktor, termasuk strategi komunikasi yang diterapkan oleh pengurus masjid. Dalam hal ini, pendekatan komunikasi persuasif menjadi sangat relevan. Komunikasi persuasif bukan sekadar menyampaikan informasi, melainkan bertujuan untuk mengubah sikap, pendapat, hingga perilaku audiens secara sukarela.

Menurut Effendy (2003), komunikasi persuasif adalah upaya komunikator untuk mempengaruhi komunikan sehingga terjadi perubahan dalam sikap dan perilaku sesuai dengan harapan komunikator. Dalam konteks masjid, pengurus sebagai komunikator perlu menyusun pesan yang kredibel, relevan, dan disampaikan dengan metode yang tepat agar mampu menarik jamaah untuk terlibat lebih aktif. Rohman (2018) menambahkan bahwa keberhasilan komunikasi persuasif sangat bergantung pada tiga elemen penting: kredibilitas komunikator, relevansi pesan, dan pendekatan komunikasi yang digunakan, termasuk kemampuan menyampaikan pesan dakwah secara menarik dan membumi.

Masjid Alhamdulillah yang terletak di Jalan Garuda Sakti merupakan salah satu masjid yang cukup aktif dalam menyelenggarakan kegiatan keagamaan.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Berdasarkan observasi dan survei awal, diketahui bahwa partisipasi jamaah dalam shalat berjamaah lima waktu, khususnya shalat Maghrib dan kajian keislaman, relatif tinggi. Namun, dalam kegiatan sosial-keagamaan seperti gotong royong, santunan anak yatim, atau program pemberdayaan ekonomi, tingkat partisipasi cenderung rendah. Rendahnya partisipasi ini dipengaruhi oleh beberapa faktor eksternal, seperti kurangnya kesadaran jamaah tentang pentingnya kegiatan sosial keagamaan, kesibukan masyarakat dalam pekerjaan sehari-hari, serta minimnya informasi yang disampaikan oleh pengurus masjid.

Fenomena ini menunjukkan adanya tantangan dalam aspek komunikasi antara pengurus masjid dan jamaah. Dalam kerangka itu, pendekatan komunikasi persuasif dinilai penting dan relevan untuk mengatasi hambatan-hambatan partisipasi tersebut. Melalui komunikasi yang tepat sasaran dan menyentuh aspek psikologis serta sosial jamaah, diharapkan mereka dapat lebih terdorong untuk berkontribusi dalam kegiatan masjid secara menyeluruh.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti merasa perlu untuk mengkaji lebih dalam bagaimana pengurus Masjid Alhamdulillah menerapkan strategi komunikasi persuasif dan sejauh mana pengaruhnya terhadap peningkatan partisipasi jamaah. Oleh karena itu, penelitian ini diangkat dengan judul: **“Strategi Komunikasi Persuasif Pengurus Masjid Dalam Meningkatkan Partisipasi Jamaah Masjid Alhamdulillah.”**

1.2 Penegasan Istilah

Dengan penelitian yang berjudul “*Strategi Komunikasi Persuasif Pengurus Masjid Dalam Meningkatkan Partisipasi Jamaah Masjid Alhamdulillah.*” Penulis akan membuat penegasan istilah untuk menghindari kesalahpahaman dalam memahami judul, dan beberapa kata kunci yang dianggap penting. Gunanya untuk menghindari terjadinya kesalahpahaman dan penyimpangan terhadap judul penelitian yang dibuat oleh penulis. Berikut beberapa penegasan istilah yang diberikan oleh penulis diantaranya:

1. Komunikasi Persuasi

Menurut Bruce Berger (1996) menyebutkan bahwa, yang dimaksud dengan komunikasi persuasif adalah komunikasi yang bertujuan untuk mengubah dan mempengaruhi kepercayaan, sikap, dan perilaku seseorang sehingga bertindak sesuai dengan apa yang diharapkan komunikator. Dalam lingkup sosial, bentuk komunikasi ini sering dipraktikkan oleh berbagai entitas, termasuk yang berada di dalam badan-badan pemerintah.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Partisipasi

Partisipasi berasal dari bahasa Inggris yaitu dari kata “participation” yang dapat diartikan suatu kegiatan untuk membangkitkan perasaan dan keikutsertaan atau diambil bagian dalam kegiatan suatu organisasi. Menurut Bornby (dalam Theresia et al, 2015) mengartikan partisipasi sebagai tindakan untuk mengambil bagian yaitu kegiatan atau pernyataan untuk mengambil bagian dari kegiatan dengan maksud memperoleh manfaat.

1.3 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana Strategi Komunikasi Persuasif Pengurus Masjid Dalam Meningkatkan Partisipasi Jamaah Masjid Alhamdulillah?”

1.4 Tujuan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin penulis capai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui “Strategi Komunikasi Persuasif Pengurus Masjid Dalam Meningkatkan Partisipasi Jamaah Masjid Alhamdulillah.”

2. Manfaat Penelitian

Didalam penelitian ini terdapat dua manfaat penelitian, yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis.

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran, informasi, dan pengetahuan dalam Ilmu Komunikasi dimasa yang akan datang terutama yang berkaitan dengan “Strategi Komunikasi Persuasif Pengurus Masjid Dalam Meningkatkan Partisipasi Jamaah Masjid Alhamdulillah.”

b. Manfaat Praktis

- 1) Bagi instansi terkait, hasil penelitian ini diharapkan memberikan sumbangan pemikiran, masukan-masukan bagi Pengurus Masjid Alhamdulillah, dalam memperbaiki komunikasi serta partisipasi jamaah dalam memakmurkan masjid
- 2) Bagi Jamaah, Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tentang komunikasi persuasif sehingga dapat dijadikan acuan untuk menjadi jamaah yang baik.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Terdahulu

Berdasarkan pengamatan yang telah dilakukan peneliti, Penelitian tentang Pengaruh Komunikasi Persuasif Pengurus Masjid Alhamdulillah terhadap Partisipasi Jamaah Dalam Memakmurkan Masjid. Berikut kajian terdahulu yang dapat mendukung penelitian ini:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Riey Pratama yang berjudul **Strategi Komunikasi Persuasif Pengurus Dalam Memakmurkan Masjid Baitul ‘Arsy di Perumahan Lagan Permai**. Fokus Pada Penelitian Ini adalah untuk menjawab apa yang menjadi rumusan masalah yaitu Bagaimana Strategi Psikodinamika yang dilakukan oleh pengurus dalam memakmurkan masjid Baitul „Arsy, Bagaimana Strategi Sosiokultural yang dilakukan oleh pengurus dalam memakmurkan masjid Baitul „Arsy, Bagaimana Strategi Konstruksi Makna yang dilakukan oleh pengurus dalam memakmurkan masjid Baitul Arsy. Pendekatan pada penelitian ini adalah kualitatif dengan analisis deskriptif. Sedangkan dari segi teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti, menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini adalah strategi psikodinamika pengurus masjid mengadakan kegiatan ceramah agama dan kajian ibu-ibu. Strategi sosiokultural dengan melalui lingkungan pertemanan. Strategi meaning construction dengan memberikan pemahaman yang sederhana, yakni dengan menggunakan perumpamaan secara sederhana.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Dewi Ayu Nurhayati yang berjudul **Strategi Komunikasi Pengurus Masjid Jamie Al Jihadiyah dalam penyebaran Informasi Kegiatan Keagamaan Dalam Jalan Tipar Cakung**. Fokus Pada Penelitian Ini adalah Strategi Komunikasi Pengurus Masjid Jamie Al Jihadiyah dalam penyebaran Informasi Kegiatan Keagamaan Dalam Jalan Tipar Cakung. Penelitian ini menggunakan metode Kualitatif dengan melakukan cara meninjau keadaan yang ada di lapangan. Hasil dari penelitian ini adalah strategi komunikasi yang dilakukan berhasil sesuai dengan rencana. Hal ini dapat di buktikan dengan Kehadiran Masjid Jamie Al Jihadiyah memberikan warna baru dan kehadiran untuk masyarakat dalam menjadikannya menjadi salah satu sentral yang menjadikan pengikat Spritual, Emosional dan sosial masyarakat muslim dalam bingkai Muslim .
3. Penelitian yang dilakukan oleh Rama Fitranisa yang berjudul **Komunikasi Persuasif Pengurus Masjid Dalam Meningkatkan Jumlah Jamaah Shalat Subuh (Studi Pada Kecamatan Blangkejeren Kabupaten Gayo**



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lues). Fokus penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana komunikasi persuasif yang dilakukan pengurus masjid dalam mengajak masyarakat tertarik melaksanakan shalat subuh berjamaah di masjid serta faktor masyarakat tidak melaksanakan shalat berjamaah di masjid. Penelitian ini bersifat kualitatif dengan pendekatan deskriptif yaitu peneliti menghasilkan data, tulisan dan tingkah laku yang dapat dianalisis dan diamati untuk mengungkapkan suatu fakta fenomena sosial yang terjadi di tengah masyarakat. Sumber data yang digunakan yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Teknik untuk mendapatkan data dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan masyarakat akan tertarik melaksanakan shalat berjamaah apabila pengurus masjid juga aktif dalam memakmurkan masjid. Masyarakat akan melihat bagaimana pengurus masjid mengelola masjid tersebut. Dalam artian masyarakat menilai kredibilitas dari pengurus masjid tersebut. Masyarakat akan tertarik apabila pengurus masjid memiliki kredibilitas yang tinggi, sedangkan pengurus masjid yang memiliki kredibitas rendah maka akan sulit memersuasi masyarakat.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Desi Handayani yang berjudul **Strategi Komunikasi Pengurus Masjid Al-Amin Dalam Meningkatkan Dakwah di Kelurahan Karangrejo, Metro Utara**). Fokus penenilitian ini adalah untuk mengetahui mengetahui strategi komunikasi yang digunakan oleh pengurus masjid Al-Amin Karangrejo, Metro Utara dalam meningkatkan dakwah. Penelitian ini merupakan penelitian jenis kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi dan wawancara dan dokumentasi. Observasi dilakukan ketika dakwah berlangsung, wawancara kepada pengurus masjid, tokoh masyarakat dan jama'ah yang dilakukan setelah berakhirnya agenda dakwah dan dokumentasi dilakukan kepada tokoh masyarakat, pengurus masjid dan jama'ah Al-Amin Karangrejo. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka diketahui bahwa strategi komunikasi yang digunakan oleh pengurus masjid agar dapat membantu meningkatkan dakwah yaitu dengan menggunakan strategi komunikasi bentuk persuasif yaitu mempengaruhi masyarakat melalui jalan membujuk. Pengurus masjid juga mengajak remaja sekitar untuk ikut serta dalam kegiatan dimasjid, kemudian memberikan informasi terkait kegiatan yang ada dimasjid melalui media sosial dan penggunaan tutur kata yang baik serta membekas dihati ketika menyampaikan dakwah.
5. Penelitian yang diakukan oleh Nurfadillah Bahar yang berjudul **Implementasi Teknik Komunikasi Persuasif dalam Meningkatkan Pemahaman Keagamaan Pada Ikatan Remaja Masjid Al-Ikhlas Desa Polewali Kec. Libureng Kab. Bone**. Fokus Penelitian ini adalah untuk



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

untuk mengetahui proses komunikasi persuasif dalam meningkatkan pemahaman keagamaan pada ikatan remaja Masjid Al Ikhlas di Desa Polewali Kecamatan Libureng Kabupaten Bone, untuk mengetahui prinsip komunikasi persuasif dalam meningkatkan pemahaman keagamaan pada ikatan remaja Masjid Al Ikhlas di Desa Polewali Kecamatan Libureng Kabupaten Bone dan untuk mengetahui metode komunikasi persuasif dalam meningkatkan pemahaman keagamaan pada ikatan remaja Masjid Al Ikhlas di Desa Polewali Kecamatan Libureng Kabupaten Bone. Untuk memperoleh jawaban terhadap ketiga pokok permasalahan tersebut, penulis menggunakan metode field research yang bersifat lapangan yakni wawancara dan dokumentasi dengan pendekatan: Teologis normatif, Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses komunikasi persuasif dalam meningkatkan pemahaman keagamaan pada Ikatan Remaja Masjid Al Ikhlas di Desa Polewali Kecamatan Libureng Kabupaten Bone dengan mengikuti langkah-langkah yaitu Source dengan melakukan pengajian, maupun yasinan. Message dengan menyampaikan pesan dakwah dengan penuh lemah lembut seperti menyampaikan pesan agar sama-sama ke masjid untuk melaksanakan shalat. Chanel dengan membuat kajian-kaajian keislaman satu minggu sekali. Reciever memberi dukungan pada penyelenggaraan aktivitas pengurus masjid dan melaksanakan aktivitas dakwah dan sosial. Peran Ikatan Remaja Masjid Al Ikhlas di Desa Polewali Kecamatan Libureng Kabupaten Bone ini terbilang aktif dalam kegiatan dakwah, baik di masjid maupun di kehidupan sehari-hari. Prinsip komunikasi persuasif dalam meningkatkan pemahaman keagamaan pada Ikatan Remaja Masjid Al Ikhlas di Desa Polewali Kecamatan Libureng Kabupaten Bone dengan menggunakan teknik pemaparan yang selektif, partisipasi audience, suntikan dan perubahan yang besar sehingga kegiatan dakwah apapun konteksnya akan dibutuhkan umat manusia untuk mewujudkan kesalehan umat.

6. Penelitian yang dilakukan oleh Budi Suswanto dan Alya Tamara yang berjudul **Strategi Komunikasi Persuasif Guru untuk mendorong partisipasi siswa dalam Pembelajaran Siswa Di SDN Tridayasakti Tambun Bekasi**. Fokus dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi persuasif guru dalam meningkatkan partisipasi siswa dalam pembelajaran di SDN Tridayasakti 02. Peneliti melaksanakan penelitian ini menggunakan paradigma Post-positivisme, sedangkan metode yang digunakan penelitian ini metode deskriptif kualitatif yaitu penelitian yang menyelidiki kondisi, keberadaan tempat, keadaan dan lainnya yang sudah dijelaskan dalam bentuk laporan. Pengumpulan data yang peneliti peroleh dalam penelitian ini adalah



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan dalam meningkatkan partisipasi siswa karena adanya strategi komunikasi persuasif mampu menerapkan proses pembelajaran yang sangat baik.

7. Penelitian yang dilakukan oleh Tedi Setiawan, dkk yang berjudul **Strategi Komunikasi Persuasi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Kotabumi dalam Mempromosikan Program Studi Melalui Media Sosial**. Fokus dari penelitian Ini adalah untuk mengetahui Strategi komunikasi persuasif yang dilakukan mahasiswa ilmu komunikasi UMKO dalam promosi adalah untuk menarik minat calon mahasiswa baru agar tertarik dengan program studi ilmu komunikasi itu sendiri. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan Teknik pengumpulan data secara wawancara. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka diketahui bahwa strategi komunikasi promosi yang dilakukan melalui social media seperti facebook, dan Instagram. Adapun komunikasi persuasive yang dilakukan dimedia social cukup efektif, karena saat ini banyak orang yang menggunakan media social untuk mendapatkan informasi yang diinginkan. Dengan komunikasi persuasive dalam promosi yang dilakukan maka akan memengaruhi calon mahasiswa yang akan melanjutkan Pendidikan ke jenjang universitas agar berminat untuk memilih program studi ilmu komunikasi.
8. Penelitian yang dilakukan oleh Putri dan Lathifa Prima Ghanistyana yang berjudul **Strategi Komunikasi Persuasif dalam Meningkatkan Partisipasi masyarakat dalam program pengelolaan Bank sampah**. Fokus dari penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi komunikasi persuasif dalam meningkatkan partisipasi masyarakat dalam program pengelolaan sampah. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan metode studi kasus di Kelurahan Karang Timur, penelitian ini menggali efektivitas strategi pesan, penggunaan media, serta strategi tokoh kunci dan komunitas lokal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi persuasif yang menggunakan narasi emosional dan *framing* positif efektif dalam meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat. Media sosial, seperti Instagram dan WhatsApp, berperan signifikan dalam menyebarkan pesan kampanye secara luas dan interaktif, terutama di kalangan generasi muda. Di sisi lain, media tradisional seperti surat masih relevan untuk menjangkau kelompok masyarakat yang kurang terpapar teknologi digital. Peran tokoh masyarakat dan komunitas lokal juga krusial dalam memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap program, serta memobilisasi partisipasi secara berkelanjutan. Meskipun demikian, penelitian ini juga menemukan tantangan yang signifikan, seperti resistensi terhadap perubahan perilaku, keterbatasan infrastruktur pendukung, dan kurangnya



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

koordinasi antara pemerintah dan masyarakat. Oleh karena itu, diperlukan sinergi antara edukasi yang berkelanjutan, peningkatan infrastruktur, dan pendekatan komunikasi yang lebih personal dan inklusif untuk memastikan efektivitas program pengelolaan sampah berbasis komunikasi persuasif.

9. Penelitian yang dilakukan oleh Ria Kristiana, Kusjuniati dan Iswahyuni yang berjudul **Strategi Komunikasi Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Dalam Meningkatkan Partisipasi Muzakki Berzakat Di Kota Denpasar**. Fokus Penelitian Ini adalah untuk mengetahui 1) strategi komunikasi Baznas dalam meningkatkan partisipasi muzakki berzakat di Kota Denpasar, 2) faktor apa saja yang menjadi pendukung dan penghambat strategi komunikasi Baznas dalam meningkatkan partisipasi muzakki berzakat di Kota Denpasar. Metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Informan terdiri dari 12 orang yang dipilih dengan teknik purposive. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data meliputi: reduksi data, penyajian data, dan simpulan. Hasil penelitian yang diperoleh: 1) Strategi komunikasi Baznas Kota Denpasar dalam pengenalan muzakki melalui segmentasi pasar, pemilihan media komunikasi menggunakan media sosial, cetak, dan elektronik, pengkajian tujuan pesan, menggunakan teknik informatif, persuasif, dan edukasi, peran komunikator dalam komunikasi menggunakan pengalaman, tingkat senioritas, dan kelembagaan. 2) Faktor pendukung strategi komunikasi adalah media sosial dan keahlian komunikasi Manager Operasional dan yang menjadi faktor penghambat disebabkan kurangnya sumber daya manusia, keahlian design tenaga kerja, minimnya biaya operasional, kurangnya UPZ- UPZ, serta kurang tepat dan menariknya media komunikasi Baznas Kota Denpasar.

2.2 Landasan Teori

1. Komunikasi

a. Pengertian Komunikasi

Komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu, mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik secara lisan (langsung) ataupun tidak langsung (melalui media). Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata latin *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang artinya membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih (Mulyana, 2005).

Menurut Handoko (2013) Komunikasi adalah proses pemindahan pengertian dalam bentuk gagasan atau informasi seseorang ke orang lain. Dalam perpindahan pengertian tersebut tidak hanya



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sekedar kata kata yang digunakan dalam sebuah percakapan, tetapi juga dibutuhkan ekspresi wajah, intonasi, titik putus vocal dan sebagainya.

Menurut Sutrisno (2017), komunikasi merupakan suatu konsep yang multi makna. Makna komunikasi dapat dibedakan berdasarkan Komunikasi sebagai proses sosial Komunikasi pada makna ini ada dalam konteks ilmu sosial. Dimana para ahli ilmu sosial melakukan penelitian dengan menggunakan pendekatan komunikasi yang secara umum menfokuskan pada kegiatan manusia dan kaitan pesan dengan perilaku.

Berdasarkan dari penjelasan di atas Komunikasi merupakan proses penting dalam menyampaikan pesan yang tidak hanya melibatkan kata-kata, tetapi juga ekspresi dan elemen nonverbal lainnya untuk memperjelas makna. Selain sebagai alat pertukaran informasi, komunikasi juga berperan dalam membangun kebersamaan dan mempengaruhi perilaku sosial. Dengan demikian, komunikasi memiliki makna yang luas dan menjadi faktor utama dalam interaksi serta dinamika sosial manusia.

b. Bentuk Bentuk Komunikasi

Bentuk bentuk komunikasi menurut dapat dikelompokkan dalam bentuk bentuk sebagai berikut : (Amirullah, 2015)

1) Komunikasi lisan dan tertulis

Berdasarkan bentuk yang disampaikan, Komunikasi dapat berbentuk lisan maupun tulisan, jenis ini paling banyak di praktekkan sehari hari khusus nya komunikasi antar pribadi. Bentuk komunikasi lisan terbagi 2 jenis :

- a) Perbincangan tidak resmi
- b) Pembicaraan lewat telepon

Bentuk komunikasi tertulis terbagi dalam 3 jenis :

- a) Memo
- b) Surat
- c) Laporan

2) Komunikasi verbal dan non verbal

Komunikasi verbal adalah komunikasi melalui kata kata, baik lisan maupun tertulis. Komunikasi non verbal adalah komunikasi yang menggunakan bahasa badan atau tubuh. seperti gerakan tangan, jari, mata, kepala dan lain lain. Alasan menggunakan jenis komunikasi ini biasanya berkaitan dengan situasi saat terjadi komunikasi.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

c. Tujuan Komunikasi

Adapun tujuan dapat diuraikan sebagai berikut:

- 1) Perubahan sikap (attitude change)
- 2) Perubahan pendapat (opinion change)
- 3) Perubahan perilaku (behavior change)
- 4) Perubahan sosial (social change)

Inti dari tujuan komunikasi diatas adalah untuk mengharapkan pengertian, dukungan, gagasan, dan tindakan komunikan.

2. Komunikasi Persuasif

a. Pengertian Komunikasi Persuasif

Komunikasi persuasif adalah tindakan berkomunikasi dengan maksud mengubah atau mempengaruhi keyakinan, sikap, dan perilaku individu untuk menyelaraskan dengan harapan komunikator (Prayoga et al., 2023).

Komunikasi persuasi adalah komunikasi dengan tujuan persuasi, yaitu membujuk dan mempengaruhi komunikan sesuai dengan yang dikendaki Persuader. Dibandingkan dengan komunikasi informatif, komunikasi persuasif lebih sulit sebab, jika komunikasi informatif bertujuan hanya untuk memberitahu, sedangkan komunikasi persuasif bertujuan mengubah sikap, pendapat dan perilaku (Efendy, 2004).

Istilah persuasi bersumber dari perkataan latin, *Persuasio*, yang berarti membujuk, mengajak atau merayu. Persuasi bisa dilakukan secara rasional dan secara emosional. Persuasi yang dilakukan secara emosional, biasanya menyentuh aspek afeksi, yaitu hal yang berkaitan dengan kehidupan emosional seseorang. Melalui cara emosional aspek simpati dan empati seseorang dapat digugah.

Komunikasi persuasif adalah bentuk komunikasi yang mempunyai tujuan khusus dan terarah untuk mengubah perilaku komunikan sebagai sasaran komunikasi. Pengetahuan tentang komunikasi perlu diketahui oleh mahasiswa dan mereka yang berminat untuk mendalami bidang komunikasi. Pengetahuan ini memberikan dasar-dasar untuk pengetahuan lebih lanjut dibidang ilmu komunikasi yang memiliki tujuan tertentu, lebih mendalam untuk mengubah perilaku komunikan dan lebih terarah dibanding dengan komunikasi umum(Soemirat, 2008).

Menurut Bruce Berger (1996) menyebutkan bahwa, yang dimaksud dengan komunikasi persuasif adalah komunikasi yang bertujuan untuk mengubah dan mempengaruhi kepercayaan, sikap, dan perilaku seseorang sehingga bertindak sesuai dengan apa yang diharapkan komunikator. Dalam lingkup sosial, bentuk komunikasi ini

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sering dipraktikkan oleh berbagai entitas, termasuk yang berada di dalam badan-badan pemerintah. Ketika berusaha mempengaruhi audiens target, persuasif pemerintah sering memanfaatkan saluran media massa. Saluran ini mencakup platform elektronik seperti internet, radio, dan televisi. Selain itu, dalam menyebarkan pesan mereka, persuader juga menggunakan spanduk dan papan iklan untuk memastikan visibilitas dan pemahaman di antara khalayak luas(Nurliana, 2021).

Dari Penjelasan Berikut Komunikasi persuasif merupakan bentuk komunikasi yang bertujuan untuk mengubah atau mempengaruhi keyakinan, sikap, dan perilaku individu agar sesuai dengan harapan komunikator. Berbeda dengan komunikasi informatif yang hanya bertujuan menyampaikan informasi, komunikasi persuasif lebih kompleks karena melibatkan proses membujuk dan meyakinkan komunikan. Dalam praktiknya, komunikasi persuasif digunakan dalam berbagai bidang, termasuk pemerintahan, yang sering memanfaatkan media massa untuk mempengaruhi audiens target. Oleh karena itu, pemahaman tentang komunikasi persuasif menjadi penting bagi mahasiswa dan praktisi komunikasi, karena memiliki tujuan yang lebih spesifik, mendalam, dan terarah dibandingkan dengan komunikasi umum.

b. Unsur Unsur Komunikasi Persuasif

1) Sumber (Persuader) dan Penerima (Persuadee)

Persuadee merupakan tujuan utama berlangsungnya sebuah komunikasi yang mana komunikasi tersebut harus memiliki makna dan pesan yang jelas. Seorang persuadee bisa saja sikapnya belum berubah setelah mendapatkan pesan dari persuader, ini bisa saja terjadi karena adanya faktor kepribadian dan masa lalu. Maka dari itu, persuader haruslah memiliki beberapa faktor yaitu keahlian, karismatik, kompeten, dinamisme, kepercayaan, dan kesederhanaan. Sehingga nantinya persuadee dapat menerima pesan yang disampaikan, karena efektifnya komunikasi persuasif itu dinilai dari persamaan persepsi dan kepribadian seorang persuader dengan persuadee(Polani,2019).

2) Pesan dan Saluran dalam Komunikasi Persuasif

Pesan persuasif disampaikan dengan motif-motif yang sesuai dengan khalayak yang menjadi sasaran tanpa mengurangi atau menambahkan fakta-fakta pada konteks yang ada. Dengan itu diharapkan dapat menggerakkan hati khalayak untuk mengikuti apa yang disampaikan. Agar tercapainya pesan yang disampaikan maka



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

perlu menggunakan saluran atau media komunikasi persuasif, yang mana saluran itu merupakan perantara persuader dengan persuadee dalam menyampaikan pesan. Saluran komunikasi persuasif ini dapat dilakukan baik secara tatap muka (*face to face communication*) ataupun melalui suatu media (*mediated communication*) yang mana nantinya saluran ini akan menjadi perantara bagi persuadee untuk mengembalikan pesan sehingga tercapai tujuan akhir(Syamsurizal,2017).

3) Efek Komunikasi Persuasif

Efek dari komunikasi persuasif ini bisa berbentuk pada perubahan perilaku, sikap, dan pendapat. Dalam komunikasi persuasif suatu perubahan tersebut merupakan tujuan utama dilaksanakannya komunikasi persuasif. Dalam efek inilah yang nantinya menjadi pembeda antara komunikasi persuasif dengan komunikasi lainnya(Polani,2019).

4) Lingkungan

Konteks situasional dari komunikasi persuasif yaitu lingkungan. Dimana lingkungan ini menjadi latar belakang berpengaruhnya tentang bagaimana persuader diterima dan dianggap menarik oleh persuadee sehingga nantinya akan menghasilkan suatu respon yang baik(Polani,2019).

c. Prinsip Komunikasi Persuasif

Prinsip-prinsip dalam komunikasi persuasif dapat digunakan oleh persuader sebagai landasan untuk mengubah sikap, kepercayaan dan mengajak sasaran persuasi untuk melakukan sesuatu. Adapun empat prinsip utama dalam komunikasi persuasif menurut De Vito dalam Mulyana (2005) adalah sebagai berikut:

- 1) Prinsip Pemaparan Selektif Prinsip ini menerangkan bahwa pendengar akan mencari informasi secara aktif yang mendukung opini, nilai, keputusan, perilaku, dan motivasi pendengar akan secara aktif menghindari informasi yang bertentangan dengan opini, nilai, keputusan, perilaku, dan motivasi mereka. Ketika proses meyakinkan sasaran persuasi akan dilangsungkan, maka pemaparan selektif akan terjadi.
- 2) Prinsip Partisipasi Khalayak Khalayak merupakan sasaran persuasi. Aktifitas komunikasi persuasif ini akan lebih efektif apabila khalayak turut berpartisipasi dalam proses komunikasi. Persuasi bersifat transaksional, dimana pembicara dan pendengar saling terlibat. Suatu proses persuasi dikatakan berhasil apabila khalayak berpartisipasi secara aktif didalamnya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 3) Prinsip Inokulasi Prinsip ini menjelaskan tentang menghadapi sasaran persuasi yang terinokulasi, atau sasaran yang telah mengetahui posisi persuader dan telah menyiapkan senjata berupa argumen untuk menentangnya. Sehingga pada posisi ini, seorang persuader perlu melakukan persiapan, seperti mempersiapkan argumen, dan lain-lain dalam proses komunikasi yang akan dilakukan.
- 4) Prinsip Besaran Perubahan Prinsip ini mengatakan bahwa semakin besar dan semakin penting perubahan yang diinginkan oleh persuader, maka semakin besar tantangan dan tugas untuk mencapai tujuan persuasi. Semakin besar perubahan yang diinginkan, semakin banyak pula waktu yang dibutuhkan untuk perubahan tersebut. Sehingga, persuasi diarahkan untuk melakukan perubahan kecil atau sedikit demi sedikit terlebih dahulu dan diperlukan untuk periode yang cukup lama (Anissa Ulfah, 2022).

d. Indikator Komunikasi Persuasif

Menurut Myers,(2012) penyusunan persuasi yang dieksplorasi oleh para psikolog sosial adalah sebagai berikut:

1) Komunikator

Hal pertama yang kita lihat dalam situasi komunikasi adalah komunikator, atau sumber pesan. Salah satu temuan riset persuasi yang reliable adalah bahwa semakin suka seseorang terhadap sang komunikator, semakin besar kemungkinan orang itu memodifikasi sikapnya sesuai dengan isi pesan .Temuan ini berasal dari gagasan transfer efek dalam pendekatan belajar untuk sikap. Evaluasi terhadap komunikator, entah itu positif atau negatif, akan mentrasfer gagasan yang mereka dukung (Taylor dkk, 2009).

2) Komunikasi (Pesan)

Hal penting dalam sebuah pesan yang tidak hanya terletak pada siapa yang menyampaikan, namun juga tentang apa yang disampaikan orang tadi (Myers, 2012).

3) Saluran

Dalam persuasi, selalu ada komunikasi. Dalam komunikasi, harus selalu ada saluran (channel) komunikasi: bertemu langsung, naskah atau tanda tertulis, dan iklan media massa. (Myers, 2012)

4) Target (Khalayak/ Komunikan)

Sasaran individual yakni orang yang hendak dibujuk.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

e. Metode Komunikasi Persuasif

Metode dalam komunikasi persuasif yaitu (Karlinda, 2012):

- 1) Asosiasi adalah penyajian pesan komunikasi dengan cara menumpangkannya pada suatu objek atau peristiwa yang sedang menarik perhatian khalayak
- 2) Integrasi adalah kemampuan komunikator untuk menyatukan diri secara komunikatif dengan komunikan, metode ini mengandung pengertian adanya kemampuan komunikator untuk menyatukan diri kepada pihak komunikan
- 3) *Pay of idea* merupakan kegiatan untuk mempengaruhi orang lain dengan cara mengiming-ngiming hal yang menguntungkan atau hal yang menjanjikan harapan
- 4) Iching Device yaitu menata pesan komunikasi dengan himbauan emosional sedemikian rupa sehingga komunikan menjadi lebih tertarik.
- 5) Red Herring adalah seni seorang komunikator untuk meraih kemenangan dalam perdebatan dengan mengelakkan argumentasi yang lemah untuk kemudian mengalihkannya sedikit demi sedikit aspek yang disukainya guna dijadikan senjata ampuh dalam menyerang lawan.

f. Strategi Komunikasi Persuasif

Strategi komunikasi persuasif adalah strategi yang digunakan oleh seorang komunikator atau pembujuk untuk mencapai hasil yang baik dengan cara mendapatkan perhatian, membujuk si pembujuk, dan mendorong mereka untuk mengikuti pesan yang disampaikan. Oleh karena itu, sebelum melakukan komunikasi persuasif dengan sasaran, diperlukan strategi penyebaran taktis yang tepat sesuai tujuan dan kebutuhan. Strategi Komunikasi ditulis dalam buku Komunikasi Persuasif karya Soleh Soemirat (2004). Antara lain:

1. Strategi Psikodinamika

Strategi psikodinamik didasarkan pada asumsi berikut: (1) Ciri-ciri biologis manusia diwariskan. (2) terdapat banyak faktor lain yang ditentukan secara biologis dan hasil belajar, seperti ucapan dan keadaan emosi, dan (3) terdapat banyak faktor yang diperoleh atau dipelajari yang membentuk struktur kognitif individu. Oleh karena itu, karena tidak mungkin mengubah faktor biologis, strategi persuasi berdasarkan konsep psikodinamik harus berfokus pada faktor emosional dan/atau kognitif.

Asumsi selanjutnya adalah faktor kognitif mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perilaku manusia. Dengan kata lain, jika kita bisa mengubah faktor kognitif, kita juga bisa mengubah perilaku.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pandangan psikodinamik tentang perilaku menekankan aspek kekuatan pengaruh faktor perilaku, kondisi, pernyataan, dan kekuatan dalam diri individu yang membentuk perilaku. Pendekatan kognitif sebagai strategi persuasi menekankan pada struktur batin jiwa sebagai hasil belajar. Dengan fokus ini, media massa dapat digunakan untuk mengubah struktur tersebut dan, misalnya, mengubah perilaku. Inti dari strategi persuasi psikodinamik adalah bahwa pesan yang efektif dapat mengubah fungsi psikologis individu dalam berbagai cara, menyebabkan individu merespons secara eksplisit dengan perilaku yang diinginkan atau disuarakan oleh pemberi persuasi. Dengan kata lain, komunikasi persuasif yang efektif melibatkan pembelajaran hal-hal baru berdasarkan informasi yang diberikan oleh pembujuk. Asumsi-asumsi ini mengubah struktur psikologis internal individu dengan cara berikut: Misalnya kebutuhan, ketakutan, sikap, dan lain-lain, yang hasilnya tercermin dalam perilaku sebenarnya.

2. Strategi Sosiokultural

Asumsi utama strategi persuasi sosiokultural adalah bahwa perilaku manusia dipengaruhi oleh kekuatan eksternal dari individu. Rephrase Strategi sosiokultural efektif diperlukan karena pesan persuasif memperjelas kepada yang individu aturan-aturan agen sosial dan kondisi budaya perilaku yang mengatur aktivitas komunikator yang berupaya memperolehnya. Atau, karena setelah pemahaman tercapai, tantangan selanjutnya adalah mencapainya. kondisi.

Pendekatan sosiokultural terhadap komunikasi adalah cara pemahaman, makna, norma, peran, dan aturan yang ada berfungsi dan berinteraksi dalam proses komunikasi. Realitas muncul melalui proses interaksi yang terjadi dalam kelompok, komunitas, dan budaya. Dalam situasi sosial nyata, makna kata menjadi sangat penting, begitu pula pola perilaku dan hasil interaksi.

Strategi sosiokultural menjelaskan bahwa faktor eksternal pada individu mempunyai peranan yang sangat penting dalam mempengaruhi perilaku individu. Oleh karena itu, sebelum melakukan komunikasi persuasif perlu memperhatikan faktor lingkungan dari si pembujuk. Kondisi eksternal sangat berpengaruh dan memberikan kesempatan kepada pembujuk untuk menciptakan lingkungan eksternal yang sesuai untuk membangkitkan kepercayaan, dan pada akhirnya pembujuk akan mengikuti apa yang diinginkan oleh pembujuk.

3. Strategi Konstruksi

Makna Strategi ketiga adalah Meaning Construction atau konstruksi makna. Hal ini didasarkan pada gagasan bahwa hubungan antara pengetahuan dan tindakan dapat dicapai hingga apa yang diingat. Berdasarkan alasan tersebut, tampak bahwa premis utama strategi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

konstruksi makna adalah bahwa pengetahuan dapat mempengaruhi perilaku. Namun, yang hilang adalah rincian asumsi mengenai tren dan protes internal seperti perubahan sikap, disonansi kognitif, atau peristiwa sosial yang kompleks dan ekspektasi budaya. Menurut strategi ini, pengetahuan dapat mempengaruhi perilaku. Strategi ini dimulai dengan gagasan bahwa hubungan antara pengetahuan dan tindakan dapat dicapai sejauh dapat dihafal. Strategi pembentukan makna dilakukan melalui konstruksi makna. Orang yang membujuk berusaha menyampaikan pengetahuan tentang sesuatu kepada orang yang dibujuk dari lingkungannya. Atau, pesan yang disebarluaskan menciptakan pemahaman di benak masyarakat bahwa si pembujuk harus mengikuti apa yang diinginkannya.

3. Partisipasi

a. Pengertian Partisipasi

Partisipasi berasal dari bahasa Inggris yaitu dari kata “participation” yang dapat diartikan suatu kegiatan untuk membangkitkan perasaan dan keikutsertaan atau diambil bagian dalam kegiatan suatu organisasi. Menurut Theresia (2015) mengartikan partisipasi sebagai tindakan untuk mengambil bagian yaitu kegiatan atau pernyataan untuk mengambil bagian dari kegiatan dengan maksud memperoleh manfaat.

Menurut Siti Irene Astuti D.(2009), Partisipasi adalah keterlibatan seseorang atau sekelompok orang dalam suatu kegiatan. Keterlibatan tersebut berupa keterlibatan mental, emosi, dan fisik dalam memanfaatkan kemampuan yang dimilikinya (berinisiatif) dalam segala kegiatan yang dilaksanakan. Partisipasi adalah keterlibatan mental dan emosi seseorang dalam suatu kelompok yang mendorongnya untuk bersikap positif terhadap pencapaian tujuan kelompok dan bersikap terbuka terhadap kelompok secara keseluruhan.

Berdasarkan dari penjelasan di atas Partisipasi adalah keterlibatan aktif seseorang atau kelompok dalam suatu kegiatan, baik secara mental, emosional, maupun fisik. Partisipasi tidak hanya berarti keikutsertaan dalam suatu aktivitas, tetapi juga mencerminkan dorongan untuk berkontribusi dan memperoleh manfaat dari kegiatan tersebut. Selain itu, partisipasi juga berperan dalam membangun sikap positif terhadap pencapaian tujuan bersama serta keterbukaan dalam kelompok.

b. Jenis Jenis Partisipasi

Menurut Sugiyah (2001) mengklasifikasikan partisipasi menjadi dua berdasarkan cara keterlibatannya, yaitu :



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1) Partisipasi langsung

Partisipasi yang terjadi apabila individu menampilkan kegiatan tertentu dalam proses partisipasi. Partisipasi ini terjadi apabila setiap orang dapat mengajukan pandangan, membahas pokok permasalahan, mengajukan keberatan terhadap keinginan orang lain atau terhadap ucapannya. Artinya dalam melaksanakan suatu kegiatan setiap individu mempunyai hak, baik itu hak mengeluarkan pendapat maupun koreksi terhadap kegiatan yang telah dijalani maupun yang sedang dijalani.

2) Partisipasi Tidak Langsung

Partisipasi yang terjadi ketika seseorang memberikan kontribusi atas bagian partisipasi mereka. Partisipasi yang terjadi ketika seseorang memberikan bagiannya dari partisipasi. Menurut Siti Irene Astuti D (2011) membedakan partisipasi menjadi empat jenis, yaitu :

- a) Partisipasi dalam pengambilan keputusan.
- b) Partisipasi dalam pelaksanaan.
- c) Partisipasi dalam pengambilan pemanfaatan.
- d) Partisipasi dalam evaluasi

c. Bentuk Bentuk Partisipasi

Bentuk partisipasi masyarakat menurut Keith Davis (dalam Jurnal Intan dan Mussadun, 2013) mengemukakan beberapa jenis partisipasi masyarakat yaitu :

- 1) Pikiran, merupakan bentuk partisipasi dimana partisipasi tersebut merupakan partisipasi dengan menggunakan pikiran seseorang atau kelompok yang bertujuan untuk mencapai sesuatu yang diinginkan.
- 2) Tenaga, merupakan bentuk partisipasi dimana partisipasi tersebut dengan mendayagunakan seluruh tenaga yang dimiliki secara kelompok maupun individu untuk mencapai sesuatu yang diinginkan
- 3) Keahlian, merupakan bentuk partisipasi dimana dalam hal tersebut keahlian menjadi unsur yang paling diinginkan untuk menentukan suatu keinginan
- 4) Barang, merupakan jenis partisipasi dimana partisipasi dilakukan dengan sebuah barang untuk membantu guna mencapai hasil yang diinginkan.
- 5) Uang, merupakan jenis partisipasi pada level keenam dimana partisipasi tersebut menggunakan uang sebagai alat guna mencapai sesuatu yang diinginkan. Biasanya tingkat partisipasi tersebut dilakukan oleh orang-orang pada kalangan atas.



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

d. Indikator Partisipasi

Menurut Oakley (1991) ada lima indikator dalam partisipasi Masyarakat yaitu:

- 1) Adanya kontribusi,
- 2) Adanya pengorganisasian,
- 3) Peran masyarakat dan aksi masyarakat,
- 4) Motivasi masyarakat,
- 5) Tanggung jawab masyarakat.



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

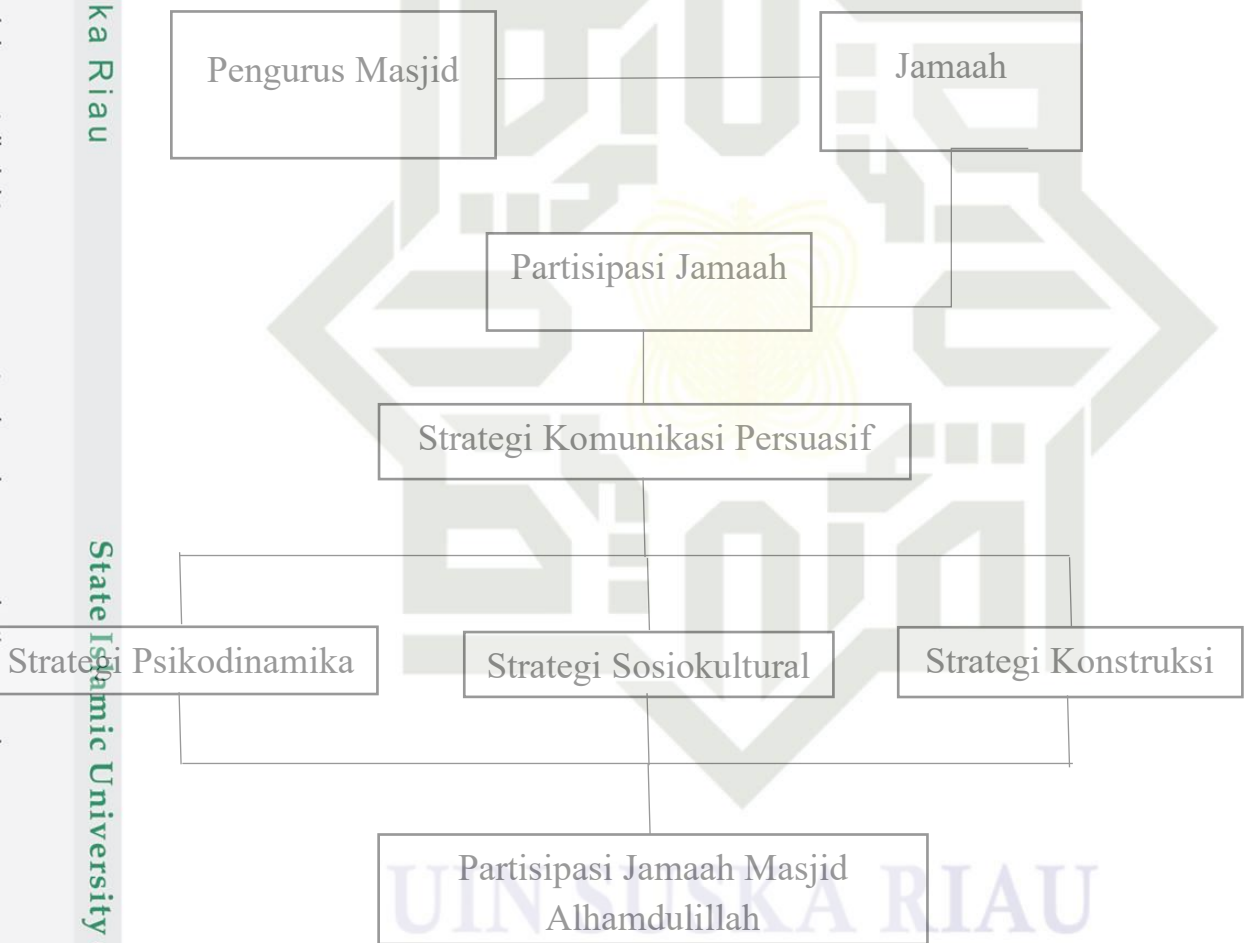
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.3 Kerangka Pemikiran

Di dalam kerangka penelitian ini ada satu variabel bebas yaitu, komunikasi persuasif selanjutnya sebagai variabel terikatnya yaitu partisipasi jamaah dalam memakmurkan Masjid. Dalam melakukan penelitian ini, peneliti ingin mengetahui pengaruh komunikasi persuasif pengurus masjid terhadap partisipasi jamaah dalam memakmurkan Masjid.

Berdasarkan pada penjelasan diatas, maka dapat disimpulkan kerangka penelitian dalam penelitian ini sebagai berikut:

Gambar 2.1 Kerangka Pikir



Sumber : Kerangka Pikir Peneliti 2025

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang dimaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah (Lexy J. Moleong, 2012:6).

Metode penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Penelitian ini lebih menekankan kepada Interpretasi dari penelitian berdasarkan teori-teori yang ada. Penelitian kualitatif bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang sifatnya umum terhadap kenyataan sosial dari perspektif partisipan. Pemahaman tersebut tidak dapat ditentukan terlebih dahulu, tetapi diperoleh setelah melakukan analisis terhadap kenyataan sosial yang menjadi fokus penelitian, dan kemudian ditarik suatu kesimpulan berupa pemahaman umum tentang kenyataan-kenyataan tersebut (Ruslan Rosady, 2006:213).

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Dalam penelitian ini, lokasi penelitian adalah Masjid Alhamdulillah di Jalan Garuda Sakti Km. 1,5 Pekanbaru. Untuk waktu penelitian dimulai dari bulan Mei sampai dengan bulan Juni 2025.

3.3 Sumber Data Penelitian

Metode pengumpulan data dari subjek dan item data yang dijadikan sebagai sumber data penelitian. Informasi yang akan dibahas pada penelitian ini dapat dibagi menjadi dua kategori: data primer dan data sekunder. Klasifikasi ini menjadi ketepatan dan penerapan informasi yang dikumpulkan di lapangan dan tujuan penelitian. Sumber data untuk penelitian ini adalah:

1. Data Primer

Data primer merujuk pada informasi yang diperoleh secara langsung dari subjek penelitian sebagai sumber utama informasi yang diinginkan. Kadang-kadang juga disebut sebagai data tangan pertama atau data yang berhubungan langsung dengan obyek penelitian (Azwar, 2009). Informasi ini dikumpulkan melalui pengamatan yang cermat terhadap hal-hal dan subjek yang diteliti dan terikat erat dengan para informan. Pengamatan langsung dan wawancara dengan objek penelitian menghasilkan sumber data yang valid.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Sekunder

Data sekunder Merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung yaitu dari hasil dokumentasi dan data-data yang tersedia dari berbagai pihak atau instansi terkait dengan penelitian. Informasi ini dikumpulkan melalui pihak sekunder, pihak ketiga, dll. Contoh data, seperti dokumen, data hasil wawancara, masyarakat, gambar, buku, dan lain-lain yang berkepentingan dengan penelitian, dari instansi atau organisasi yang bersangkutan atau dari individu yang telah memperoleh dan mentransfernya. Hal ini dapat dicapai melalui penelitian yang dilakukan dan mengumpulkan informasi dari informan dengan bahan tertulis, serta gambar dan perhatian tulisan untuk penelitian. Informan adalah orang yang memberikan informasi dengan pengertian maka informan dapat dikatakan sama dengan responden (Arikunto Suharsimi, 2006:188). Informan penelitian merupakan orang-orang yang memahami tentang apa yang akan diteliti, mereka orang yang akan menjawab segala bentuk pertanyaan peneliti terkait apapun yang berkaitan dengan penelitian. Informan dalam penelitian ini sudah seharusnya memenuhi kriteria dalam mendukung dan menyelesaikan sebuah riset dan penelitian.

Sumber dasar dan sumber tambahan (opsional) adalah dua kategori kategori utama informan. Sumber utama adalah informan yang dianggap mendominasi subjek yang akan diteliti. Tidak mencari informasi dari sumber lain, padahal sangat membantu untuk melengkapi objek informasi yang akan diteliti oleh peneliti guna penyelidikan lebih lanjut. *Purposive sampling* digunakan untuk memilih informan penelitian ini, yang berarti bahwa mereka harus memiliki pengetahuan tentang topik yang sedang dilakukan.

Di dalam penelitian ini, peneliti membutuhkan informan untuk meneliti bagaimana Pola Komunikasi Organisasi Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan Kantor Desa Pengalihan Kecamatan Keritang Kabupaten Indragiri Hilir. Jadi dalam penelitian ini peneliti mengkategorikan informan untuk mendalami permasalahan yang akan diteliti menjadi 2 jenis, yaitu:

1. Informan Kunci (*Keey Informan*)
seseorang yang mengetahui dan memahami inti permasalahan yang berkaitan dengan penelitian (Burhan Bungin, 2007:76).
Key Informan adalah Ketua Dan Sekretaris Pengurus Masjid Alhamdulillah.
2. Informan Pendukung
Merupakan seseorang yang menambahkan dan mendukung informasi permasalahan yang berkaitan dengan penelitian Informan pendukung

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dalam penelitian ini yaitu pengurus Masjid Alhamdulillah. Sumbernya adalah:

Tabel 3.1 Informan Penelitian

| No. | Nama | Jabatan | Keterangan |
|-----|-----------------|-----------------------------|--------------------|
| 1. | Ali Mardi | Ketua Pengurus Masjid | Informan kunci |
| 2. | H. Apandi,M.Si | Wakil Ketua Pengurus Masjid | Informan kunci |
| 3. | M. Efendi,S.H.i | Sekretaris Pengurus Masjid | Informan pendukung |
| 4. | Ali Yunus | Bendahara Pengurus Masjid | Informan pendukung |
| 5. | Iwan Kurniawan | Jamaah Masjid | Informan pendukung |
| 6. | Wandi | Jamaah Masjid | Informan pendukung |

Sumber: Olahan Peneliti 2025

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan. Secara umum metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut :

1. Observasi

Observasi adalah cara penelitian untuk memperoleh data dalam bentuk mengamati serta mengadakan pencatatan dari hasil observasi (Sugiono:125)

Teknik observasi yang penulis gunakan adalah sifatnya langsung mengamati objek yang diteliti, yaitu Strategi Komunikasi Persuasif Pengurus Masjid Dalam Meningkatkan Partisipasi Jamaah Masjid Alhamdulillah.

2. Wawancara

Wawancara atau interview adalah sebuah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman (*guide*) wawancara. Inti dari metode wawancara ini bahwa di setiap penggunaan metode ini selalu ada beberapa pewawancara, responden, materi wawancara, dan pedoman wawancara (Nazir, Moh, 1999:234). Dalam penelitian ini peneliti melakukan kegiatan untuk memperoleh informasi yaitu secara langsung dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan pada informasi yang berkaitan dengan penelitian.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode pengumpulan data yang bertujuan untuk mendapatkan informasi yang mendukung analisis dan interpretasi data (Rahmad Kriyato:2008)118).. Teknik ini digunakan dalam

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pengumpulan data pelengkap (opsional data) dari berbagai jenis tulisan, termasuk buku, makalah, teori, temuan eksplorasi yang signifikan, dan catatan komplikasi lainnya sebagai bahan referensi yang terkait dengan item penelitian. Dokumen dikumpulkan dari peninggalan tertulis seperti buku-buku, tentang Publik Relation, dan yang berhubungan dengan penelitian.

3.5 Validitas Data

Validitas data adalah keabsahan atau akurasi suatu alat ukur. Validitas data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode triangulasi data. Triangulasi data adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu.

Teknik yang paling banyak yang digunakan adalah pemeriksaan melalui sumber lainnya. Denzim membedakan empat macam triangulasi sebagai teknik pemeriksaan yang memanfaatkan sumber, metode, peneliti dan teori. Triangulasi dengan sumber berarti membandingkan dan mengecek baik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam metode kualitatif. ada triangulasi dengan, metode menurut Patton terdapat dua strategi, yaitu:

1. Pengecekan derajat kepercayaan penemuan hasil penelitian beberapa teknik pengumpulan data Pengecekan derajat kepercayaan beberapa Sumber data dengan metode yang sama (joko Subagyo, 2006:39).
2. Teknik triangulasi dengan jalan memanfaatkan peneliti atau pengamat lainnya untuk keperluan pengecekan kembali derajat kepercayaan data pemanfaatan lainnya membantu mengurangi kesalahan dalam pengumpulan data. Pada dasarnya pengamatan suatu tim penelitian dapat direalisasikan dilihat dari segi teknik ini. Cara ini adalah membandingkan hasil pekerjaan seorang analisis dengan analisis lainnya. Triangulasi dengan teori menurut *Lincoln* dan *Guba* berdasarkan anggapan bahwa fakta tertentu tidak dapat diperiksa derajat kepercayaannya dengan satu teori.

Menurut Maleong, Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan pengecekan sumber lain untuk pembanding, yaitu dengan penggunaan sumber, metode, penyidik dan teori dalam penelitian secara kualitatif. Artinya teknik triangulasi adalah sebagai upaya untuk menghilangkan perbedaan-perbedaan konstruksi kenyataan yang ada dalam konteks pengumpulan data tentang berbagai kejadian dan hubungan dari berbagai pandangan, dengan kata lain bahwa peneliti dapat melakukan *check* dan *recheck* temunya dengan cara membandingkan (Lexy J. 2000), h. 11).



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.6 Teknik Analisa Data

Analisis data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data dalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema-tema yang dapat dirumuskan hipotesis kerja yang disarankan oleh data (Moleong, Lexy J, 2012; 237). Langkah-langkah dalam menganalisis data menurut Miles dan Huberman sebagai berikut:

1. Pengumpulan data, mengumpulkan data pada lokasi penelitian dengan melakukan observasi, wawancara dan dokumentasi dengan menemukan fokus strategi pengumpulan data yang tepat untuk menemukan fokus serta pedalaman data pada proses pengumpulan data berikutnya.
2. Reduksi data, yakni hasil pengumpulan data yang nantinya perlu direduksi. Istilah reduksi dalam penelitian kualitatif dapat disetarakan maknanya dengan istilah pengolahan data. Mencakup kegiatan mengintisarikan hasil pengumpulan data selengkap mungkin dan memilah-milah dalam satuan konsep, kategori, atau tema tertentu.
3. Penyajian data, yakni proses yang menggunakan sketsa, synopsis, matriks, atau bentuk lainnya.
4. Penarikan kesimpulan, yakni merupakan pemaparan hasil analisis data dan penegasan kesimpulan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV GAMBARAN UMUM PENELITIAN

1.1 Sejarah Masjid Alhamdulillah

Rencana pembangunan Masjid Alhamdulillah dimulai pada tahun 2006. Pada tahun tersebut, terdapat program pemerintah untuk memperlebar Jalan Garuda Sakti. Karena adanya perluasan jalan tersebut, mushalla yang sebelumnya berdiri di lokasi lama terancam tergusur sebagian besar lahannya, sehingga kemungkinan besar tidak dapat lagi digunakan untuk kegiatan ibadah.

Menyikapi hal tersebut, masyarakat setempat kemudian bermusyawarah. Kebetulan, saat itu terdapat sebidang tanah wakaf yang berlokasi di tempat Masjid Alhamdulillah sekarang berdiri. Maka diputuskan bahwa pembangunan masjid dapat dilaksanakan di lokasi tersebut, dengan catatan nama masjid tetap menggunakan nama yang sama, yaitu "Alhamdulillah," sesuai dengan nama mushalla sebelumnya.

Pembangunan masjid dimulai dengan peletakan fondasi pada tahun 2006. Kemudian, pada tahun 2009, tepat menjelang bulan Ramadan, masjid mulai difungsikan untuk pelaksanaan salat tarawih. Dua tahun setelahnya, yakni pada tahun 2011, masjid ini resmi digunakan sebagai tempat pelaksanaan salat Jumat. Adapun masyarakat pengguna masjid ini awalnya berasal dari wilayah yang sama, yakni satu kelurahan. Seiring dengan perkembangan wilayah, Kelurahan Simpang Baru dimekarkan dan sebagian wilayahnya menjadi Kelurahan Air Putih. Meskipun demikian, hingga saat ini nama masjid tetap dipertahankan, yakni Masjid Alhamdulillah.

1.2 Motto Masjid Alhamdulillah

Moto pengurus Masjid Alhamdulillah adalah "Melaksanakan salat berjemaah di masjid sebagai upaya meningkatkan iman dan takwa kepada Allah SWT, serta mendiskusikan permasalahan keagamaan bersama para dosen dan guru yang berada di sekitar lingkungan Masjid Alhamdulillah."

1.3 Visi Dan Misi Masjid Alhamdulillah

1. Visi Masjid Alhamdulillah

Mewujudkan masyarakat yang bertakwa dan beriman kepada Allah Subhanahu wa Ta'ala melalui penguatan ibadah, khususnya salat berjemaah, serta menciptakan lingkungan masjid yang nyaman dan kondusif bagi seluruh jamaah.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Misi Masjid Alhamdulillah

1. Mengajak dan memotivasi seluruh jamaah di sekitar Masjid Alhamdulillah untuk melaksanakan salat berjemaah secara rutin di masjid.
2. Meningkatkan kualitas sarana dan prasarana masjid guna mendukung kenyamanan dan kekhusyukan ibadah jamaah.
3. Menyelenggarakan kegiatan keagamaan, pendidikan, dan sosial yang dapat memperkuat keimanan dan ketakwaan masyarakat.
4. Menjadikan masjid sebagai pusat pembinaan umat yang terbuka, ramah, dan berorientasi pada peningkatan kualitas spiritual dan moral.

4.4 Program Kegiatan Masjid Alhamdulillah

1. Program Mingguan

a. Wirid dan Pengajian Umum

Diselenggarakan setiap malam Jumat (Kamis malam), terbuka untuk seluruh jamaah, dengan materi keislaman yang disampaikan oleh ustaz atau tokoh agama setempat.

b. Wirid Ibu-Ibu

Diadakan setiap hari Senin ba'da salat Asar, khusus untuk jamaah perempuan, dengan materi seputar fiqih wanita, akhlak, dan ibadah sehari-hari.

2. Program Bulanan

Saat ini belum terdapat program bulanan yang bersifat rutin. Namun, pengurus masjid berencana mengembangkan kegiatan keagamaan yang melibatkan anak-anak dan remaja, seperti pengajian khusus anak atau pelatihan keterampilan ibadah.

3. Program Tahunan

a. Peringatan Hari Besar Islam (PHBI)

Diadakan pada momen-momen penting dalam kalender Islam, seperti:

- Isra' Mi'raj Nabi Muhammad SAW
- Maulid Nabi Muhammad SAW
- Tahun Baru Islam (1 Muharram)
- Nuzulul Qur'an (pada bulan Ramadan)

Kegiatan biasanya berupa:

- Tausiah atau Tabligh Akbar
- Lomba anak-anak seperti:
 - Lomba adzan
 - Lomba membaca Al-Qur'an (surat-surat pendek)



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Lomba praktik salat dan tata caranya
- Lomba hafalan doa-doa harian

4.5 Sarana Dan Prasarana Masjid Alhamdulillah

Hingga saat ini, Masjid Alhamdulillah telah dilengkapi dengan berbagai sarana dan prasarana guna menunjang kenyamanan jamaah. Di dalam masjid telah dipasang pendingin udara (AC) untuk menciptakan suasana yang sejuk dan nyaman saat beribadah. Selain itu, tersedia kamar mandi yang lengkap serta area parkir yang luas, terletak di bagian depan, samping, dan belakang masjid.

Untuk mendukung kebutuhan operasional masjid secara berkelanjutan, pada tahun 2020 pengurus mulai membangun beberapa unit kios. Proses pembangunan kios tersebut selesai pada tahun 2022, dan pada akhir tahun 2023, kios-kios tersebut mulai disewakan kepada masyarakat.

Hasil dari penyewaan kios tersebut digunakan sebagai sumber dana operasional masjid, termasuk untuk menggaji tiga orang petugas kebersihan dan keamanan masjid (marbot/garim). Sisa dana dari hasil sewa tersebut disimpan dan direncanakan untuk pembangunan lanjutan, seperti pembangunan pagar masjid dan penggantian atap di masa mendatang.

BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap strategi komunikasi persuasif pengurus Masjid Alhamdulillah dalam meningkatkan partisipasi jamaah, dapat disimpulkan bahwa komunikasi yang diterapkan oleh pengurus masjid bersifat efektif karena menggabungkan pendekatan psikologis, sosial-budaya, serta makna kolektif secara simultan dan berkelanjutan.

Pertama, melalui strategi psikodinamika, pengurus masjid berhasil menyentuh aspek emosional dan spiritual jamaah dengan pendekatan interpersonal yang santun, empatik, dan tidak memaksa. Komunikasi dilakukan secara informal, seperti dialog ringan setelah salat berjamaah, sehingga tercipta suasana akrab dan partisipasi muncul dari kesadaran, bukan paksaan. Strategi ini menciptakan ikatan emosional yang kuat antara pengurus dan jamaah, yang berdampak pada meningkatnya partisipasi dalam kegiatan keagamaan.

Kedua, dalam strategi sosiokultural, pengurus memanfaatkan nilai-nilai budaya dan norma sosial masyarakat sekitar sebagai dasar komunikasi persuasif. Program-program seperti pengajian, wirid, peringatan hari besar Islam, hingga perlombaan Ramadan menjadi ruang sosial dan spiritual yang sesuai dengan karakter masyarakat lokal. Pendekatan ini memperkuat keterikatan jamaah terhadap masjid, terutama dengan menggandeng tokoh masyarakat dan ustaz lokal dalam setiap kegiatan.

Ketiga, melalui strategi konstruksi makna, pengurus tidak hanya menyampaikan pesan, tetapi mengajak jamaah terlibat dalam proses pemaknaan bersama atas setiap kegiatan masjid. Jamaah dilibatkan dalam perencanaan dan pelaksanaan, terutama dalam kegiatan sosial, kegiatan anak-anak, dan kepanitiaan remaja. Hal ini membentuk rasa memiliki terhadap masjid sebagai pusat spiritual dan sosial. Komunikasi yang bersifat dialogis dan simbolik ini menjadikan masjid sebagai ruang hidup yang bernilai secara kolektif, bukan sekadar tempat ibadah ritual.

Secara keseluruhan, ketiga strategi ini berjalan secara sinergis dalam membentuk partisipasi jamaah yang tidak hanya bersifat fisik tetapi juga emosional dan spiritual. Pengurus Masjid Alhamdulillah telah berhasil mempraktikkan komunikasi persuasif yang humanis dan kontekstual, yang tidak hanya mengajak tetapi membangun kesadaran, keterlibatan, dan loyalitas jamaah terhadap masjid. Temuan ini menunjukkan bahwa komunikasi yang dibangun atas dasar empati, budaya lokal, dan makna kolektif mampu menjadi fondasi kuat dalam membentuk solidaritas keagamaan dan keberlanjutan fungsi sosial masjid di tengah perubahan sosial masyarakat.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang peneliti sampaikan sebelumnya, peneliti memberikan beberapa saran untuk dapat dijadikan sebagai bahan acuan dan evaluasi sebagai berikut:

- a. Bagi Pengurus Masjid Alhamdulillah

Pengurus masjid disarankan untuk terus memperkuat komunikasi interpersonal yang empatik dan santun dalam menyampaikan pesan keagamaan maupun sosial. Pendekatan ini telah terbukti efektif dalam membangun kedekatan emosional dan meningkatkan partisipasi jamaah secara sukarela. Komunikasi tidak hanya perlu dilakukan secara formal melalui ceramah, tetapi juga secara informal dan personal, misalnya melalui percakapan ringan setelah salat berjamaah.

Pengurus sebaiknya lebih adaptif terhadap dinamika sosial masyarakat sekitar dengan menyusun program-program yang relevan dengan kebutuhan jamaah. Program keagamaan dan sosial yang dilaksanakan hendaknya tidak hanya berfokus pada kelompok usia tertentu, tetapi merangkul semua kalangan, termasuk anak-anak, remaja, orang tua, hingga lansia, agar masjid benar-benar menjadi pusat aktivitas yang inklusif dan partisipatif.

Melihat potensi dan peran penting remaja, pengurus disarankan untuk terus memberi ruang dan kepercayaan kepada generasi muda untuk terlibat aktif dalam pengelolaan kegiatan masjid, baik di bidang teknis maupun kreativitas media dakwah. Pemberdayaan ini tidak hanya akan memperkuat rasa kepemilikan remaja terhadap masjid, tetapi juga menjamin keberlanjutan peran masjid di masa depan.

UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR PUSTAKA

- Anirullah. 2015. *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Arikunto Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* Jakarta: Rineka Cipta, 2006.
- Asuti, Siti Irene D. 2009. *Desentralisasi dan Partisipasi dalam Pendidikan*. Yogyakarta: UNY.
- Berhan Bungin, *Penelitian Kualitatif*, Jakarta: kencana 2007.
- Bruce Berger Ph.D. *Persuasive Communication Part I. U.S Pharmacist a Jobson Publication*. 1996. <http://id.wikipedia.org/wiki/Komunikasipersuasif>.
- Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi (suatu pengantar)*, Bandung: PT.Remaja Rosdakarya, 2005,
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktik*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Erawati, Intan dan Mussadun. 2013. "Partisipasi Masyarakat dalam Pengelolaan Sumber Daya Lingkungan Mangrove di Desa Bedono, Kecamatan Sayung." *Jurnal Ruang*, 1(1): 31-40. ISSN 1858-3881.
- Handoko, 2013, *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*, Yogyakarta: BPEE.
- Joko Subagyo, *Metode Penelitian Dalam Teori Dan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta, 2006.
- Karlinda, Diastu. Skripsi: Teknik Komunikasi Persuasif untuk Meningkatkan Motivasi Belajar Siswa Kelas Program Keahlian Administrasi Perkantoran di SMK Muhammadiyah 2 Yogyakarta. Skripsi Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta, 2013.
- Kementerian Agama RI. (2023). *Laporan Kinerja Kementerian Agama 2023*. Jakarta: Kementerian Agama.
- Myers, David G. *Psikologi Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika, 2012.
- Nazir, Moh, *Metode Penelitian*, Bandung Ghalia Indonesia, 1999.
- Neliana, N. (2021). *Komunikasi Persuasif Dinas Lingkungan Hidup Dalam*



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Di larang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Di larang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Menciptakan Masyarakat Sadar Lingkungan Di Aceh Tengah. An Nadwah, 26(1), 22. <https://doi.org/10.37064/nadwah.v26i1.9465>

Lexy J. Maleong, *Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Rineka Cipta, 2000.

Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2012.

Okley, P. 1991. *Projects with People: The Practice of Participation in Rural Development*. Geneva: International Labour Office.

Plani, Dika Assyifa. —Komunikasi Persuasif Aksi Cepat Tanggap (ACT) Regiona Riau Dalam Membantu Korban Bencana Alam Di Indonesia Melalui Kegiatan Penggalangan Dana. *Jom Fisip* 6 (2019): 1–14.

Prayoga, R., Syariah, S. A., Islam, U., & Sumatera, N. (2023). Komunikasi Persuasif Leader Dalam Merekrut Calon Agen Asuransi Pada Pt Prudential Syariah Cabang Binjai. 4(5), 1193–1205.

Rahmad Kriyato, *Teknik Praktis Riset Komunikasi* Jakarta : Kencana Prenada Media Grup 2008.

Rohman, A. (2018). "Komunikasi Islam dan Pemberdayaan Masyarakat". *Jurnal Komunikasi Islam*, 6(2), 150-165.

Ruslan Rosady, *Metode penelitian : PR dan Komunikasi*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2006.

Semirat, Soleh dan Ardianto, Elvinaro. 2008. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Semirat, S., Satiri, H. H., & Suryana, A. (2004). *Komunikasi persuasif* (Edisi ke-3). Universitas Terbuka.

Sugiyah. 2001. *Partisipasi Komite Sekolah dalam Penyelenggaraan Rintisan Sekolah Bertaraf Internasional di Sekolah Dasar (SD) Negeri IV Wates, Kabupaten Kulon Progo*. Tesis. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.

Sugiono, *memahami penelitian kualitatif*, Bandung: CV. Alfabeta.

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*, Alfabeta (Bandung: Alfabeta, 2014) hlm 55.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

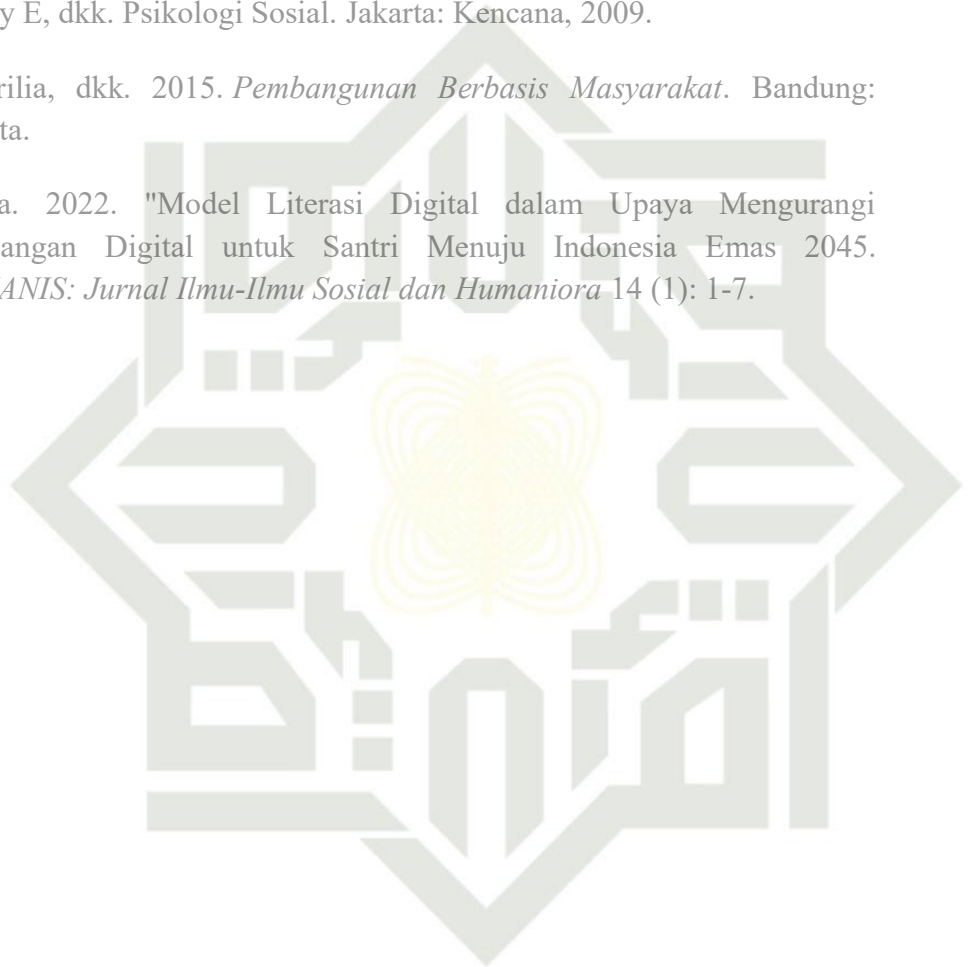
Setrisno, Edy, 2017. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : Kencana.

Samsurizal. Strategi Komunikasi Persuasif Dalam Aktivitas Pemasaran (Studi Deskriptif Komunikasi Persuasif Presenter (Staff Pemasaran) Dalam Merekrut Calon Mahasiswa Baru Di Politeknik LP3I Jakarta).*l Jurnal Lentera Bisnis* 5, no. 2 (2017): 126. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v5i2.39>.

Taylor, Shelley E, dkk. *Psikologi Sosial*. Jakarta: Kencana, 2009.

Theresia, Aprilia, dkk. 2015. *Pembangunan Berbasis Masyarakat*. Bandung: Alfabeta.

Ufah, Anissa. 2022. "Model Literasi Digital dalam Upaya Mengurangi Kesenjangan Digital untuk Santri Menuju Indonesia Emas 2045. *"HUMANIS: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial dan Humaniora* 14 (1): 1-7.



UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

**LAMPIRAN
DRAFT DAN HASIL WAWANCARA**

Nama: Bapak Ali Mardi (Informan 1)

Jabatan : Ketua Pengurus Masjid Alhamdulillah

1) Bagaimana cara pengurus mengajak jamaah untuk berpartisipasi?

"Strategi yang digunakan untuk mengajak jamaah dan imbauan kepada jamaah dapat diterima dengan baik yaitu dengan cara menyampaikan program-program masjid yang akan datang dan mengajak jamaah dengan menghargai dan menghormati mereka. Sehingga dengan cara seperti itu, jamaah tertarik datang ke Masjid Alhamdulillah."

2) Bagaimana bentuk komunikasi yang digunakan?

"Komunikasi pengurus dengan jamaah untuk berpartisipasi dalam kegiatan masjid dilakukan setelah salat Maghrib sambil menunggu Isya, kita berkumpul sambil berbincang tentang apa-apa saja yang dibutuhkan oleh masjid..."

3) Apa saja kegiatan rutin yang diadakan masjid untuk jamaah?

"Kegiatan rutin untuk jamaah di masjid Alhamdulillah itu mengadakan wirid pengajian sekali seminggu dengan mengundang para ustadz, terutama ustadz yang ada di sekitar Panam ini dan ustadz yang ada di sekitar masjid..Sudah itu kegiatan rutin di masjid untuk Jumat..."

4) Apa saja kegiatan jamaah di Masjid Alhamdulillah?

Contoh: wirid pengajian mingguan, kegiatan shalat subuh berjamaah, perlombaan Islami, dll.

5) Strategi apa saja yang Anda gunakan agar ajakan atau himbauan kepada jamaah dapat diterima dengan baik?

"Strategi yang digunakan untuk mengajak jamaah dan himbauan kepada jamaah dapat diterima dengan baik yaitu dengan cara menyampaikan program-program masjid yang akan datang dan mengajak jamaah dengan menghargai dan menghormati kepada jamaah..."

6) Apa tantangan yang Anda hadapi dalam mengajak jamaah untuk aktif?

"Tantangan yang dihadapi pengurus yaitu sebagian dari jamaah ini adalah dosen aktif dan banyak mereka yang bekerja di luar... kadang-kadang pulang udah malam... paling aktif itu waktu sholat subuh."

7) Apakah ada kendala yang dialami oleh pengurus selama mengurus masjid?

"Kendala yang dialami oleh pengurus yaitu banyaknya jamaah yang bekerja di luar, sehingga pulang sampai larut malam dan mereka tidak bisa hadir dalam rapat atau kegiatan..."

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Nama: Bapak H. Apandi, M.Si

Jabatan : Wakil Ketua Pengurus Masjid Alhamdulillah

Apa bentuk komunikasi dan media yang digunakan?

“Biasanya kami menggunakan undangan, baik secara langsung maupun melalui WhatsApp Group. Kalau ada acara, kami sebar undangan. Kadang juga kami sampaikan lewat WA Group.”

Apa tantangan utama yang dihadapi?

“Sekarang partisipasinya kurang. Banyak warga pendatang, jadi bukan warga tetap. Kalau kita undang 100 orang, paling 25 orang yang datang.”

Bagaimana cara mengajak remaja dan anak-anak?

“Kami memiliki program khusus seperti kajian remaja, kelas mengaji anak-anak, perlombaan Islami, dan kegiatan olahraga agar mereka merasa nyaman dan terlibat aktif di masjid.”

Apa saja kegiatan rutin yang diadakan masjid untuk jamaah?

Kegiatan rutin di Masjid Alhamdulillah meliputi:

- Pengajian dua minggu sekali
- Wirid mingguan

“Sekarang ini ada pengajian dua minggu sekali, lalu wirid mingguan.”

5) Apa bentuk komunikasi yang paling sering Anda gunakan untuk mengajak jamaah berpartisipasi?

Komunikasi paling sering digunakan adalah melalui WhatsApp Group sebagai media digital.

“Lewat WhatsApp Group saja.”

Apakah ada upaya yang dilakukan untuk mengajak remaja dan anak-anak di lingkungan Masjid Alhamdulillah?

Saat ini tidak ada program khusus untuk anak-anak dan remaja. Dulu ada, namun sekarang jarang terlihat karena banyaknya pendatang dan kurangnya keterikatan komunitas.

“Sekarang tidak ada. Kalau dulu, iya. Dulu mahasiswa dan pemuda masih aktif. Sekarang mereka jarang terlihat. Banyak pendatang juga di sini sekarang.”

Strategi apa saja yang Anda gunakan agar ajakan atau himbauan kepada jamaah dapat diterima dengan baik?

“Kadang juga kami sampaikan lewat WA Group.”

“Kalau ada acara, kami sebar undangan.”

Bagaimana Anda menilai keberhasilan dari komunikasi yang dilakukan?

Apakah partisipasi jamaah meningkat?

Partisipasi jamaah saat ini menurun. Dulu lebih aktif, namun sekarang karena banyak warga pendatang dan perbedaan budaya, kehadiran hanya sekitar 25% dari yang diundang.

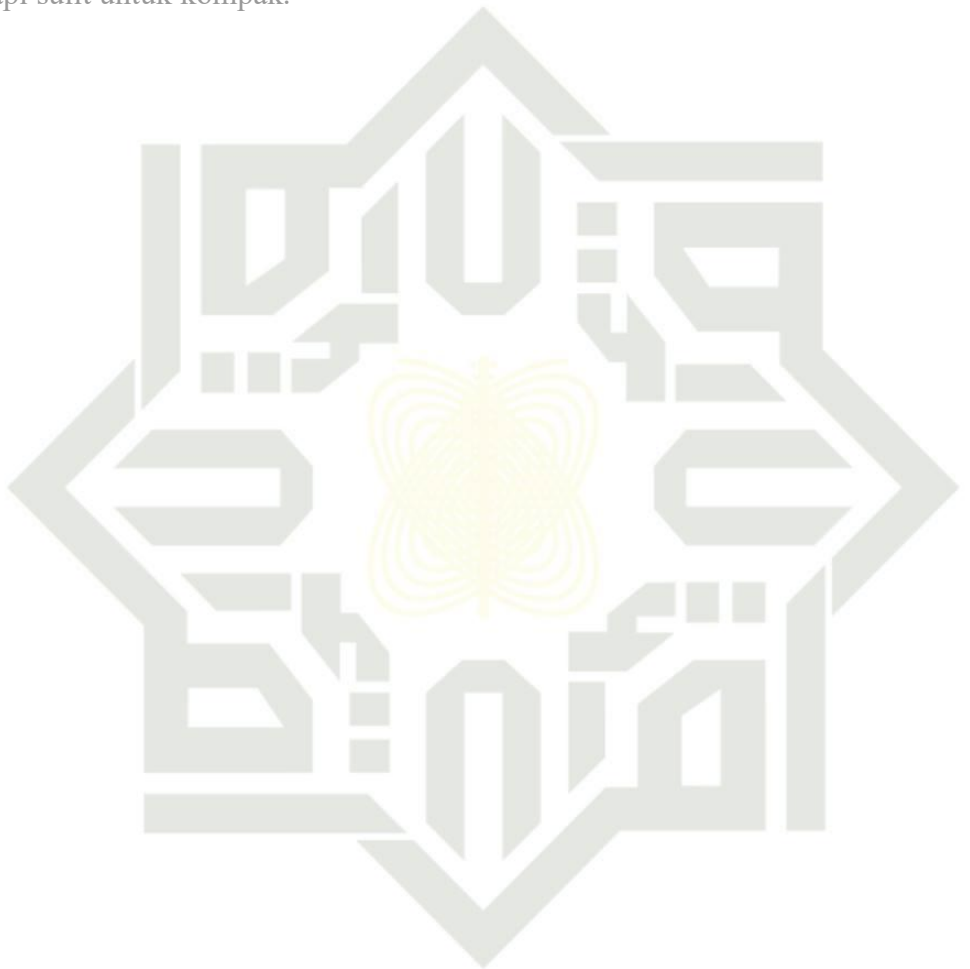
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

“Sekarang partisipasinya kurang. Banyak warga pendatang, jadi bukan warga tetap. Kalau kita undang 100 orang, paling 25 orang yang datang.”

Apa tantangan yang Anda hadapi dalam mengajak jamaah untuk aktif?
Tantangan utama adalah menyatukan masyarakat yang kini lebih beragam dan kurang kompak dibandingkan masa lalu.

“Tantangannya adalah menyatukan masyarakat. Jumlah warga sekarang sudah banyak, tapi sulit untuk kompak.”



UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Nama : Ali Yunus

jabatan : Bendahara Masjid Alhamdulillah

1) Bagaimana pendekatan komunikasi kepada jamaah?

Komunikasi dilakukan dengan cara pendekatan personal, kami juga memberikan pemahaman bahwa setiap kegiatan memiliki nilai ibadah dan ketenangan jiwa."

2) Apa yang disampaikan kepada jamaah dalam ajakan kegiatan?

Saya sampaikan bahwa partisipasi mereka akan menjadi amal jariyah, misalnya ketika mereka membantu dalam kegiatan pembangunan atau donasi."

3) Apa kendala yang dihadapi dalam meningkatkan partisipasi jamaah?

Banyak jamaah yang bekerja di luar, pulang larut malam, sehingga kadang tidak bisa hadir dalam rapat atau kegiatan masjid."

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Nama ; M. Efendi, S.H.I

Jabatan ; Sekretaris Pengurus Masjid

1) Bagaimana perubahan partisipasi jamaah dalam beberapa tahun terakhir?

"Dulu pengajian sangat aktif. Waktu wirid, semua turun rumah. Sekarang sudah tidak seperti itu lagi."

2) Apa saja kendala sosial yang dihadapi?

"Sekarang masjid banyak jamaah dari luar, jadi hanya 10–20% yang jamaah asli. Sisanya singgah."

3) Apa bentuk partisipasi kecil yang tetap dijaga?

"Biasanya waktu puasa kami siapkan minuman dingin di teras masjid. Tapi anak-anak kadang main-mainkan airnya."

4) Bagaimana pengurus menjaga nilai gotong royong?

"Kami tetap adakan gotong royong setiap minggu. Masjid ini dulu kami bangun secara gotong royong dengan yuran bulanan dari warga, sekitar Rp15.000 per KK."

5) Bagaimana komunikasi pengurus masjid kepada jamaah untuk berpartisipasi dalam kegiatan masjid?

Komunikasi dilakukan secara langsung setelah salat berjamaah, melalui pengumuman di mimbar, serta menggunakan pengeras suara sesaat sebelum iqomah di kumandangkan.

6) Apakah ada upaya yang dilakukan untuk mengajak remaja dan anak-anak di lingkungan Masjid Alhamdulillah?

Ya, kami memiliki program khusus seperti kajian remaja, kelas mengaji anak-anak, perlombaan Islami, dan kegiatan olahraga agar mereka merasa nyaman dan terlibat aktif di masjid.

7) Strategi apa saja yang Anda gunakan agar ajakan atau himbauan kepada jamaah dapat diterima dengan baik?

Kami menggunakan pendekatan personal, menjelaskan manfaat kegiatan, melibatkan tokoh masyarakat, dan selalu menjaga komunikasi yang terbuka dan santun.

8) Bagaimana Anda menilai keberhasilan dari komunikasi yang dilakukan? Apakah partisipasi jamaah meningkat?

Kami menilai dari jumlah kehadiran dalam kegiatan. Alhamdulillah, dalam beberapa bulan terakhir, partisipasi jamaah semakin meningkat, terutama pada kegiatan pengajian dan bakti sosial.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DOKUMENTASI



Gambar 6.1
Lingkungan Masjid Alhamdulillah
Sumber: Dokumentasi Peneliti 2025



Gambar 6.2
Observasi Peneliti Saat Shalat Maghrib
Sumber: Dokumentasi Peneliti 2025



Gambar 6.3
Wawancara dengan Bendahara Masjid
Sumber: Dokumentasi Peneliti 2025



Gambar 6.4
Wawancara dengan Ketua Pengurus Masjid
Sumber: Dokumentasi Peneliti 2025

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

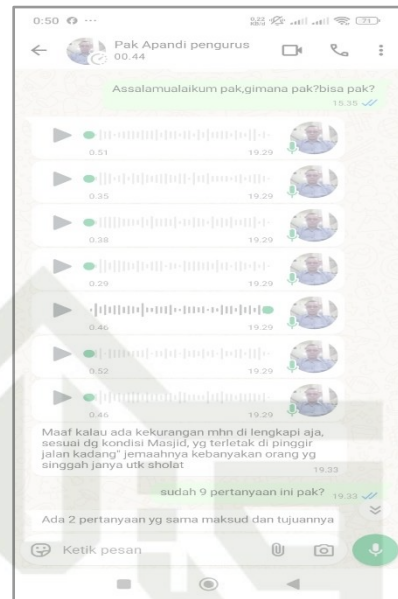
Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar 6.5

Wawancara dengan Sekretaris Pengurus Masjid
Sumber: Dokumentasi Peneliti 2025



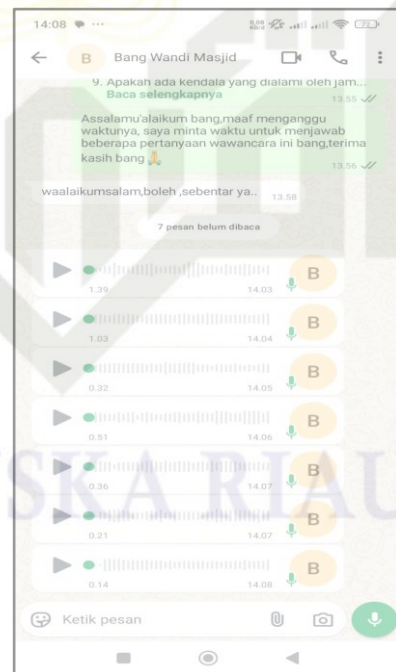
Gambar 6.6

Wawancara dengan Wakil Ketua Pengurus Masjid
Sumber: Dokumentasi Peneliti 2025



Gambar 6.7

Wawancara dengan Jamaah Masjid
Sumber: Dokumentasi Peneliti 2025



Gambar 6.8

Wawancara dengan Jamaah Masjid
Sumber: Dokumentasi Peneliti 2025