

Komunikasi Persuasif Pengurus Kesantrian dalam Penyampaian Dakwah pada Remaja

Fathi Umar Mustaqima^{*}, Ida Af'idah, M. Fauzi Arif

Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

fathium_10020219075@unisba.ac.id, ida.afidah@unisba.ac.id, muhammadfauziarif@unisba.ac.id

Abstract. This study aims to examine the persuasive communication strategies employed by the boarding school management (pengurus kesantrian) in conveying Islamic messages to adolescents, particularly within the context of MA Persatuan Islam 76 Tarogong Garut. Adolescents, as the next generation, are in a critical phase of psychological and spiritual development. Therefore, the delivery of da'wah messages requires approaches that are both emotionally appealing and rationally convincing. This research uses a qualitative method with a case study approach. Data were collected through participatory observation, in-depth interviews, and documentation. The results show that the boarding school management uses persuasive communication strategies such as two-way interpersonal communication, role modeling, and the use of the icing device—such as inspirational stories and motivational Islamic videos—to enhance message reception. Most students responded positively, showing increased enthusiasm and better understanding of Islamic values, although some remained unaffected due to external environmental influences. This study concludes that persuasive communication, when tailored to the psychological needs of adolescents, becomes an effective tool in religious education within the pesantren environment.

Keywords: *Persuasive Communication, Islamic Da'wah, Adolescents.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi persuasif yang dilakukan oleh pengurus kesantrian dalam menyampaikan dakwah kepada remaja, khususnya santri MA Persatuan Islam 76 Tarogong Garut. Dakwah terhadap remaja memiliki tantangan tersendiri karena adanya perbedaan karakteristik psikologis dan sosial dibandingkan dengan audiens dewasa. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengurus kesantrian menerapkan komunikasi persuasif dengan strategi pendekatan personal, keteladanan, serta metode dakwah yang disesuaikan dengan karakteristik remaja, seperti melalui kegiatan mentoring, ceramah santai, dan diskusi kelompok. Teori McGuire dan konsep Icing Device digunakan untuk menjelaskan efektivitas pesan dakwah dalam meningkatkan penerimaan dan keterlibatan santri. Temuan ini menunjukkan bahwa komunikasi persuasif yang efektif dalam konteks dakwah kesantrian membutuhkan pemahaman mendalam terhadap audiens dan kemampuan menyesuaikan metode penyampaian secara kontekstual.

Kata Kunci: *Komunikasi Persuasif, Dakwah Remaja, Kesantrian.*

A. Pendahuluan

Remaja sebagai generasi penerus memiliki peran penting dalam pembangunan sosial dan keagamaan. Dalam konteks pendidikan pesantren, santri remaja tidak hanya dituntut untuk memahami ajaran Islam secara teoritis, tetapi juga mengamalkannya dalam kehidupan sehari-hari. Salah satu permasalahan yang sering muncul adalah bagaimana menyampaikan pesan dakwah yang mampu menyentuh sisi emosional dan rasional remaja secara bersamaan. Oleh karena itu, komunikasi persuasif menjadi instrumen penting yang digunakan oleh pengurus ksantrian dalam membina dan mendakwahkan nilai-nilai keislaman kepada santri.

Dalam hal ini, pengurus ksantrian di MA Persatuan Islam 76 Tarogong Garut memegang peran sentral. Mereka tidak hanya berfungsi sebagai pembimbing spiritual, tetapi juga sebagai komunikator dakwah yang harus mampu menyampaikan pesan dengan cara yang menarik, meyakinkan, dan relevan dengan dinamika kehidupan remaja. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana komunikasi persuasif itu dibangun dan diterapkan, serta bagaimana respon santri terhadap pendekatan tersebut.

Pesantren sebagai lembaga pendidikan Islam memiliki karakteristik yang unik dalam membentuk kepribadian santri, tidak hanya melalui pendekatan formal di ruang kelas, tetapi juga melalui kegiatan nonformal seperti pengajian, pembinaan rohani, serta interaksi sehari-hari antara santri dan pengurus ksantrian. Dalam konteks ini, pengurus ksantrian menjadi aktor strategis yang berperan dalam menyampaikan nilai-nilai dakwah secara kontinu. Namun, tantangan muncul ketika metode penyampaian dakwah tidak lagi sejalan dengan gaya komunikasi remaja masa kini yang cenderung lebih responsif terhadap pendekatan dialogis, visual, dan emosional.

Fenomena tersebut menuntut adanya strategi komunikasi yang lebih adaptif dan relevan. Komunikasi persuasif tidak hanya berfungsi sebagai alat penyampaian ajaran agama, tetapi juga sebagai sarana untuk membangun kedekatan emosional antara pengurus dan santri. Oleh karena itu, dalam penelitian ini, peneliti ingin mengeksplorasi lebih dalam bagaimana pengurus ksantrian membangun komunikasi yang tidak hanya informatif, tetapi juga inspiratif, yang dapat menggugah kesadaran spiritual remaja dan mengarahkan mereka pada perubahan perilaku yang positif dalam bingkai nilai-nilai Islam.

Selain itu, perkembangan teknologi informasi dan media sosial juga turut memengaruhi cara remaja menerima dan merespons pesan dakwah. Mereka cenderung lebih tertarik pada pesan yang dikemas secara kreatif, ringkas, dan relevan dengan kehidupan mereka sehari-hari. Jika pendekatan komunikasi yang digunakan terlalu kaku atau monoton, maka pesan dakwah akan cenderung diabaikan. Hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi pengurus ksantrian dalam menyusun strategi komunikasi yang tidak hanya efektif secara isi, tetapi juga menarik secara penyampaian.

Urgensi penelitian ini semakin tinggi mengingat pentingnya peran pendidikan keagamaan dalam membentengi remaja dari pengaruh negatif lingkungan luar, seperti pergaulan bebas, konsumsi media tanpa kontrol, dan krisis identitas. Dengan memahami bagaimana komunikasi persuasif diterapkan secara konkret dalam lingkungan pesantren, diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi teoretis maupun praktis dalam upaya pengembangan model dakwah remaja yang lebih tepat sasaran dan berkelanjutan.

Komunikasi persuasif dalam konteks dakwah remaja bukan hanya soal bagaimana menyampaikan informasi, tetapi juga bagaimana membentuk persepsi, sikap, dan perilaku sasaran dakwah. Dalam hal ini, teori McGuire tentang komunikasi persuasif menjadi acuan penting, di mana keberhasilan pesan dipengaruhi oleh tahapan-tahapan seperti perhatian, pemahaman, penerimaan, dan perubahan sikap. Santri remaja, yang berada dalam fase pencarian jati diri, membutuhkan pendekatan yang tidak menggurui, tetapi mengajak mereka berpikir, merasa, dan bertindak secara Islami melalui keteladanan dan komunikasi yang menyentuh.

Dalam praktiknya, pengurus ksantrian di MA Persatuan Islam 76 Tarogong Garut menerapkan berbagai strategi, salah satunya dengan menggunakan pendekatan yang dikenal sebagai *icing device*. Pendekatan ini melibatkan penyisipan elemen-elemen menarik seperti cerita inspiratif, kutipan motivasi, media visual, atau bahkan humor islami yang dikemas secara kontekstual. Strategi ini terbukti mampu meningkatkan ketertarikan santri terhadap materi dakwah dan memudahkan pemahaman mereka terhadap nilai-nilai keislaman yang disampaikan.

Melalui penelitian ini, penulis berharap dapat memberikan gambaran empiris mengenai dinamika komunikasi persuasif yang terjadi dalam lingkungan pesantren, khususnya antara pengurus

kesantrian dan santri remaja. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi bentuk-bentuk pesan yang paling efektif, hambatan yang dihadapi dalam penyampaian dakwah, serta bagaimana respon santri terhadap metode komunikasi yang digunakan. Dengan demikian, hasil kajian ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam perumusan strategi dakwah yang lebih efektif di kalangan remaja, baik dalam konteks pesantren maupun masyarakat luas.

B. Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi kasus. Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu menggambarkan secara mendalam proses komunikasi persuasif yang dilakukan oleh pengurus kesantrian dalam konteks penyampaian dakwah kepada remaja. Metode studi kasus digunakan untuk menelusuri fenomena secara komprehensif dalam konteks kehidupan nyata, dengan fokus pada lingkungan pesantren MA Persatuan Islam 76 Tarogong Garut sebagai lokasi penelitian.

Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk memahami realitas sosial dari perspektif para pelaku di lapangan, serta menggali makna-makna yang terkandung dalam praktik komunikasi dakwah yang berlangsung di antara pengurus kesantrian dan para santri. Penelitian ini tidak bermaksud menghasilkan generalisasi, melainkan berupaya untuk mengeksplorasi secara mendalam strategi komunikasi persuasif dalam konteks yang spesifik dan kultural.

Adapun subjek dalam penelitian ini terdiri dari dua kelompok utama: pertama, pengurus kesantrian yang berperan sebagai komunikator dakwah, dan kedua, santri MA Persatuan Islam 76 Tarogong Garut yang menjadi audiens atau komunikan. Pemilihan subjek dilakukan secara purposive, yakni berdasarkan pertimbangan tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian, seperti keterlibatan aktif dalam kegiatan keagamaan, kemampuan memberikan informasi yang relevan, serta ketersediaan untuk diwawancara dan diamati secara langsung.

Pengumpulan data dilakukan melalui tiga teknik utama, yaitu observasi partisipatif, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Observasi partisipatif dilakukan dengan cara peneliti terlibat langsung dalam kegiatan-kegiatan keagamaan yang diselenggarakan oleh kesantrian, guna memperoleh gambaran langsung mengenai interaksi antara pengurus dan santri. Wawancara mendalam dilakukan terhadap beberapa pengurus kesantrian dan santri terpilih untuk menggali pemahaman mereka terhadap proses dakwah dan pengalaman dalam berkomunikasi. Sementara itu, dokumentasi meliputi pengumpulan data tertulis seperti buku kegiatan, catatan pesantren, serta media visual atau rekaman yang berkaitan dengan aktivitas dakwah.

Proses analisis data dilakukan secara induktif, melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan menyeleksi dan menyederhanakan data yang dianggap relevan. Data yang telah direduksi kemudian disajikan dalam bentuk narasi untuk melihat pola-pola tertentu. Selanjutnya, dilakukan penarikan kesimpulan dengan cara mengkonstruksi temuan berdasarkan pemahaman yang mendalam terhadap konteks dan dinamika komunikasi persuasif yang terjadi di lapangan. Keabsahan data dijaga melalui triangulasi teknik dan sumber, sehingga hasil penelitian dapat dipertanggungjawabkan secara akademik.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hasil Temuan Pertama: Pendekatan pengurus Kesantrian

Berdasarkan hasil penelitian, pengurus kesantrian menerapkan tiga pendekatan utama:

1. Keteladanan: Pengurus menunjukkan sikap, perilaku, dan tutur kata yang mencerminkan nilai-nilai Islam, menjadi contoh nyata bagi santri.
2. Pendekatan Interpersonal: Komunikasi dilakukan secara langsung, santai, dan penuh empati. Santri merasa dihargai dan lebih terbuka menerima pesan dakwah.
3. Kontekstualisasi Pesan: Materi dakwah disesuaikan dengan situasi remaja, misalnya melalui cerita pengalaman, analogi kehidupan sehari-hari, dan diskusi terbuka.

Hasil Temuan Kedua: Penggunaan Icing Device dalam Dakwah

Dalam upaya menjadikan dakwah lebih menarik dan relevan bagi santri remaja, pengurus kesarifan memanfaatkan strategi icing device sebagai pendekatan kreatif dalam menyampaikan pesan-pesan keislaman. Icing device merupakan elemen tambahan yang digunakan untuk mempermanis atau memperkuat penyampaian pesan, agar lebih mudah dicerna dan menyentuh sisi emosional audiens. Di lingkungan MA Persatuan Islam 76 Tarogong Garut, strategi ini diwujudkan melalui penyisipan kisah-kisah inspiratif dari para sahabat Nabi, tokoh pemuda Muslim, hingga pengalaman hidup sehari-hari yang relatable dengan kehidupan remaja.

Selain itu, pengurus juga menggunakan media visual seperti video motivasi Islami yang diputar dalam forum kajian, kultum, atau pengajian mingguan. Beberapa pengurus menampilkan ilustrasi perumpamaan atau analogi yang dekat dengan kehidupan santri, seperti membandingkan proses pencapaian iman dengan perjuangan dalam permainan atau tantangan di media sosial yang sedang tren. Tujuannya adalah agar pesan dakwah terasa tidak kaku dan lebih melekat dalam ingatan santri. Dengan cara ini, dakwah tidak lagi bersifat satu arah dan monoton, melainkan mampu membangkitkan empati, refleksi diri, dan semangat perubahan pada diri santri.

Strategi ini terbukti efektif dalam membentuk suasana dakwah yang tidak hanya mendidik secara intelektual, tetapi juga menyentuh aspek afektif dan spiritual. Penggunaan icing device menjadikan komunikasi persuasif terasa lebih dekat, tidak menggurui, dan sesuai dengan karakteristik psikologis remaja yang cenderung mencari makna melalui pengalaman emosional dan narasi yang kuat. Sebagian besar santri merespons positif strategi komunikasi persuasif ini. Mereka merasa lebih termotivasi untuk memperbaiki diri dan lebih memahami nilai-nilai dakwah. Meskipun demikian, terdapat juga santri yang belum menunjukkan perubahan signifikan, yang umumnya disebabkan oleh pengaruh lingkungan luar pesantren.

Respons santri terhadap strategi komunikasi persuasif, khususnya penggunaan icing device, secara umum sangat positif. Sebagian besar santri merasa bahwa penyampaian dakwah dengan pendekatan naratif, visual, dan emosional membuat mereka lebih tertarik untuk mengikuti kegiatan keagamaan. Mereka mengaku lebih mudah memahami pesan yang disampaikan ketika dibalut dalam bentuk kisah nyata, video singkat, atau analogi kreatif dibandingkan dengan ceramah konvensional yang hanya bersifat verbal dan normatif.

Banyak santri juga menyatakan bahwa pendekatan ini mendorong mereka untuk lebih aktif dalam kegiatan dakwah internal, seperti mengisi kultum, menjadi panitia keagamaan, atau sekadar berdiskusi dengan teman sebaya tentang ajaran Islam. Perubahan positif ini tercermin dalam meningkatnya kedisiplinan ibadah, kepedulian terhadap teman, serta keberanian dalam menyampaikan pendapat atau pengalaman religius.

Namun demikian, tidak semua santri merespons dengan perubahan yang signifikan. Beberapa di antaranya menunjukkan sikap pasif atau bahkan resistensi terhadap pesan dakwah, terutama yang masih kuat dipengaruhi oleh lingkungan luar pesantren seperti media sosial, keluarga, atau pergaulan sebelumnya. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan komunikasi persuasif sangat dipengaruhi oleh latar belakang dan kesiapan individu dalam menerima pesan. Oleh karena itu, dibutuhkan pendekatan yang lebih personal dan berkelanjutan agar pesan dakwah dapat menyentuh setiap santri secara efektif, tanpa paksaan tetapi melalui kesadaran yang tumbuh dari dalam dirinya sendiri.

Selain aspek isi dan media yang digunakan, keberhasilan strategi komunikasi persuasif juga dipengaruhi oleh karakter personal pengurus kesarifan itu sendiri. Dari hasil observasi dan wawancara, ditemukan bahwa santri cenderung lebih terbuka dan merespons positif ketika pengurus memiliki pendekatan yang hangat, terbuka, dan tidak menghakimi. Kepribadian pengurus yang ramah, mudah diajak berbicara, serta mampu menjadi pendengar yang baik membuat santri merasa nyaman dan dihargai. Hal ini membuktikan bahwa efektivitas komunikasi bukan hanya ditentukan oleh pesan yang disampaikan, tetapi juga oleh siapa yang menyampaikan dan bagaimana caranya.

Lebih jauh, pendekatan interpersonal yang dibangun pengurus kesarifan menjadi fondasi penting dalam membentuk hubungan emosional dengan para santri. Banyak santri yang mengakui bahwa mereka termotivasi berubah bukan karena isi ceramah semata, melainkan karena kedekatan mereka dengan pengurus yang menjadi teladan dalam sikap dan perbuatan. Keteladanan ini membentuk kredibilitas pengurus dalam menyampaikan dakwah, sehingga pesan yang disampaikan lebih mudah diterima dan dihayati. Dalam konteks ini, komunikasi persuasif tidak hanya bersifat verbal, tetapi juga tercermin dalam perilaku nyata yang konsisten dan penuh keteladanan.

Strategi komunikasi yang digunakan pun tidak bersifat tunggal, melainkan fleksibel dan kontekstual. Dalam beberapa situasi, pengurus menggunakan pendekatan dialogis dengan membuka ruang diskusi seputar persoalan yang sedang dialami santri, seperti kesulitan belajar, konflik pertemanan, atau masalah keluarga. Dengan menghadirkan dakwah sebagai solusi dari permasalahan nyata, santri merasa lebih relevan dan terhubung dengan nilai-nilai keislaman yang ditawarkan. Pendekatan seperti ini terbukti lebih efektif dibandingkan penyampaian normatif yang bersifat instruktif semata.

Sebagian pengurus juga secara aktif memanfaatkan tren digital yang sedang digemari remaja. Mereka membuat konten dakwah singkat dalam bentuk video reels, poster islami, atau quotes motivasi yang disebarluaskan melalui grup WhatsApp atau media sosial internal pesantren. Meski sederhana, strategi ini berdampak besar dalam memperkuat pengaruh dakwah di luar forum formal. Santri merasa dakwah menjadi lebih akrab dengan keseharian mereka, bahkan sering kali mereka ikut membagikan konten tersebut sebagai bentuk partisipasi dakwah digital.

Secara umum, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi persuasif yang menggabungkan aspek emosional, visual, naratif, serta interpersonal mampu membangun keterlibatan aktif santri dalam kegiatan dakwah. Kendati terdapat tantangan dari pengaruh eksternal, komunikasi yang dibangun secara humanis dan kreatif mampu menjadi jembatan dakwah yang lebih bermakna bagi remaja di lingkungan pesantren. Oleh karena itu, pendekatan ini patut dijadikan model dalam pengembangan strategi dakwah yang menysasar generasi muda, baik dalam konteks pesantren maupun di luar lembaga pendidikan formal.

Lebih lanjut, pendekatan *icing device* yang dipadukan dengan komunikasi persuasif menunjukkan efektivitasnya dalam membangun nuansa dakwah yang bersifat partisipatif dan tidak otoriter. Ketika remaja diberikan ruang untuk merespons, bertanya, bahkan berbagi pengalaman spiritual mereka, hal tersebut menciptakan atmosfer yang lebih hidup dan komunikatif. Ini mencerminkan bahwa dakwah tidak lagi dianggap sebagai kegiatan satu arah, melainkan proses dialogis yang melibatkan dua pihak secara aktif. Dengan demikian, rasa kepemilikan terhadap nilai-nilai keislaman pun meningkat di kalangan santri.

Ditemukan pula bahwa beberapa strategi *icing device* paling berdampak justru berasal dari spontanitas pengurus dalam merespons situasi aktual di sekitar santri. Misalnya, ketika terjadi peristiwa yang viral atau isu hangat di media sosial, pengurus dengan sigap mengangkat tema tersebut dalam kajian sebagai pintu masuk untuk membahas nilai-nilai keislaman. Pendekatan ini dinilai santri sangat relevan karena menunjukkan bahwa agama bukanlah sesuatu yang terpisah dari realitas kehidupan mereka sehari-hari.

Dari sisi dinamika kelompok, strategi ini juga menciptakan efek domino positif. Ketika sebagian santri mulai berubah atau menunjukkan antusiasme terhadap kegiatan dakwah, hal tersebut memengaruhi teman-teman sebayanya. Terjadi semacam *peer influence* yang menguatkan semangat kolektif untuk saling mengingatkan dan menumbuhkan kesadaran spiritual bersama. Ini menjadi bukti bahwa komunikasi persuasif yang efektif mampu menimbulkan efek jangka panjang yang melampaui batas ruang penyampaian formal.

Sebagai catatan penting, tidak semua *icing device* berhasil diterima oleh santri secara merata. Beberapa santri justru merasa jenuh jika *icing device* yang digunakan terlalu repetitif atau kurang sesuai dengan konteks mereka. Oleh karena itu, penting bagi pengurus untuk terus melakukan evaluasi dan menyesuaikan pendekatan dengan karakteristik audiens yang dinamis. Fleksibilitas dan sensitivitas terhadap perubahan perilaku remaja menjadi kunci utama agar strategi komunikasi ini tetap relevan dan tidak kehilangan daya tariknya.

Temuan lain yang signifikan adalah bahwa keberhasilan strategi komunikasi persuasif ini sangat berkaitan erat dengan konsistensi. Sekalipun metode yang digunakan menarik dan menyentuh, tanpa keberlanjutan dan ketekunan dalam pelaksanaan, maka pengaruhnya cenderung temporer. Pengurus yang secara rutin hadir, aktif dalam kegiatan, dan menjaga hubungan baik dengan santri menunjukkan hasil yang lebih positif dalam membentuk kesadaran dan perubahan perilaku santri secara bertahap.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa efektivitas komunikasi persuasif dalam kegiatan dakwah pada remaja sangat ditentukan oleh kombinasi antara pendekatan kreatif (*icing device*), relasi interpersonal yang kuat, serta konsistensi dalam pelaksanaan. Pendekatan ini menjadi jawaban atas kebutuhan remaja masa kini yang cenderung mencari makna melalui pengalaman emosional, narasi

yang relatable, dan figur yang mereka percaya. Strategi ini tidak hanya menyasar pemahaman intelektual, tetapi juga menyentuh aspek hati dan emosi, sehingga dakwah terasa lebih hidup dan membumi di tengah kehidupan mereka yang kompleks dan terus berubah.

Analisis dan Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi persuasif yang digunakan oleh pengurus kasantrian di MA Persatuan Islam 76 Tarogong Garut cukup efektif dalam menyampaikan dakwah kepada remaja. Pendekatan ini tidak hanya berorientasi pada penyampaian informasi keagamaan secara normatif, tetapi juga memperhatikan aspek emosional dan psikologis santri, yang cenderung membutuhkan pendekatan yang lebih hangat, kreatif, dan relevan dengan dunia mereka.

Salah satu temuan penting adalah penggunaan icing device, yaitu strategi penyampaian dakwah yang dilengkapi dengan elemen-elemen yang mempermanis dan memperkuat pesan, seperti kisah inspiratif, video motivasi Islami, serta analogi atau perumpamaan yang dekat dengan kehidupan remaja. Pendekatan ini sejalan dengan teori komunikasi persuasif McGuire yang menyatakan bahwa daya tarik pesan, kredibilitas komunikator, dan relevansi konten merupakan faktor penting dalam memengaruhi sikap audiens. Dalam konteks ini, pengurus kasantrian memainkan peran sebagai komunikator yang tidak hanya memiliki otoritas religius, tetapi juga mampu membangun kedekatan emosional dengan para santri.

Respons positif dari sebagian besar santri menunjukkan bahwa komunikasi persuasif berbasis pendekatan personal dan kontekstual mampu membangkitkan kesadaran religius secara lebih mendalam. Hal ini terlihat dari peningkatan partisipasi santri dalam kegiatan keagamaan serta perubahan sikap dan kebiasaan sehari-hari yang lebih selaras dengan nilai-nilai Islam. Temuan ini mendukung gagasan bahwa remaja bukanlah kelompok pasif dalam proses dakwah, melainkan individu yang aktif menafsirkan dan merespons pesan sesuai dengan pengalaman dan kondisi sosial mereka.

Namun demikian, pembahasan ini juga menyoroti adanya tantangan dalam penerapan komunikasi persuasif, khususnya ketika berhadapan dengan santri yang masih terpengaruh oleh lingkungan luar yang kurang kondusif. Meskipun strategi sudah disesuaikan, keberhasilan komunikasi tetap bergantung pada kesiapan internal individu. Oleh karena itu, pengurus kasantrian perlu melakukan pendekatan yang lebih personal, berkelanjutan, dan adaptif, agar dakwah tidak hanya menyentuh permukaan, tetapi mampu mengakar kuat dalam jiwa dan perilaku santri.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menegaskan bahwa komunikasi persuasif yang dikembangkan dalam konteks pendidikan pesantren memiliki potensi besar dalam menanamkan nilai-nilai keislaman pada remaja. Strategi seperti icing device menjadi bukti bahwa dakwah yang dikemas dengan kreatif dan empatik dapat menjangkau hati santri, asalkan dilakukan dengan pemahaman yang baik terhadap karakteristik dan kebutuhan mereka.

Dalam kerangka komunikasi persuasif, pendekatan icing device juga dapat dikaitkan dengan teknik message framing, di mana pesan dikemas sedemikian rupa agar lebih menarik dan dapat menggugah emosi audiens. Dalam kasus ini, pengurus kasantrian tidak hanya menyampaikan dalil atau ajaran agama secara literal, melainkan mengemasnya melalui cerita atau visual yang membentuk konteks emosional yang kuat. Hal ini penting karena emosi berperan sebagai jembatan antara pemahaman kognitif dan motivasi untuk bertindak. Ketika santri merasakan emosi tertentu, seperti empati atau inspirasi, mereka lebih mungkin untuk menginternalisasi pesan dakwah secara lebih dalam.

Di sisi lain, efektivitas strategi ini juga tidak terlepas dari kemampuan pengurus dalam mengenali tren dan budaya populer yang sedang berkembang di kalangan remaja. Ketika pengurus mampu memasukkan unsur budaya populer yang islami, seperti lagu religi, tokoh publik Muslim yang inspiratif, atau tren visual digital yang sedang viral, pesan dakwah terasa lebih membumi. Ini sejalan dengan prinsip contextual relevance dalam komunikasi, yakni pesan akan lebih mudah diterima ketika sesuai dengan konteks sosial dan budaya audiens. Maka, fleksibilitas dan kepekaan terhadap perubahan zaman menjadi aspek penting yang harus dimiliki oleh komunikator dakwah di lingkungan pesantren.

Namun, pembahasan juga menemukan bahwa tidak semua pengurus memiliki keterampilan komunikasi yang sama. Ada beberapa di antaranya yang masih menggunakan pendekatan satu arah atau dominan ceramah formal tanpa variasi, sehingga cenderung membuat santri merasa jenuh. Hal

ini menunjukkan perlunya pelatihan atau pembekalan komunikasi bagi pengurus kesantrian, agar mereka tidak hanya memahami materi dakwah, tetapi juga teknik penyampaiannya yang sesuai dengan psikologi remaja. Komunikasi persuasif yang efektif menuntut penguasaan aspek verbal, non-verbal, dan emosional dalam proses interaksi dakwah.

Temuan ini juga mengindikasikan pentingnya sinergi antara aspek formal dan informal dalam pendidikan pesantren. Sering kali, santri merasa lebih dekat dan terbuka ketika interaksi dilakukan secara informal, seperti saat makan bersama, diskusi santai di asrama, atau kegiatan luar ruangan. Dalam situasi seperti itu, pesan dakwah lebih mudah disampaikan karena tidak dibebani oleh formalitas yang kaku. Hal ini membuktikan bahwa pendekatan interpersonal yang bersifat alami dapat memperkuat efektivitas komunikasi persuasif dalam membentuk karakter keislaman remaja.

Akhirnya, hasil pembahasan ini memberikan kontribusi penting dalam wacana dakwah di lingkungan pendidikan Islam. Pendekatan yang kreatif, personal, dan adaptif terbukti lebih efektif dibandingkan metode dakwah konvensional yang tidak mempertimbangkan dinamika psikososial remaja. Strategi komunikasi persuasif yang dikembangkan pengurus kesantrian di MA Persis 76 Tarogong Garut dapat menjadi model alternatif dalam pengembangan dakwah berbasis pesantren, yang tidak hanya menekankan pada isi ajaran, tetapi juga cara penyampaian yang membangkitkan semangat dan kesadaran spiritual para santri.

Lebih lanjut, efektivitas komunikasi persuasif ini juga tidak dapat dilepaskan dari relasi yang terbangun antara pengurus dan santri. Relasi yang bersifat humanis, terbuka, dan saling menghargai menjadi fondasi kuat dalam proses penyampaian pesan dakwah. Ketika santri merasa diterima dan tidak dihakimi, mereka akan lebih terbuka untuk mendengarkan, bahkan merenungkan pesan-pesan yang disampaikan. Ini merupakan esensi dari komunikasi antarpribadi yang bersifat persuasif, di mana hubungan emosional memiliki pengaruh besar dalam membentuk perubahan sikap. Dalam konteks ini, pengurus berfungsi tidak hanya sebagai penyampai pesan, tetapi juga sebagai pendamping spiritual dan psikologis.

Keterlibatan aktif santri dalam proses dakwah juga menunjukkan bahwa komunikasi persuasif yang bersifat partisipatif cenderung lebih berhasil. Alih-alih hanya menjadi objek dari dakwah, santri diberi ruang untuk berdiskusi, mengajukan pertanyaan, atau bahkan menyampaikan pendapat mereka. Kegiatan semacam ini menciptakan ruang dialogis yang memperkuat pemahaman dan keterikatan terhadap nilai-nilai Islam. Pendekatan ini juga selaras dengan paradigma dakwah kontemporer yang menekankan pentingnya mendengarkan, berdialog, dan membangun kesadaran bersama, bukan sekadar menyampaikan kebenaran secara sepihak.

Dalam praktiknya, strategi *icing device* yang digunakan juga tidak bersifat statis, melainkan terus disesuaikan dengan kondisi dan karakter santri. Sebagai contoh, dalam menghadapi santri yang lebih tertarik pada media sosial atau teknologi, pengurus memanfaatkan konten dakwah berbasis video pendek, kutipan menarik, dan meme Islami yang mengandung pesan moral. Ini merupakan bentuk adaptasi yang menunjukkan bahwa komunikasi persuasif yang berhasil harus senantiasa mengikuti perkembangan zaman dan gaya hidup audiensnya. Maka, dakwah yang efektif adalah dakwah yang mampu menyatu dengan kehidupan sehari-hari, bukan yang terpisah atau terkesan menggurui.

Tidak hanya itu, hasil penelitian ini juga membuka ruang refleksi tentang pentingnya pemetaan karakteristik audiens dalam dakwah. Remaja sebagai objek dakwah bukanlah kelompok yang homogen, tetapi terdiri dari individu dengan latar belakang, minat, dan pengalaman yang berbeda. Oleh karena itu, pengurus perlu memahami karakteristik masing-masing santri untuk menentukan pendekatan komunikasi yang tepat. Pendekatan yang terlalu umum atau terlalu normatif cenderung tidak mampu menjangkau kebutuhan spesifik audiens, sedangkan pendekatan yang personal dan relevan akan lebih mudah menyentuh sisi emosional dan spiritual mereka.

Dari sudut pandang teoritis, penelitian ini memperkaya kajian tentang komunikasi persuasif dalam konteks keagamaan. Temuan-temuan yang diperoleh menunjukkan bahwa teori McGuire tidak hanya berlaku dalam konteks pemasaran atau periklanan, tetapi juga dapat diaplikasikan secara efektif dalam kegiatan dakwah. Elemen seperti daya tarik pesan (*message appeal*), kredibilitas komunikator, serta relevansi sosial dan emosional konten, terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap penerimaan pesan dakwah. Hal ini mengukuhkan bahwa komunikasi persuasif adalah jembatan penting dalam menjangkau hati dan pikiran audiens, terutama pada kelompok remaja yang sedang berada dalam fase pencarian jati diri.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan strategi komunikasi persuasif dalam dakwah kepada remaja sangat bergantung pada kemampuan komunikator untuk memahami dan menyesuaikan pesan dengan kondisi psikososial audiens. Dakwah yang tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga menyentuh emosional, inspiratif, dan disampaikan dengan pendekatan yang akrab dan membumi, lebih memungkinkan untuk mengubah sikap serta membentuk karakter religius yang kuat. Oleh karena itu, strategi seperti icing device dan pendekatan interpersonal yang hangat perlu terus dikembangkan dan didukung, agar dakwah kepada remaja tidak hanya menjadi rutinitas formal, tetapi menjadi proses transformasi spiritual yang menyeluruh.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di MA Persatuan Islam 76 Tarogong Garut, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi persuasif yang diterapkan oleh pengurus kesartrian memiliki efektivitas yang cukup tinggi dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah kepada santri remaja. Pendekatan yang dilakukan tidak bersifat kaku atau monoton, melainkan memanfaatkan berbagai metode kreatif seperti icing device, yakni penyisipan elemen emosional, visual, dan naratif yang memperkuat daya tarik pesan dakwah. Strategi ini menjadikan proses komunikasi dakwah lebih menyentuh secara afektif dan relevan dengan dunia keseharian remaja.

Pengurus kesartrian secara sadar memosisikan diri tidak hanya sebagai penyampai ajaran agama, tetapi juga sebagai komunikator yang memahami kondisi psikologis, sosial, dan emosional santri. Mereka mengemas pesan dakwah melalui kisah inspiratif, video motivasi, analogi keseharian, serta interaksi yang bersifat dialogis dan personal. Hal ini sejalan dengan teori komunikasi persuasif McGuire, yang menekankan pentingnya faktor daya tarik pesan, kredibilitas komunikator, serta relevansi isi bagi audiens. Dengan pendekatan ini, komunikasi dakwah menjadi lebih bersifat membangun hubungan, bukan sekadar menyampaikan informasi.

Respons yang diberikan oleh santri pun menunjukkan kecenderungan positif. Banyak dari mereka merasa lebih termotivasi, lebih mudah memahami nilai-nilai keislaman, dan menunjukkan perubahan perilaku yang lebih Islami dalam kehidupan sehari-hari. Peningkatan partisipasi dalam kegiatan dakwah, keberanian dalam berdiskusi, serta perubahan sikap yang lebih baik menjadi indikator bahwa strategi ini berdampak nyata pada proses internalisasi nilai keagamaan. Namun demikian, terdapat pula tantangan, terutama pada santri yang masih sangat terpengaruh oleh lingkungan luar pesantren. Ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi dakwah perlu dilakukan secara konsisten, berkelanjutan, dan disesuaikan dengan karakteristik individu.

Dari temuan ini dapat disimpulkan bahwa komunikasi persuasif yang dirancang dengan pendekatan humanis dan kreatif mampu menjawab tantangan dakwah di era remaja digital saat ini. Penggunaan icing device menjadi inovasi strategis dalam dunia pesantren, karena memungkinkan terjadinya komunikasi yang tidak hanya informatif, tetapi juga inspiratif. Dengan demikian, dakwah kepada remaja tidak cukup hanya mengandalkan isi yang benar, tetapi juga harus memperhatikan cara penyampaian yang sesuai dengan konteks psikososial mereka.

Oleh karena itu, keberhasilan dakwah kepada remaja dalam lingkungan pesantren sangat dipengaruhi oleh kemampuan komunikator untuk memahami audiens, memilih strategi yang tepat, serta membangun hubungan emosional yang kuat. Model pendekatan yang ditemukan dalam penelitian ini dapat menjadi referensi penting bagi lembaga pendidikan Islam lainnya dalam mengembangkan strategi dakwah yang lebih efektif, adaptif, dan berdampak jangka panjang.

Ucapan Terimakasih

1. Orang tua penulis, Bapak Hibban Muttaqin dan Ibu Ida Rogayah dan Kakak Adik tercinta, atas doa, dukungan, dan kasih sayang yang tidak pernah putus dalam setiap langkah penulis.
2. Ibu Dr. Ida Afidah, Dra., M.Ag., selaku Dekan Fakultas Dakwah sekaligus Dosen Wali dan Dosen Pembimbing I, yang telah memberikan ilmu, pengalaman berharga, serta dukungan selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.
3. Bapak Muhammad Fauzi Arif, S.Sos.I., M.I.Kom., selaku Wakil Dekan 1 Fakultas Dakwah dan Dosen Pembimbing II, yang telah memberikan arahan, bimbingan, serta motivasi selama proses penyusunan skripsi hingga penulisan artikel ini.

4. Ibu Dr. Hj. Nia Kurniati Syam, Dra., M.Si., selaku Wakil Dekan 2 Fakultas Dakwah yang telah memberikan ilmu, pengalaman berharga, serta dukungan selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Malki Ahmad Nasir, S.Ag., M.IRK., Ph.D., selaku Ketua Prodi Komunikasi Penyiaran Islam yang telah memberikan nasihat, motivasi, serta dukungan selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.
6. Pihak MA Persatuan Islam 76 Tarogong Garut, khususnya pengurus kesantrian dan para santri yang telah bersedia menjadi subjek penelitian serta memberikan data yang sangat berharga.
7. Rekan seperjuangan di Prodi Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah UNISBA, yang telah menjadi bagian dari perjalanan akademik penulis.
8. Sahabat Rosalinda dan Gudang Rasa yang telah mendukung peneliti selama masa skripsi.
9. Faiq dan Syauqi, teman seperjuangan yang telah mendorong dan menjadi contoh yang baik bagi penulis.
10. Nia Astrianingrum atas dukungan, semangat, dan kebersamaan yang tak ternilai selama proses penyusunan skripsi ini. Kehadiran dan motivasinya menjadi salah satu sumber kekuatan yang sangat berarti bagi peneliti.

Daftar Pustaka

- Andhiya, S., Shaleh, K., & Natsir, M. A. (n.d.). *Penerapan Nilai-Nilai Dakwah dalam Pemasaran Produk Busana Muslimah Guna Meraih Keberkahan pada Brand Jamise Syar'i*. <https://journals.sangkuriangpublisher.com/person>
- Chaerul Sopyan. (2024). Strategi Komunikasi Dakwah DKM Masjid Jami Nurul Falah dalam Meningkatkan Minat Ibadah Remaja. *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam*, 53–58. <https://doi.org/10.29313/jrkpi.v4i1.3910>
- Ridwan Sadili, & Komarudin Shaleh. (2022). Strategi Komunikasi Persuasif dalam Penghimpunan Dana Wakaf di Pondok Pesantren X. *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam*, 1(2), 133–137. <https://doi.org/10.29313/jrkpi.v1i2.576>
- McGuire, W. J. (1985). Attitudes and Attitude Change. In G. Lindzey & E. Aronson (Eds.), *Handbook of Social Psychology* (3rd ed., Vol. 2). New York: Random House.
- Effendy, Onong Uchjana. (2003). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Jalaluddin, Rakhmat. (2007). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Arifin, Anwar. (2005). *Strategi Komunikasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Azra, Azyumardi. (1999). *Pendidikan Islam: Tradisi dan Modernisasi Menuju Milenium Baru*. Jakarta: Logos Wacana Ilmu.
- Mulyana, Deddy. (2001). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Yusuf, Syamsu. (2004). *Psikologi Perkembangan Anak dan Remaja*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Hafied Cangara. (2015). *Komunikasi Antarpribadi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Qomar, Mujamil. (2007). *Pesantren: Dari Transformasi Metodologi menuju Demokratisasi Institusi*. Jakarta: Erlangga.

Syukur, Siti Rochani. (2003). *Komunikasi Dakwah*. Jakarta: Logos Wacana Ilmu.

Sobur, Alex. (2004). *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik dan Analisis Framing*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Anderson, Monica dan Jiang, Jingjing. (2018). *Teens, Social Media & Technology 2018*. Pew Research Center. Retrieved from: <https://www.pewresearch.org> (dapat dijadikan sumber perkembangan media digital dan remaja)