

STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH PERSUASIF PRIMA DMI DALAM MEMBINA REMAJA MASJID DI NAGARI PANINGGAHAN KEC. JUNJUNG SIRIH KAB.SOLOK

Nanda Salvikar, Marhen, Ismiati
UIN Mahmud Yunus Batusangkar
salvikarnanda2@gmail.com, marhen@uinmybatusangkar.ac.id, ismiati@uinmybatusangkar.ac.id

DOI: 10.31958/kinema.v4i2.16549

ARTICLE INFO

Article history

Received: 08-11-2025

Revised: 13-11-2025

Accepted: 30-11-2025

Keywords:

Dakwah Communication
Strategy,
Mosque Youth,
PRIMA DMI

ABSTRACT

The main issue in this thesis is the persuasive da'wah communication strategy implemented by PRIMA DMI in guiding mosque youth in Nagari Paninggahan, Junjung Sirih District, Solok Regency. The purpose of this research is to explain how PRIMA DMI identifies its audience, formulates messages, determines methods for guiding mosque youth, and how it utilizes media to deliver da'wah messages. Additionally, it seeks to identify the success factors and challenges faced by PRIMA DMI in delivering its da'wah messages. This research adopts a qualitative approach, with data collection techniques including observation, interviews, and documentation. The research informants consist of the General Chairperson, PRIMA DMI administrators, and mosque youth. The data analysis technique follows a process of data collection, data display, data reduction, verification, and conclusion drawing. To ensure data validity, the triangulation method is applied. The research findings reveal: (1) PRIMA DMI employs a creative communication strategy in identifying its audience by recognizing the character, needs, and interests of youth, using casual and relatable language. (2) PRIMA DMI formulates engaging, educational, and inspirational messages by embedding Islamic values and emphasizing their benefits to youth, using a persuasive approach through real-life stories and inspirational figures. (3) In determining methods, PRIMA DMI applies persuasive and emotional communication, using casual language, humor, and creative social media content to attract mosque youth, build emotional bonds, and encourage participation in Islamic activities. (4) PRIMA DMI utilizes digital media and community-based activities to spread da'wah, foster togetherness, and support the spiritual and social growth of mosque youth. (5) PRIMA DMI's success is driven by its community-based approach, effective use of digital media, and engaging, creative, and interactive da'wah strategies. However, it also faces challenges such as modern lifestyle distractions, limited resources, diverse youth characteristics, and the negative influence of social media content in its da'wah efforts.

PENDAHULUAN

Islam adalah agama dakwah, yaitu agama yang menugaskan umatnya untuk menyebarkan dan mensyi'arkan ajaran Islam kepada seluruh umat manusia. hakikat dakwah adalah mengajak manusia supaya masuk ke dalam ajaran Allah secara menyeluruh. Dakwah juga merupakan tugas setiap umat Islam sebagai upaya meneruskan risalah yang dibawa Nabi Muhammad SAW, kemudian disampaikan kepada para sahabat dan diajarkan kepada para pengikutnya (*tabi'in*), dan disampaikan kepada umat manusia sehingga mata rantai risalah

ajaran ilahi sampai kepada kaum muslimin dengan melalui metode, sarana, media yang berkembang sesuai pada zamannya masing-masing.

Komunikasi akan berhasil apabila pesan yang disampaikan oleh komunikator cocok dengan kerangka acuan, yakni panduan pengalaman dan pengertian yang pernah diperoleh oleh komunikan. Kegiatan komunikasi pada prinsipnya adalah aktivitas pertukaran ide atau gagasan secara sederhana, dengan demikian kegiatan komunikasi itu dapat dipahami sebagai kegiatan penyampaian pesan atau ide, arti dari satu pihak ke pihak yang lain, dengan tujuan untuk tujuan komunikasi yaitu menghasilkan kesepakatan bersama terhadap ide atau pesan yang disampaikan tersebut. (Vardhani, 2018)

Dakwah merupakan kewajiban bagi muslim dan Muslimah pada setiap masa dan keadaan. M. Natsir tokoh Islam modernis dalam buku monumentalnya Fiqhud Da'wah, menyatakan bahwa dakwah dalam arti luas adalah kewajiban yang harus dipikul oleh tiap-tiap muslim dan Muslimah. Dakwah secara terminology, banyak pendapat tentang definisi dakwah di antaranya ialah Toha Yahya Umar, dakwah adalah mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan untuk kemaslahatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan akhirat. Sedangkan menurut M. Arifin, dakwah adalah suatu kegiatan ajakan dalam bentuk lisan, tulisan, tingkah laku, dan sebagainya yang dilakukan secara sadar dan terencana dalam usaha mempengaruhi orang secara individu maupun kelompok agar supaya timbul dalam dirinya suatu pengertian, kesadaran, sikap, penghayatan, serta pengamalan terhadap ajaran agama, pesan yang disampaikan kepadanya tanpa ada unsur-unsur paksaan (Ritonga, 2019)

Dakwah Islam dapat dikatakan baik apabila dakwah yang disampaikan tidak dengan cara kekerasan. Maka komunikasi dakwah harus dilaksanakan dengan pertimbangan yang dapat memberikan hikmah dan lebih bermanfaat bagi Masyarakat. karena aktivitas dakwah merupakan kegiatan usaha mempengaruhi dan menciptakan perubahan dalam masyarakat. Akan tetapi perubahan-perubahan yang dilakukan jangan sampai menyebabkan gejolak yang tidak seharusnya diharapkan.

Oleh karenanya, dalam komunikasi dakwah bukan hanya sekedar proses penyampaian suatu pesan mengenai dakwah oleh seseorang kepada orang lain. Bukan pula merupakan pengertian komunikasi plus dakwah atau ditambah pengertian dakwah. Untuk itu, jika menelaah pengertian komunikasi dakwah harus dikaji tidak secara atomistik dengan memilah-milah setiap komponen yang terlibat, tetapi harus ditelaah secara holistic, dengan melihat komponen antara yang satu dengan komponen yang lain secara fungsional, dimana terdapat tujuan yang jelas yang akan dicapai.

Sebelum suatu pesan dakwah dikonstruksikan untuk disampaikan kepada komunikan dengan tujuan mempengaruhi dan mengajak, disitu harus terdapat materi/pesan dakwah yang dirumuskan sesuai dengan ajaran Islam. Perlu diingat juga bahwa pengertian komunikasi dakwah tidak ditekankan pada aspek tujuannya saja, tetapi juga menekankan efek yang muncul kepada komunikan sebagai akibat dari penyampaian suatu pesan. Lebih lanjut, jika ditinjau dari prosesnya, dakwah adalah komunikasi dalam arti kata bahwa dalam proses tersebut terlibat dua komponen yang terdiri dari dua manusia, yakni *Da'i* sebagai komunikator, dan *mad'u* sebagai komunikan. Proses tersebut berlangsung dalam kegiatan dakwah, yaitu proses penyampaian pesan dakwah kepada *mad'u*. Selain itu, komunikasi dalam proses dakwah tidak hanya ditujukan untuk memberikan pengertian, mempengaruhi sikap, membina hubungan sosial yang baik, tetapi tujuan terpenting dalam komunikasi dakwah adalah mendorong *mad'u* untuk bertindak melaksanakan ajaran-ajaran agama terlebih dahulu memberikan pengertian, mempengaruhi sikap dan membina hubungan baik.

Strategi komunikasi dakwah merupakan sebuah perencanaan yang efektif dan sistematis dari komunikator (*Da'i*) untuk merubah perilaku komunikan (Masyarakat) sesuai dengan ajaran Islam. Dalam hubungannya dengan dakwah Islam, strategi komunikasi dakwah merupakan kepiawaian seorang da'i dalam menangani sesuatu, terkait metode dan pendekatan yang digunakan untuk meraih sesuatu, serta memiliki watak dasar identifikasi,

dan bukan apologistik. Untuk itu, dalam proses menjalankan strategi komunikasi dakwah, tentu kepekaan membaca situasi, karakter komunikan (pendengar) oleh *Da'i* akan memiliki dampak cukup signifikan. Elemen yang harus diperhatikan dalam merumuskan strategi komunikasi adalah pengenalan khalayak, pesan, metode, media, dan komunikator. Sumber lain menyebutkan bahwa strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, perencanaan dan eksekusi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu (Sudarman, 2018).

Untuk menentukan sebuah strategi komunikasi dakwah, kita bisa berkaca dari perjalanan dakwah yang dilakukan Rasulullah dan pada sahabat dalam menyebarkan Islam ke penjuru negeri. Diantaranya seperti Rasulullah mendirikan masjid dan menjadikan masjid sebagai pusat kegiatan komunikasi dakwah dan seluruh aktivitas umat Islam. Dengan cara ini, Rasulullah dapat merangkul para *Mad'u* yang juga lebih didominasi oleh kaum muda untuk lebih dekat dengan Islam. Begitu besarnya kepedulian Rasulullah terhadap kaum muda, sampai beliau menjanjikan balasan kebaikan yang tertulis dalam sebuah hadits bahwa "Ada tujuh golongan manusia yang akan mendapat naungan Allah pada hari yang tidak ada naungan kecuali naungan-Nya yakni, pemimpin yang adil, seorang pemuda yang menyibukkan dirinya dengan ibadah kepada rabbnya, seorang laki-laki yang hatinya terpaut dengan masjid, dua orang laki-laki yang saling mencintai karena Allah, seorang laki-laki yang diajak berbuat maksiat oleh seorang wanita lagi cantik lalu dia berkata, aku takut kepada Allah, dan seorang yang bersedekah dengan menyembunyikannya hingga tangan kirinya tidak mengetahui apa yang diinfakkan oleh tangan kanannya, serta seorang laki-laki yang berdzikir kepada Allah dengan mengasingkan diri hingga kedua matanya basah karena menangis" (HR. Bukhari)

Begitu pentingnya merangkul kaum muda agar tetap berada di jalan yang benar, juga menjadi masalah utama pendakwah pada saat ini. Untuk tetap memastikan adanya estafet dari perjalanan dakwah ini, para pendakwah juga harus mempersiapkan generasi penerus Islam yang berkualitas dan berintegritas. Menanamkan nilai-nilai Islam sejak dini merupakan suatu hal yang sangat penting untuk dilakukan. Apalagi ketika seseorang sudah mulai dapat memilih dan memilah tentang kebaikan dan keburukan. Hal inilah yang saat ini terjadi pada diri seorang remaja. Dan proses untuk mentransfer dasar-dasar ini yang berkaitan tentang kelslaman pada saat ini dapat dilakukan kepada diri seorang remaja.

Namun, di era yang modern ini dengan pesatnya perkembangan teknologi menjadi tantangan besar bagi pendakwah. Baik itu dakwah yang dilakukan sendirian maupun berjamaah (berorganisasi). Khususnya di daerah Kecamatan Junjung Sirih sendiri. Salah satu kegiatan dakwah yang harus intensif dilakukan oleh para juru dakwah dan organisasi Islam adalah pembinaan kelslaman masyarakat desa agar menjadikan Islam sebagai jalan hidup bagi setiap manusia (Arifin, 2018)

Besarnya pengaruh negatif dari perkembangan teknologi tersebut, sangat mempengaruhi keadaan spiritual remaja itu sendiri. Hal ini menjadi tanggung jawab besar bagi kita semua untuk tetap merangkul remaja agar tidak terpengaruh akan besarnya dampak buruk yang diakibatkan dengan menyalahgunakan masa remajanya. Sebagai generasi penerus bangsa, kita tidak seharusnya meninggalkan mereka dalam keadaan lemah.

Kekhawatiran akan masa remaja yang sangat rentan dengan hal-hal negatif semakin tinggi dikarenakan merajalelanya Narkotika, seks bebas, hamil di luar nikah, aborsi, pemerkosaan, pelecehan seksual, perkelahian antar remaja maupun pelajar, semua itu menjadi masalah yang lumrah di kalangan remaja. Belum lagi dengan sikap mental malas, pengaruh budaya asing, tidak mau bekerja keras dan ingin serba instan. Tidak akan membuahkan hasil jika tidak diiringi dengan pembinaan dan pengawasan dari kita. Baik itu sebagai orang tua, teman, maupun pihak yang bersangkutan akan kesejahteraan para remaja.

Oleh karena itu, pembinaan sejak dini perlu dilakukan untuk para remaja. Pembinaan merupakan membina dengan kegiatan yang dilakukan secara berdaya guna dan berhasil guna memperoleh hasil yang baik. Pembinaan remaja Islam sangat erat kaitannya dengan apa yang

bisa mendekatkan remaja dengan kebiasaan yang baik, dan yang biri bisa tersingkirkan dengan sendirinya. Dan melihat perkembangan remaja Islam saat ini, sudah saatnya dilakukan suatu pembinaan yang terstruktur agar remaja tersebut dapat melakukan kegiatan-kegiatan yang bermanfaat, terorganisir dan dilakukan di dalam masjid.

Kemudian timbul kesadaran bahwa tidak hanya pembinaan dari rumah secara informal untuk membina remaja Islam, sehingga perlunya organisasi permanen. Akhirnya dibentuklah remaja yang dapat menyibukkan dirinya dan selalu mendekatkan dirinya dengan masjid. Maka dibentuklah remaja masjid. Dan saat ini tidak bisa dipungkiri juga bahwa sudah banyak remaja yang telah terbentuk dan remaja masjid telah menjadi salah satu wadah favorit kegiatan remaja muslim.

Tidak hanya berfokus pada pembentukan remaja masjid, sebagaimana telah diketahui juga bahwa masalah kerja dakwah untuk membina para remaja Islam sangat luas dan kompleks, maka pembinaan sejatinya tidak bisa dikerjakan dengan sendirian, akan tetapi harus dikerjakan secara terorganisasi melalui sebuah institusi yang dikelola secara profesional. Sebab untuk memaksimalkan pelaksanaan tugas-tugas dakwah, maka kehadiran organisasi dakwah sangat dibutuhkan, paling tidak berperan dalam mengorganisasikan seluruh unsur dakwah agar dapat berperan secara maksimal. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa sebuah organisasi dakwah tidak akan dapat terselenggara dengan maksimal tanpa menerapkan fungsi-fungsi manajemen seperti perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengawasan. Salah satu organisasi atau Lembaga yang bergerak di bidang dakwah yaitu Perhimpunan Remaja Masjid Dewan Masjid Indonesia (PRIMA DMI).

Dewan Masjid Indonesia (DMI) adalah organisasi Tingkat nasional dengan tujuan untuk mewujudkan fungsi masjid sebagai pusat ibadah, pengembangan Masyarakat dan persatuan umat. Perhimpunan Remaja Masjid Dewan Masjid Indonesia (PRIMA DMI) didirikan dan dideklarasikan di Masjid Negara Istiqlal Jakarta pada tanggal 9 Sya'ban 1436 Hijriyah bertepatan dengan tanggal 27 Mei 2015 Masehi yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Pimpinan Pusat Dewan Masjid Indonesia No.078/PP-DMI/SK/V/2015 dengan maksud untuk meningkatkan keimanan, ketaqwaan, akhlak mulia dan kecerdasan umat serta tercapainya masyarakat adil makmur yang diridhai Allah SWT, dalam wilayah Negara Republik Indonesia.

Perhimpunan Remaja Masjid Dewan Masjid Indonesia (PRIMA DMI) merupakan sebuah fusi atau gabungan dari tujuh organisasi kepemudaan Islam yang dilahirkan dan diinisiasi oleh Pendiri PRIMA DMI. PRIMA DMI dilahirkan dengan sebuah spirit agar DMI memiliki badan otonom yang mampu menjadi jembatan dan mempersiapkan kader-kader bagi upaya untuk memakmurkan masjid. PRIMA DMI adalah organisasi kepemudaan dan wadah komunikasi pergerakan remaja masjid seluruh Indonesia yang melaksanakan Gerakan dakwah, serta menjadikan masjid sebagai pusat kegiatan pembinaan Aqidah, ibadah, akhlak, ukhuwah, keilmuan, keterampilan dan kesejahteraan umat.

Strategi dakwah yang dilakukan PRIMA DMI memiliki karakteristik khas yang sesuai dengan kebutuhan generasi muda. Ada beberapa fenomena strategi dakwah yang dilakukan PRIMA DMI yaitu menekankan pentingnya memberdayakan remaja masjid agar memiliki keterampilan kepemimpinan dan manajemen. Strategi ini dilakukan melalui dengan adanya pelatihan kepemimpinan remaja, workshop tentang manajemen masjid dan organisasi, dan program kaderisasi yang berkesinambungan. Kemudian PRIMA DMI juga berfokus pada pembentukan komunitas remaja masjid yang inklusif dan dinamis. Pendekatan ini bertujuan untuk menciptakan lingkungan yang kondusif bagi remaja dalam memahami agama melalui interaksi sosial yang sehat. Kegiatan yang sering kali dilakukan yaitu berupa Majelis ilmu santai (kajian dengan tema yang relevan untuk remaja), program mentoring dan diskusi keislaman, dan aktivitas sosial seperti bakti sosial, kerja bakti, atau kampanye kebersihan masjid.

PRIMA DMI (Perhimpunan Remaja Masjid dewan Masjid Indonesia) memiliki beberapa keunikan yang membedakannya dengan organisasi dakwah dan remaja masjid lainnya yang mana PRIMA DMI memiliki keterkaitan langsung dengan Dewan Masjid Indonesia (DMI) yang

berada dibawah naungan Dewan Masjid Indonesia yang merupakan lembaga nasional, yang mana hal ini memberikan akses langsung kepada PRIMA DMI untuk bersinergi dengan program-program DMI, sehingga memiliki dampak yang lebih luas dan strategis. Kemudian PRIMA DMI tidak hanya bertujuan membangun kesadaran religius, tetapi juga memberdayakan remaja masjid dalam berbagai aspek seperti kepemimpinan, kewirausahaan, pendidikan dan teknologi. PRIMA DMI memiliki jaringan yang tersebar secara nasional. Ini memungkinkan kolaborasi antarwilayah yang lebih efektif dan menciptakan

Gerakan dakwah yang terorganisir hingga ke tingkat lokal. Kemudian memiliki sistem kaderisasi yang jelas, mulai dari tingkat dasar hingga tingkat lanjut. Hal ini memastikan regenerasi pemimpin remaja masjid yang kompeten dan memiliki wawasan luas. PRIMA DMI bukan hanya sebagai wadah untuk aktivitas keagamaan, tetapi juga sebagai pusat generasi muda yang berorientasi pada masjid.

Tidak hanya itu, untuk dapat melakukan komunikasi dakwah secara efektif Perhimpunan Remaja Masjid Dewan Masjid Indonesia (PRIMA DMI) di kec. Junjung Sirih Kab. Solok ini dibentuk untuk menciptakan generasi kader penerus bagi dewan masjid atau remaja masjid, terutama dalam mengurus haji besar umat Islam, dalam mengurus rumah Allah seperti masjid-masjid yang sangat megah, namun di satu sisi tidak banyak perangkat organisasi maupun aktivis yang berkulat mengabdikan diri di masjid. Disisi lain, anak muda, generasi muda Islam saat ini banyak yang masih enggan ke masjid. Ini adalah tantangan pertama, bagaimana PRIMA DMI bisa menyeru, mengajak, membujuk secara persuasif, pemuda dan remaja Islam untuk hadir memenuhi dan memakmurkan masjid.

Pada penelitian ini, peneliti menfokuskan subjek penelitian kepada Pengurus PRIMA DMI dan remaja masjid. Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang Bagaimana strategi Komunikasi dakwah persuasif PRIMA DMI dalam membina remaja masjid di Nagari Paninggahan Kec. Junjung Sirih Kab. Solok.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan kualitatif dan bersifat deskriptif. Dalam hal ini, penulis berusaha mengungkap suatu makna yang mendalam dan holistic tentang strategi dakwah yang dilakukan oleh PRIMA DMI dalam membina remaja di Nagari Paninggahan.

Metode penelitian deskriptif merupakan proses pencarian fakta, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai sifat-sifat serta hubungan antara fenomena yang diteliti. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif, yaitu dengan cara memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, dan tindakan (Moleong, 2007)

Metode penelitian kualitatif ini merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskripsi berupa kata-kata tertulis atau lisan dan perilaku yang dapat diamati. Penelitian kualitatif ini bertujuan untuk menjelaskan kondisi dan fenomena sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data. Penelitian ini tidak mengutamakan besarnya populasi atau sampel sangat terbatas data sudah terkumpul mendalam dan bisa menjelaskan kondisi dan fenomena yang diteliti, maka tidak perlu mencari sampling lainnya. Karena yang ditekankan adalah kualitas data (Sugiyono, 2001)

Penelitian ini merupakan bentuk penelitian sosial yang menggunakan format deskriptif kualitatif yaitu penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan, meringkas berbagai kondisi, sebagai situasi atau berbagai fenomena realitas sosial yang ada di masyarakat sebagai objek peneliti, dan berupaya menarik realitas itu kepramukaan sebagai ciri, karakter, sifat, model dan gambaran tentang kondisi, situasi, ataupun fenomena tertentu. Penelitian ini dilakukan di Nagari Paninggahan Kec. Junjung Sirih Kab. Solok, dimana daerah ini adalah tempat peneliti dalam melakukan penelitian terkait dengan masalah yang menjadi penelitian peneliti. Alasan

dipilih daerah ini karena adanya permasalahan dan fenomena mengenai strategi komunikasi dakwah persuasif PRIMA DMI dalam membina remaja di Nagari Paninggahan ini, sehingga peneliti tertarik melakukan penelitian.

Kesuksesan dan keberhasilan peneliti ditentukan oleh instrumen dalam penelitian tersebut, instrumen penelitian adalah pedoman tertulis tentang wawancara, pengamatan, instrumen penelitian adalah alat atau perangkat yang digunakan untuk mengumpulkan data yang berfokus pada pemahaman mendalam tentang fenomena, pengalaman, atau perspektif tertentu. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah peneliti sendiri dan orang lain yang membantu wawancara, pengamatan, bertanya dan lainnya. Sumber data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subyek penelitian menggunakan alat pengukuran atau pengukuran data langsung pada objek sebagai sumber informasi yang akan dicari. Data tersebut diperoleh dari pengurus PRIMA DMI Kec. Junjung Sirih yaitu Akmal Affani selaku Ketua dan Pengurus PRIMA DMI, remaja masjid di Kec. Junjung Sirih Kab. Solok, dan Masyarakat di Nagari Paninggahan. Sumber data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber data kedua dari data yang kita butuhkan. Data sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh melalui perantara atau secara tidak langsung, yang berupa buku, catatan, bukti yang telah ada, atau arsip baik yang dipublikasikan maupun yang tidak dipublikasikan secara umum. Dalam hal ini berupa data sekunder yang dibutuhkan yaitu, buku referensi, majalah, internet, ataupun referensi lain yang mendukung penelitian ini (Sugiyono, 2013).

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan tiga teknik yaitu observasi (pengamatan), interview (wawancara), dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis Miles dan Huberman. Miles dan Huberman mengemukakan aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh (Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, 2018). Terdapat tiga unsur dalam kegiatan proses analisis data, diantaranya, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

PRIMA DMI Mengenal Khalayak dalam Membina Remaja Masjid

PRIMA DMI menerapkan berbagai strategi untuk memahami dan mengenali audiensnya, khususnya remaja masjid, dengan pendekatan yang sesuai dengan kebutuhan dan karakter mereka. Salah satu cara utama yang digunakan adalah dengan memahami lingkungan sosial remaja dan menyediakan ruang bagi mereka untuk bersosialisasi di lingkungan masjid. Selain itu, PRIMA DMI mengadopsi pendekatan berbasis komunitas dan seni Islami sebagai daya tarik bagi remaja agar lebih aktif dalam kegiatan keagamaan.

Untuk meningkatkan efektivitas dakwahnya, PRIMA DMI juga menggunakan metode religius yang inovatif dan menyenangkan. Di Nagari Paninggahan, pendekatan personal dan interaksi sosial menjadi strategi utama dalam membangun kedekatan dengan remaja masjid. Diskusi informal juga dimanfaatkan sebagai sarana untuk mempererat hubungan antara pengurus dan remaja, sehingga mereka merasa lebih nyaman dalam menyampaikan pendapat dan menerima pesan dakwah.

Secara keseluruhan, PRIMA DMI mengombinasikan pendekatan berbasis komunitas, seni Islami, media digital, serta interaksi sosial langsung guna memahami lebih dalam kebutuhan remaja masjid serta membangun hubungan yang lebih erat dengan mereka.

Mengenal khalayak haruslah merupakan langkah pertama bagi komunikator dalam usaha komunikasi yang efektif. Khalayak itu tidak pasif melainkan aktif sehingga antara komunikator dan komunikan bukan hanya terjadi hubungan, tetapi juga saling mempengaruhi.

a. Faktor Kerangka Referensi

Pesan komunikasi yang akan disampaikan kepada komunikan harus sesuai dengan kerangka referensi. Kerangka referensi seseorang terbentuk dari pengalaman dan kehidupan sosial manusia. Seperti halnya gaya hidup norma hidup status sosial dan ideologi.

b. Faktor Situasi dan Kondisi

Situasi yang dimaksud di sini ialah situasi komunikasi pada saat komunikan akan menerima pesan yang akan disampaikan oleh komunikator. Agar komunikasi berjalan efektif, tempat penyampaian pesan komunikasi haruslah diperhatikan. Kita perlu mengatur tempat dan ruangan di mana komunikasi akan berlangsung, sehingga hambatan yang datang dapat diminimalisir. Yang dimaksud dengan kondisi yaitu keadaan fisik dan psikis komunikan pada saat ia menerima pesan komunikasi. Komunikasi kita tidak akan efektif apabila komunikan sedang marah, sedih, bingung, sakit atau lapar. Dalam menghadapi komunikan dengan kondisi seperti itu kita diharapkan sebisa mungkin untuk menciptakan suasana yang menyenangkan. Akan tetapi tidak jarang pula kita harus melakukannya pada saat itu juga.

Untuk menciptakan persamaan kepentingan tersebut, maka komunikator harus mengerti dan memahami kerangka pengalaman dan kerangka referensi khalayak secara tepat dan seksama, yang meliputi: (1) Kondisi kepribadian dan kondisi fisik khalayak yang terdiri dari pengetahuan khalayak mengenai pokok persoalan, kemampuan khalayak untuk menerima pesan-pesan lewat media yang digunakan, pengetahuan khalayak terhadap perbendaharaan kata-kata yang digunakan; (2) Pengaruh kelompok dan masyarakat serta nilai-nilai dan norma-norma kelompok dan masyarakat yang ada dan (3) situasi dimana khalayak itu berada

Setiap individu adalah unik, oleh karena itu mereka memerlukan pelayanan yang beragam dalam hal apa pun, termasuk dalam kegiatan komunikasi. Demi mencapai tingkatan komunikasi yang timbal balik menurut Curtis (1996), penyaji (komunikator) harus mengetahui sebanyak-banyaknya tentang penyimak (khalayak), meskipun tidak mungkin menggambarkan seluruh variabel individual dari khalayak tersebut. Untuk memperlakukan khalayak sebagai persona yang unik diperlukan analisis khalayak atau mengenal khalayak, yaitu aktivitas proses pemeriksaan dengan khalayak, untuk objektif/empiris (dapat diamati) yang berhubungan dengan khalayak, untuk memperoleh pemahaman tentang mereka sebagai penerima pesan. Memahami khalayak dalam segi minat pada topik yang akan disampaikan, situasi yang mempengaruhi, kecenderungan, dan organisasi komunikasi yang dimiliki, dapat membantu dalam mempermudah pelaksanaan kegiatan komunikasi dan pencapaian tujuannya.

Dalam suatu perencanaan komunikasi, mengenal khalayak merupakan langkah awal yang memulai langkah-langkah kegiatan komunikasi berikutnya. Dengan mengenal khalayak, diharapkan tujuan akhir komunikasi yang dilaksanakan sesuai dengan kebutuhan khalayak, kondisi atau iklim organisasi, kelompok, dan sistem sosial khalayak. Disamping itu, dengan mengenal khalayak suatu program komunikasi akan lebih dapat memanfaatkan potensi-potensi yang ada dan dimiliki oleh mereka.

Menurut Elihu Katz dan Herbert Blumler dalam (Morissan, 2013) menjelaskan bahwa audiens secara aktif memilih dan menggunakan media sesuai dengan kebutuhannya. Dalam konteks PRIMA DMI, remaja masjid memiliki kebutuhan akan ruang sosial, interaksi, dan hiburan yang relevan dengan kehidupan mereka. Oleh karena itu, PRIMA DMI menggunakan metode berbasis komunitas, seni Islami, dan media digital untuk memenuhi kebutuhan tersebut.

Menurut Herbert Blumler pada tahun 1939 dalam (Sobur, 2004) menjelaskan bahwa interaksi sosial yang terjadi dengan menggunakan simbol-simbol dengan makna tertentu. Simbol tersebut bisa memicu terjadinya interaksi sosial antara satu individu dengan individu lainnya. Pendekatan personal dan interaksi sosial yang diterapkan di Nagari Paninggahan sejalan dengan teori interaksi sosial yang menekankan bahwa komunikasi dan hubungan antarindividu dibangun melalui simbol dan makna yang dikonstruksi bersama. Diskusi informal yang digunakan PRIMA DMI menjadi salah satu cara membangun hubungan yang lebih dekat dengan remaja, sehingga pesan dakwah lebih mudah diterima.

PRIMA DMI Menyusun Pesan untuk Menarik Perhatian Remaja Masjid

Penyusunan dan penyampaian pesan oleh PRIMA DMI memiliki beberapa karakteristik utama. Pertama, penggunaan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami agar pesan dapat diterima dengan baik oleh remaja masjid. Kedua, PRIMA DMI menekankan fokus pada inti pesan yang ingin disampaikan, sehingga komunikasi menjadi lebih jelas, efektif, dan tidak menimbulkan kebingungan di kalangan audiens. Selain itu, pesan yang disampaikan selalu bersifat inspiratif, menghindari kesan menghakimi atau menakut-nakuti, serta mengandung nilai-nilai Islam yang relevan dengan kehidupan remaja. PRIMA DMI juga berupaya mendorong remaja masjid untuk berperan sebagai agen perubahan yang positif di lingkungan mereka. Dengan pendekatan yang komunikatif, persuasif, dan berbasis nilai-nilai Islam, PRIMA DMI bertujuan membangun generasi muda yang lebih baik dan berkarakter Islami.

Setelah mengenal khalayak dan situasinya, maka langkah selanjutnya dalam perumusan strategi ialah menyusun pesan dengan menentukan tema dan materi sebagai syarat utama dalam mempengaruhi khalayak dengan mampu membangkitkan perhatian. Lewat bangkitnya suatu perhatian, maka efektivitas penyampaian pesan-pesan dapat terlaksana. Dalam menentukan tema dan materi atau isi pesan yang akan disampaikan kepada khalayak sesuai kondisinya dikenal dengan dua bentuk penyajian permasalahan yaitu yang bersifat *one side issue* (sepihak) dan *both sides issue* (kedua belah pihak). *One side issue* dimaksudkan sebagai penyajian masalah yang bersifat sepihak, yaitu dengan mengemukakan hal yang positif saja, atau hal-hal yang negatif saja kepada khalayak. Sebaliknya *both sides issue* suatu permasalahan yang disajikan baik negatif maupun positifnya.

Pesan merupakan substansi dari komunikasi yang disampaikan oleh komunikator. Inti dari pesan ini berfungsi sebagai panduan dalam upaya mengubah sikap dan perilaku komunikan. Dalam hal ini, pesan harus disusun dengan baik agar tujuannya tercapai dengan efektif. Dalam menyusun pesan, pengirim pesan atau komunikator paham akan latar belakang dari target atau komunikan. Hal yang akan disampaikan atau yang biasa disebut dengan pesan yang akan disampaikan ke penerima pesan harus semenarik mungkin. Efektivitas dapat dilihat dari bagaimana komunikan tertarik dengan pesan-pesan yang akan disampaikan oleh komunikator. Layaknya berinteraksi dengan anak, komunikator harus mengemas pesan secara menarik dan mudah diterima agar pesan yang disampaikan sampai kepada komunikan secara utuh. Dalam menyusun pesan, pengirim atau komunikator paham akan latar belakang dari target atau komunikan. Hal yang akan disampaikan atau yang bisa disebut dengan pesan yang akan disampaikan kepada khalayak atau audiens harus semenarik mungkin.

Dalam menyusun pesan, mengolah kata-kata demi efektivitas komunikasi identik dengan menggayakan pesan yang akan disampaikan. Menggayakan pesan artinya mengolah bahasa demi terciptanya gaya dalam upaya menjelaskan isi pesan demi tercapainya efektivitas komunikasi.

Menurut Shannon dan Weaver dalam penyusunan dan penyampaian pesan yang efektif sangat bergantung pada beberapa prinsip utama, termasuk kejelasan, relevansi, dan daya tarik pesan. Kesederhanaan bahasa yang berhubungan dengan prinsip kejelasan (*Message clarity*). Menurut teori komunikasi efektif, pesan harus disampaikan dalam bahasa yang sesuai dengan tingkat pemahaman audiens agar dapat diterima dengan baik. Dalam hal ini, PRIMA DMI menerapkan prinsip ini dengan menggunakan bahasa yang mudah dipahami oleh remaja masjid, sehingga informasi dapat tersampaikan dengan baik tanpa adanya distorsi makna.

PRIMA DMI Menetapkan Metode dalam Membina Remaja Masjid

PRIMA DMI menerapkan berbagai metode komunikasi untuk menarik perhatian dan mempengaruhi remaja masjid, dengan fokus pada teknik komunikasi persuasif yang efektif. Salah satu strategi yang digunakan adalah pendekatan yang sesuai dengan karakter dan kebutuhan remaja, seperti penggunaan bahasa yang santai, tidak terlalu formal, dan mudah dipahami agar pesan lebih relatable. Selain itu, PRIMA DMI juga memanfaatkan daya tarik

emosional dalam penyampaian pesan, misalnya dengan menyajikan kisah-kisah inspiratif tentang perjuangan hidup, kebersamaan, serta persahabatan yang relevan dengan kehidupan remaja.

PRIMA DMI juga berupaya membangun hubungan emosional yang erat dengan remaja masjid. Mereka menciptakan lingkungan yang mendukung dan inklusif, di mana remaja merasa dihargai dan termotivasi untuk berpartisipasi aktif dalam kegiatan keagamaan dan sosial di masjid. Dengan pendekatan komunikasi yang persuasif, berbasis emosi, serta didukung teknologi modern, PRIMA DMI bertujuan menginspirasi dan membimbing remaja agar lebih aktif dalam kegiatan masjid serta menginternalisasi nilai-nilai Islam dalam kehidupan mereka.

Untuk mencapai efektifitas komunikasi, selain dari kemampuan isi pesan yang diselaraskan dengan kerangka referensi, situasi dan kondisi khalayak, maka metode komunikasi merupakan hal yang sangat dapat mempengaruhi penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan. dalam penyampiannya, dakwah mempunyai teknik yang biasa digunakan, antara lain sebagai berikut:

- 1) *Redudancy (Repetition)*, merupakan cara mempengaruhi khalayak dengan mengulang-ulang pesan. Dengan teknik ini, banyak manfaat yang diperoleh, diantaranya yaitu khalayak tidak mudah melupakan isi dari pesan yang disampaikan, komunikator juga akan mengambil pelajaran untuk dapat memperbaiki kesalahan dalam penyampaian pesan sebelumnya, dan khalayak akan lebih memperhatikan pesan yang disampaikan karena metode ini berkontras dengan pesan yang tidak di ulang-ulang, sehingga akan lebih banyak mengikat perhatian.
- 2) *Canalizing*, yang mana teknik ini pada mulanya komunikator memberikan pesan kepada khalayak, kemudian secara perlahan diubah pola pikir dan sikapnya ke arah yang komunikator kehendaki. Cara inilah yang disebut sebagai teknik canalizing, maksudnya komunikator menyediakan saluran-saluran tertentu untuk menguasai motif-motif yang ada pada diri khalayak. Dengan menggunakan teknik ini proses komunikasinya adalah komunikator terlebih dahulu mengenal khalayak kemudian memberikan ide sesuai dengan kepribadian, sikap dan motif khalayak kemudian diubah sedikit demi sedikit ke arah tujuan yang komunikator kehendaki.
- 3) *Informative*, teknik informative adalah bentuk isi pesan, yang bertujuan mempengaruhi khalayak dengan jalan memberikan penerangan. Penerangan berarti menyampaikan sesuatu apa adanya berdasarkan fakta yang benar serta pendapat yang benar pula. Teknik informative ini lebih ditujukan pada penggunaan akal pikiran khalayak, dan dilakukan dalam bentuk pernyataan berupa keterangan, penerangan, berita dan sebagainya.
- 4) *Persuasive*, teknik komunikasi persuasif adalah metode komunikasi yang bertujuan untuk mempengaruhi, membujuk, atau meyakinkan seseorang atau kelompok agar mengubah sikap, pendapat, atau perilaku mereka sesuai dengan tujuan yang diinginkan oleh komunikator. Teknik ini dilakukan tanpa paksaan, melainkan dengan pendekatan yang menarik, logis, dan emosional sehingga sasaran (audiens) merasa nyaman dan tergerak untuk mengikuti pesan yang disampaikan. Adapun metode yang dilakukan dalam komunikasi dengan menggunakan teknik komunikasi persuasif yaitu:
 - a) Mengetahui audiens, memahami kebutuhan, latar belakang, minat, dan nilai-nilai audiens.
 - b) Menyesuaikan pesan, menyampaikan pesan yang sesuai dengan kebutuhan dan konteks yang diinginkan dari audiens.
 - c) Membangun kredibilitas, dengan cara menunjukkan keahlian seperti memiliki pengetahuan atau pengalaman yang relevan, menjadi figur yang dapat dipercaya, serta memiliki sikap jujur, konsisten, dan empati dapat meningkatkan kepercayaan dari audiens.

- d) Menggunakan logika dan argumen yang rasional, dalam menyampaikan pesan kepada audiens harus menggunakan fakta atau informasi untuk memperkuat argumen.
- 5) *Educative*, metode komunikasi yang bertujuan untuk memberikan informasi, meningkatkan pemahaman, dan membangun pengetahuan atau keterampilan pada audiens dengan cara mendidik. Teknik ini digunakan untuk membantu audiens memahami suatu topik atau konsep secara mendalam, sehingga mereka dapat membuat keputusan yang lebih baik, mengubah perilaku, atau meningkatkan kemampuan mereka dibidang tertentu.
- 6) *Cursive*, mempengaruhi khalayak dengan cara memaksa, teknik ini biasanya dimanifestasikan dalam bentuk peraturan, perintah, dan intimidasi.

PRIMA DMI Menggunakan Media dalam Menyampaikan Pesan-pesan Dakwah Kepada Remaja Masjid

PRIMA DMI (Perhimpunan Remaja Masjid Dewan Masjid Indonesia) memanfaatkan media sosial sebagai sarana utama dalam menyampaikan pesan dakwah dan informasi penting lainnya. Dengan menggunakan platform digital seperti Instagram, YouTube, dan WhatsApp, PRIMA DMI dapat menjangkau lebih banyak remaja melalui konten yang inspiratif, edukatif, serta relevan dengan kehidupan mereka. Melalui media sosial, nilai-nilai Islam disampaikan secara interaktif dan menarik, sesuai dengan pola komunikasi generasi muda saat ini, sekaligus membangun keterhubungan antara remaja masjid di berbagai daerah untuk menciptakan komunitas yang lebih solid dan aktif dalam kegiatan keagamaan. Selain itu, untuk meningkatkan partisipasi remaja, PRIMA DMI menyelenggarakan berbagai kegiatan yang tidak hanya berfokus pada aspek religius, tetapi juga mengakomodasi minat dan bakat mereka, seperti kajian remaja yang menarik, lomba Islami untuk mengembangkan kreativitas, seminar motivasi dalam pengembangan diri, serta pelatihan pengkaderan guna mencetak generasi penerus yang siap berkontribusi dalam dakwah dan kepemimpinan masjid. Kegiatan seni Islami dan acara komunitas juga menjadi bagian dari program PRIMA DMI, memberikan ruang bagi remaja untuk berinteraksi, berbagi pengalaman, dan mengekspresikan diri mereka dalam lingkungan yang positif. Selain sebagai wadah edukasi dan pengembangan diri, PRIMA DMI juga berperan dalam membangun komunitas remaja masjid yang aktif dan solid, di mana anggota tidak hanya mendapatkan pembelajaran keislaman tetapi juga saling mendukung dalam pertumbuhan spiritual dan sosial. Keberadaan komunitas yang positif ini menciptakan rasa kebersamaan serta semangat bagi remaja untuk terus berkembang dalam lingkungan yang inspiratif. Dengan demikian, PRIMA DMI tidak hanya berfungsi sebagai organisasi keislaman, tetapi juga sebagai wadah bagi remaja dalam membangun jati diri, memperluas wawasan, serta memperkuat ukhuwah Islamiyah dalam kehidupan sehari-hari.

Penggunaan media sebagai alat untuk menyampaikan pesan dan pengaruh kepada khalayak merupakan suatu keharusan di masa modern sekarang untuk dapat menyampaikan pesan komunikasi agar berjalan dengan baik. Seorang komunikator harus selektif dalam memilih media yang sesuai dengan keadaan dan kondisi khalayak. Penggunaan medium disini sebagai alat penyalur ide, dalam rangka memberi pengaruh kepada target yang menjadi sasaran suatu pesan. Pemilihan media disini harus disesuaikan dengan pesan dan kebutuhan serta kondisi khalayak. Dapat dilakukan dengan menganalisa masing-masing kelebihan dan kelemahan alat masingmasing, juga mempertimbangkan situasi sosial dan psikologis masyarakat (Marhaeni, 2009).

Faktor-faktor Keberhasilan dan Tantangan PRIMA DMI dalam Menyampaikan Pesan Dakwah Kepada Remaja Masjid

Keberhasilan PRIMA DMI dalam menyampaikan pesan dakwah kepada remaja masjid dipengaruhi oleh beberapa faktor utama. Salah satu faktor yang mendukung efektivitas dakwah adalah pendekatan yang relevan dengan kehidupan remaja, di mana PRIMA DMI

berusaha memahami pola pikir, gaya hidup, serta kebutuhan mereka agar pesan yang disampaikan lebih mudah diterima. Selain itu, pemanfaatan teknologi dan media sosial seperti Instagram, YouTube, dan WhatsApp menjadi strategi utama dalam menjangkau lebih banyak remaja secara luas. Dengan menggunakan media digital, PRIMA DMI dapat menyampaikan pesan secara lebih kreatif dan interaktif, sehingga dakwah tidak terasa kaku atau membosankan. Selain itu, keberagaman program kegiatan yang ditawarkan juga menjadi daya tarik tersendiri. Berbagai kegiatan seperti kajian remaja, seminar motivasi, lomba Islami, serta pelatihan kepemimpinan membantu meningkatkan keterlibatan remaja dalam komunitas masjid, sekaligus memperkuat nilai-nilai Islam dalam kehidupan mereka.

Namun, dalam menjalankan dakwah, PRIMA DMI juga menghadapi berbagai tantangan yang cukup signifikan. Salah satunya adalah pengaruh lingkungan sosial dan budaya remaja yang sering kali bertentangan dengan nilai-nilai Islam. Gaya hidup modern, pergaulan bebas, serta tren budaya populer dapat mempengaruhi pola pikir remaja dan mengurangi minat mereka terhadap aktivitas keagamaan. Selain itu, kurangnya pemahaman agama yang mendalam menjadi kendala dalam menyampaikan pesan dakwah secara efektif, karena beberapa remaja mungkin merasa bahwa ajaran Islam kurang relevan dengan kehidupan mereka. Tantangan lainnya adalah rendahnya minat sebagian remaja terhadap dakwah, di mana mereka lebih tertarik pada hiburan atau aktivitas lain dibandingkan dengan kegiatan masjid. Terakhir, keterbatasan fasilitas dan sumber daya di beberapa masjid juga menjadi hambatan, seperti kurangnya akses terhadap teknologi atau minimnya sarana yang mendukung kegiatan dakwah secara optimal. Oleh karena itu, PRIMA DMI perlu terus beradaptasi dan mencari solusi agar dakwah tetap menarik serta mampu menjangkau lebih banyak remaja.

Keberhasilan dan tantangan dalam menyampaikan pesan dakwah kepada remaja masjid sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik dari sisi komunikator, audiens, maupun lingkungan.

a. Mengenali sasaran dakwah

Mengenali sasaran dakwah adalah proses memahami karakteristik, kebutuhan, dan kondisi audiens atau kelompok yang menjadi target dalam kegiatan dakwah. Dengan mengenali sasaran dakwah, seorang Da'i atau komunikator dapat menyampaikan pesan agama secara efektif, relevan, dan sesuai dengan situasi serta kebutuhan penerimanya. Tujuan dari mengenali sasaran dakwah ini yaitu dapat menentukan pendekatan yang tepat, dengan mengenal audiens seorang Da'i dapat memilih metode atau gaya komunikasi yang sesuai, meningkatkan efektivitas dakwah, dan membangun hubungan emosional.

b. Pemilihan media komunikasi dakwah

Pemilihan media komunikasi dakwah adalah proses memilih saluran atau alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan dakwah agar dapat diterima dengan efektif oleh sasaran audiens. Media komunikasi ini berfungsi sebagai jembatan antara Da'i (penyampai pesan) dan mad'u (penerima pesan), sehingga pesan dapat tersampaikan dengan jelas, menarik dan relevan. Pemilihan media komunikasi dakwah yang tepat adalah salah satu kunci sukses dakwah. Dengan memahami sasaran dakwah dan menyesuaikan media yang digunakan, pesan dakwah dapat diterima dan memberi dampak yang lebih besar.

c. Pengkajian tujuan pesan komunikasi

Pengkajian tujuan pesan komunikasi dalam konteks dakwah adalah proses menganalisis dan menetapkan apa yang ingin dicapai melalui pesan yang disampaikan kepada audiens. Tujuan ini sangat penting karena akan menentukan arah dan strategi komunikasi yang digunakan, sehingga pesan dakwah dapat diterima dan dipahami dengan baik oleh audiens.

d. Peranan komunikator dalam komunikasi

Peranan komunikator dalam komunikasi merujuk pada fungsi dan tanggung jawab individu atau pihak yang menyampaikan pesan kepada audiens. Dalam konteks komunikasi dakwah, komunikator adalah da'i (penyampai pesan) yang bertugas untuk mengkomunikasikan pesan-pesan Islam dengan cara efektif dan sesuai dengan karakteristik audiens yang dituju.

Komunikator memegang peranan yang sangat penting karena ia tidak hanya sebagai penyampai pesan, tetapi juga sebagai penghubung antara pesan dan penerima pesan. Keberhasilan atau kegagalan komunikasi sangat bergantung pada bagaimana komunikator menyampaikan pesan serta membangun hubungan dengan audiens.

Peranan komunikator dalam komunikasi dakwah sangat vital karena keberhasilan dakwah sangat bergantung pada bagaimana pesan disampaikan dan diterima oleh audiens. Seorang komunikator dakwah tidak hanya bertugas menyampaikan informasi, tetapi juga membimbing, memotivasi, membangun hubungan, dan mengarahkan audiens untuk memahami dan mengamalkan ajaran agama dengan cara yang benar. Komunikator yang efektif harus memiliki pengetahuan, keterampilan komunikasi yang baik, serta kemampuan untuk beradaptasi dengan audiens dan media yang ada.

PRIMA DMI (Perhimpunan Remaja Masjid Dewan Masjid Indonesia) memiliki peran penting dalam menyampaikan pesan dakwah kepada remaja masjid. Berikut tantangan PRIMA DMI dalam menyampaikan pesan dakwah:

- 1) Minimnya minat remaja terhadap kegiatan masjid, banyak remaja lebih tertarik pada hiburan dan aktivitas di luar masjid dibandingkan mengikuti kajian atau dakwah.
- 2) Pengaruh budaya global dan pergaulan bebas, adanya paparan budaya luar yang tidak sesuai dengan nilai-nilai Islam yang sering kali lebih dominan di kalangan remaja.
- 3) Keterbatasan sumber daya, adanya kendala dana dan fasilitas yang kurang memadai untuk menyelenggarakan kegiatan yang menarik dan inovatif. Kurangnya tenaga penggerak yang berdedikasi dan memahami cara dakwah kepada remaja.
- 4) Kurangnya dukungan dari pengurus masjid atau masyarakat.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil temuan penelitian yang peneliti lakukan di Nagari Paninggahan Kec. Junjung Sirih Kab. Solok mengenai Strategi Komunikasi Dakwah Persuasif PRIMA DMI dalam Membina Remaja Masjid di Nagari Paninggahan Kec. Junjung Sirih Kab. Solok, dapat disimpulkan sebagai berikut:

PRIMA DMI menerapkan strategi komunikasi yang efektif dengan terlebih dahulu mengenal khalayaknya. Mereka mengidentifikasi karakteristik, kebutuhan, serta permasalahan remaja masjid, kemudian menerapkan pendekatan dakwah yang kreatif dan relevan. Dengan memahami gaya hidup dan minat remaja, PRIMA DMI menyampaikan pesan menggunakan bahasa yang santai, relatable, serta disertai humor agar lebih mudah diterima.

Dalam menyusun pesan, PRIMA DMI memastikan bahwa pesan yang disampaikan tidak hanya menarik, tetapi juga memiliki nilai edukatif dan inspiratif. Mereka menyesuaikan pesan dengan nilai-nilai Islam, seperti Ukhuwah (persaudaraan), Taqwa (ketaatan), dan Ihsan (kebaikan), serta menekankan manfaat yang akan diperoleh remaja jika mengikuti pesan tersebut. Dengan pendekatan yang persuasif, mereka menggunakan cerita nyata, kisah tokoh Islami, serta melibatkan figur muda yang dapat menginspirasi remaja masjid agar lebih bersemangat dalam beraktivitas dan berkembang.

Dalam menetapkan metode, PRIMA DMI menggunakan komunikasi persuasif dengan bahasa santai, humor, dan istilah akrab untuk menarik minat remaja masjid dalam kegiatan keislaman. Mereka juga mengandalkan daya tarik emosional melalui tema kebersamaan dan perjuangan hidup, serta menyajikan konten kreatif di media sosial dengan kisah inspiratif dan

tokoh muda yang relevan. Dengan pendekatan ini, PRIMA DMI berupaya menciptakan lingkungan yang mendukung perkembangan spiritual, sosial, dan intelektual remaja masjid.

PRIMA DMI memanfaatkan media digital seperti Instagram, YouTube, TikTok, dan WhatsApp untuk menyebarkan dakwah dengan cara yang menarik dan mudah diakses. Selain itu, mereka juga mengadakan berbagai kegiatan seperti kajian, lomba Islami, seminar, dan pelatihan kepemimpinan untuk mendukung perkembangan sosial dan spiritual remaja. Dengan strategi komunikasi yang efektif dan inspiratif, PRIMA DMI berhasil membangun komunitas remaja masjid yang aktif, berdaya, serta peduli terhadap agama dan masyarakat.

Keberhasilan PRIMA DMI dalam dakwah terletak pada kebersamaan melalui komunitas, pemanfaatan media digital, serta penyampaian pesan yang relevan dan interaktif. Mereka menghadirkan kegiatan seperti mentoring, diskusi, seni Islami, dan pelatihan keterampilan untuk menarik minat remaja. Namun, mereka juga menghadapi tantangan seperti distraksi gaya hidup modern, keterbatasan sumber daya, keberagaman latar belakang remaja, serta dampak konten negatif di media sosial yang dapat menghambat pembentukan mindset islami.

Berdasarkan temuan penelitian mengenai bagaimana PRIMA DMI menggunakan teknik komunikasi persuasif untuk menarik perhatian dan mempengaruhi remaja masjid, serta faktor keberhasilan dan tantangan dalam menyampaikan pesan dakwah. Terdapat beberapa saran yang dapat dijadikan panduan untuk pengembangan program dakwah di masa mendatang:

PRIMA DMI dapat memperluas penggunaan media sosial dengan memproduksi konten yang kreatif, seperti video pendek, meme islami, dan infografis yang relevan dengan kehidupan remaja. Dengan pendekatan yang ringan dan interaktif, pesan dakwah akan lebih mudah diterima.

Memperkuat kegiatan sosial, PRIMA DMI dapat terus mengembangkan program seperti sunnat massal, bakti sosial, atau kampanye kemanusiaan untuk membangun citra positif organisasi di mata remaja dan masyarakat.

REFERENSI

- Arifin, B. (2018). Strategi Komunikasi Dakwah Da'i Hidayatullah dalam Membina Masyarakat Pedesaan . *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol 2 No 2.
- Moleong, L. J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Ritonga, M. (2019). Komunikasi Dakwah Zaman Milenial. *Jurnal Komunikasi dan Kehumasan*, Vol 3 No 1.
- Sudarman, A. (2018). Strategi Komunikasi untuk Meningkatkan Kesadaran Masyarakat dalam Membayar Zakat Maal. *Jurnal Communicatus; Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- Sugiyono. (2001). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* . Bandung: Alfabeta.
- Vardhani, N. K. (2018). Strategi Komunikasi dalam Interaksi dengan Mahasiswa Pertukaran Asing. *Jurnal Gama Societa*, Vol.2. No.1.