

PENINGKATAN MINAT BACA AL-QUR'AN MELALUI STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF

Muhammad Randicha Hamandia, Zhila Jannati, Iin Karlina

Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

(mrandichahamandia_uin@radenfatah.ac.id)

(zhila_jannati10@radenfatah.ac.id)

Abstract: The purpose of this study was to find out how to increase youth reading interest in the Koran through persuasive communication strategies of the Al-Irsyad Mosque Youth Association (IRMA) Board. This type of research is field research with a qualitative approach and analyzed with descriptive qualitative. The data collection techniques that the researchers used in this study were observation, interviews and documentation. Data analysis techniques are data reduction, data display and drawing conclusions. The research results of Irma's members used a persuasive communication strategy covering three stages, namely strategy formulation, implementation, and strategy evaluation.

Keywords: Interest in reading the Qur'an, Persuasive Communication Strategy

Abstrak: Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana peningkatan minat baca al-qur'an remaja melalui strategi komunikasi persuasive Pengurus Ikatan Remaja Masjid (IRMA) Al-Irsyad. Jenis penelitian ialah penelitian lapangan (field research) dengan pendekatan kualitatif dan dianalisis dengan deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini ialah observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data ialah reduksi data, data display dan mengambil kesimpulan. Hasil penelitian anggota Irma menggunakan strategi komunikasi persuasif meliputi tiga tahapan ialah perumusan strategi, implementasi, dan evaluasi strategi.

Kata Kunci: Minat Baca Al-qur'an, Strategi Komunikasi Persuasif

PENDAHULUAN

Ikatan Remaja Masjid (IRMA) merupakan suatu organisasi atau wadah perkumpulan remaja Islam yang menggunakan masjid sebagai pusat aktivitasnya.¹ Remaja masjid merupakan salah satu alternatif pembinaan remaja yang baik dalam pembagian tugas dan wewenang dalam remaja masjid termasuk dalam golongan organisasi yang menggunakan konsep Islam dengan menerapkan asas musyawarah, mufakat dan amal jama'i dalam segala aktivitasnya. Ikatan Remaja Masjid Al-Irsyad 30 ilir Palembang merupakan sebuah organisasi yang dijalankan oleh para pemuda atau remaja untuk membuat suatu kegiatan positif dalam hal keagamaan. Salah satunya membaca Al-Qur'an, dimana pada zaman sekarang ini minat baca Al-Qur'an bagi remaja sangatlah minim dapat dilihat fenomena remaja yang banyak menghabiskan waktu dengan gadget dan menghabiskan waktu diluar keagamaan.

Masa remaja adalah masa yang penuh kontradiksi, sebagaimana orang mengatakan masa remaja adalah masa energik, heroic, dinamis, kritis, dan masa yang paling indah, tetapi ada pula yang menyebutkan bahwa masa remaja sebagai masa badai dan topan, masa rawan dan masa ayentrik. Karena masa tersebut berada diambang the best of time the worst of time (dapat berada dalam waktu yang baik dan waktu yang buruk).¹ Menurut Jersild dalam salah satu bukunya, remaja adalah suatu periode transisi dari masa awal kanak-kanak hingga masa awal dewasa, yang dimasuki pada usia kira-kira 10 hingga 12 tahun dan berakhir pada usia 18 tahun hingga 22 tahun. Masa remaja bermula pada perubahan fisik yang cepat, penambahan berat dan tinggi yang drastis.² Dengan demikian, setiap remaja perlu diarahkan sehingga mereka dapat berkembang dengan baik di tengah-tengah gejolak di dalam dirinya.

Dalam meningkatkan minat membaca al-qur'an pada remaja, diperlukan suatu strategi komunikasi yang dapat mempermudah dalam mencapai hal tersebut.

¹ Salihun A. Nasir, *Peran Pendidikan Agama Terhadap Pemecahan Problem Remaja*, (Jakarta: Kalam Mulia, 2002) hlm. 64

² Sudarsono, *Etika Islam Tentang kenakalan Remaja*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 1993) hlm. 11

Strategi komunikasi yang dimaksud yaitu strategi komunikasi persuasif. Strategi komunikasi merupakan bagian terpenting pada elemen yang terdiri dari komunikator, saluran, pesan, dan penerima serta pengaruh efek yang dibuat dengan tujuan mencapai komunikasi yang maksimal. Strategi komunikasi mempunyai peranan penting terhadap suatu program acara, yang dapat diminati oleh para pendengar.³ Strategi komunikasi bertujuan untuk mencapai efektivitas kegiatan penyiaran yang hanya bisa didengar, sehingga komunikasi yang disampaikan penyiar dapat mudah diterima dan dimengerti oleh khalayak pendengar. Strategi dapat disusun berdasarkan unsur komunikasi persuasif, yaitu persuader, persuadee, pesan dan saluran. Pesan dan fungsi persuader dalam merumuskan strategi merupakan salah satu indikator keberhasilan komunikasi persuasif.

Komunikasi persuasif diartikan sebagai suatu proses untuk mempengaruhi pendapat, sikap dan tindakan orang dengan menggunakan manipulasi psikologi sehingga orang tersebut bertindak seperti atas kehendaknya sendiri. Selain itu, komunikasi persuasif jika diartikan sebagai komunikasi yang dilakukan sebagai ajakan atau bujukan agar mau bertindak sesuai dengan keinginan komunikator.⁴ Sebelum menerapkan strategi, persuader terlebih dahulu harus memahami prinsip persuasi. Menurut Scott M. Ciltip dan Allen H. ada empat prinsip strategi komunikasi persuasif, yaitu pertama, prinsip identifikasi, yaitu susunan pesan persuasi yang memperlihatkan kepentingan sasaran. Kedua, prinsip tindakan, yaitu gagasan harus disertai tindakan nyata. Jika hal ini tidak dilakukan, sangat sulit mengubah perilaku orang. Ketiga, prinsip familiaritas dan kepercayaan, yaitu orang akan menerima pesan persuasi mana kala disampaikan orang yang dipecayainya. Keempat, prinsip kejelasan, yaitu pesan persuasi harus jelas dan dapat dipahami sasaran.⁵

³ Mustafidah Hidayatul, 2019, Strategi Komunikasi Penyiar menggunakan Bahasa Minang (studi deskriptif kualitatif penyiar merapi singgalang pada radio Elgangga di Bekasi), *Skripsi*, Jakarta, universitas Bhayangkara, hlm 3.

⁴ Rakhmad, *Ilmu Komunikasi (Komunikasi Persuasif)*, (Bandung: Penerbit Mandar Maju, 2008). hlm.14

⁵ Ezi Hendri, *Komunikasi Persuasif (Pendekatan dan Strategi) Cet-1* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2019) hlm. 288-289.

Dengan adanya strategi komunikasi persuasif dapat membantu memudahkan para remaja masjid Al-Irsyad untuk mengajak para remaja yang lainnya untuk berminat membaca Al-Qur'an lebih banyak lagi, dimana dengan berkembangnya zaman ini para remaja banyak yang enggan bahkan sangat minim sekali untuk meningkatkan keinginan membaca Al-qur'an lebih banyak, dimana hanya mencapai 40% remaja yang minat membaca Al-qur'an. Selebihnya lebih sibuk dengan dunia dan menghabiskan waktu dengan berhura-hura. Berdasarkan uraian di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Peningkatan Minat Baca Al-qur'an melalui Strategi Komunikasi Persuasif."

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini ialah penelitian lapangan (field research), yakni penelitian yang dilakukan dengan cara mengumpulkan data dari lapangan. Pendekatan menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut Mantra, pendekatan kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.⁶ Dalam penelitian ini, peneliti memperoleh data primer dari ketua Masjid Al-Irsyad dan IRMA Masjid melalui observasi dan wawancara. Dalam penelitian ini, data sekunder akan diperoleh melalui dokumen-dokumen yang mendukung penelitian. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pengamatan, dokumentasi dan wawancara. Analisis data dilakukan berdasarkan prosedur yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman. Dalam bukunya dijelaskan ada tiga macam kegiatan dalam analisis data kualitatif, yakni reduksi data, display data, dan verifikasi hasil akhir.

⁶ Sandu Siyoto dan M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015) hlm. 28

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam menerapkan sebuah strategi komunikasi persuasif yang dilakukan anggota Irma untuk meningkatkan minat baca Al-Qur'an tentunya membutuhkan tahapan-tahapan tertentu agar dapat mempermudah dalam memecahkan masalah dan membahasnya lebih struktur. Peneliti menggunakan teori yang dikemukakan oleh Fred R David yang mengemukakan bahwa proses manajemen strategi terdiri dari tiga tahap, yakni: perumusan strategi, Implementasi, dan evaluasi strategi.

1. Perumusan masalah

Dalam meningkatkan minat baca Al-Qur'an remaja, dibutuhkan beberapa tahapan perencanaan, agar dalam pelaksanaan operasionalnya dapat berjalan lebih efektif dan mengenai sasaran ada beberapa komponen yang diperlukan sebagai perhitungan dalam menyusun sebuah strategi komunikasi agar strategi yang diambil berjalan dengan tepat. Menurut Onong Uchjana Effendy ada beberapa komponen dalam menyusun strategi, yaitu mengenali sasaran komunikasi, tujuan pesan komunikasi, dan peran komunikator dalam komunikasi.⁷

a. Mengenali sasaran komunikasi

Dari hasil wawancara yang dilakukan bahwa pengurus Irma tentunya telah mengetahui kerangka referensi dengan baik. Selain itu, berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan di lapangan bahwa dapat diketahui bahwa pengurus Irma telah memahami situasi dan kondisi dari remaja disana. situasi yang biasanya terjadi saat proses komunikasi berlangsung ialah ada beberapa remaja yang menanggapi ada juga yang bermain-main dan menganggap remeh jika membaca Al-Qur'an itu tidak terlalu penting, meskipun pengurus Irma telah mengundang ustad untuk berceramah mengenai pentingnya membaca Al-Qur'an. Sedangkan dengan kondisi yang dimaksud yakni keadaan lingkungan dan psikis komunikan sedang merasa marah, sedih, ataupun bingung.

b. Pemilihan Media Komunikasi

⁷ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2007), Cet 22, hlm..35-39

Dari hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa pengurus Irma menggunakan media komunikasi seperti waag sehingga terciptanya komunikasi yang efektif dalam menarik minat remaja untuk memiliki kesadaran diri terhadap pentingnya membaca Al-Qur'an.

c. Tujuan pesan komunikasi

Dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti dapat diketahui bahwa tujuan komunikasi persuasif yang disampaikan oleh anggota Irma bertujuan untuk menarik minat baca Al-Qur'an remaja di 30 ilir Palembang

d. Peranan komunikator dalam komunikasi

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang dilakukan di lapangan pengurus Irma sudah berusaha dengan baik agar memiliki daya tarik sumber dengan melakukan pendekatan personal kepada remaja. Berdasarkan hasil wawancara, remaja memiliki kepercayaan yang baik kepada anggota Irma sebagai komunikator. Kepercayaan tersebut dibangun dengan melakukan dan membangun kedekatan dengan remaja disana. Hal ini sangat penting dalam sebuah komunikasi akan lebih efektif jika komunikasi memiliki kedekatan dengan komunikator.

2. Implementasi komunikasi

Sebaik apapun strategi tidak akan ada artinya jika tidak mengimplementasikan atau merealisasikan. Untuk mengetahui tahap implementasi strategi yang digunakan anggota Irma untuk menarik minat membaca Al-Qur'an maka akan dibahas proses komunikasi, tahap persuasif serta taktik persuasif yang terjadi dan dilakukan oleh anggota Irma.

Dilihat dari prosesnya kegiatan pembekalan atau sosialisasi merupakan komunikasi. Model komunikasi yang terjadi dalam menarik minat baca Al-Qur'an yakni model komunikasi yang terdapat unsure-unsur pokok komunikasi. Dalam proses komunikasi persuasif untuk menarik minat baca Al-Qur'an remaja, anggota Irma berperan sebagai komunikator atau persuader sebagai pengirim pesan persuasif. Sedangkan remaja menjadi komunikan atau persuadee sebagai penerima pesan persuasif yang disampaikan. Dalam menyampaikan pesan persuasif untuk

menarik minat membaca Al-Qur'an Remaja, anggota Irma menggunakan media seperti gadget, gambar berupa katakata membaca Al-Qur'an,.Namun dari hasil pengamatan di lapangan anggota Irma lebih dominan menggunakan komunikasi secara langsung untuk menyampaikan hal-hal yang berkaitan dengan minat membaca Al-Qur'an remaja.

3. Evaluasi

Tahap terakhir yakni evaluasi strategi, pada tahap ini mencakup penilain, penyusunan, pelaksanaan, dan hasil strategi yang telah diterapkan. Evaluasi menentukan apakah strategi diperlukan untuk mengukur keberhasilan yang telah dicapai serta untuk menentukan apakah strategi yang digunakan akan dipakai kembali atau menggunakan strategi yang baru. Ada tiga langkah dasar untuk mengevaluasi strategi yakni: meninjau factor-faktor eksternal dan internal yang menjadi dasar strategi, mengukur kinerja, dan mengambil tindakan korektif. Evaluasi yang dilakukan oleh anggota Irma sudah cukup baik. Dalam Evaluasi juga anggota Irma melihat faktor-faktor meliputi metode dan cara untuk menarik minat remaja agar mengikuti kegiatan membaca Al-Qur'an. Evaluasi yang dilakukan juga untuk mengukur kinerja yang telah dilakukan dan nilai keefektifan strategi yang diterapkan. Dalam sebuah evaluasi tentunya membutuhkan indicator atau ukuran-ukuran tertentu.Evaluasi menuntut penggunaan alat ukur yang akurat bermakna untuk mengumpulkan informasi dan mendapat hasil hasil evaluasi yang nantinya dibutuhkan guna keputusan selanjutnya. Dicapai dari penerapan suatu strategi. Dalam upaya mengetahui pencapaian yang telah diperoleh anggota Irma telah menerapkan indicator tertentu saat evaluasi. Dan indikator tersebut sudah cukup mengetahui keberhasilan strategi persuasif yang diterapkan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai "Peningkatan Minat Baca Al-qur'an melalui Strategi Komunikasi Persuasif", maka dapat disimpulkan bahwa: Strategi Komunikasi Persuasif yang digunakan meliputi tiga tahapan, yakni: Pertama, perumusan strategi terdapat

beberapa komponen yang dijadikan landasan penyusunan strategi oleh Irma yakni: mengenali remaja, pemilihan media komunikasi, tujuan pesan komunikasi, dan peran komunikator. Kedua, implementasi strategi pada tahap ini model komunikasi yang digunakan Irma yaitu model komunikasi yang terdapat unsur-unsur pokok komunikasi sedangkan jenis komunikasi yang digunakan yakni komunikasi persuasif. Ketiga, evaluasi strategi komunikasi persuasif dalam menarik minat baca Al-Qur'an yang ada di lingkungan masjid Al-Irsyad dengan melakukan evaluasi baik Irma maupun remajanya, kemudian hasil evaluasi digunakan untuk menyusun strategi yang lebih baik.

REFERENSI

- Effendy, Onong Uchjana. 2007. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya
- Hendri, Ezi. 2019. *Komunikasi Persuasif (Pendekatan dan Strategi) Cet-1*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Hidayatul, Mustafidah. 2019. Strategi Komunikasi Penyiar menggunakan Bahasa Minang (studi deskriptif kualitatif penyiar merapi singgalang pada radio Elgangga di Bekasi). *Skripsi*. Jakarta, universitas Bhayangkara
- Nasir, Salihun A. 2002. *Peran Pendidikan Agama Terhadap Pemecahan Problem Remaja*, Jakarta: Kalam Mulia
- Rakhmad. 2008. *Ilmu Komunikasi (Komunikasi Persuasif)*. Bandung: Penerbit Mandar Maju
- Siyoto, Sandu dan M. Ali Sodik. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing
- Sudarsono. 1993. *Etika Islam Tentang kenakalan Remaja*. Jakarta: PT. Rineka Cipta