



**MEMBANGUN KEPERCAYAAN SEBAGAI FONDASI KOMUNIKASI DAKWAH  
KONTEMPORER PADA MAJELIS TAKLIM MASJID NURUL IHSAN  
WISMA IBUNDA KALUMBUK**

**Author: Muhammad Yunus**

**Correspondence:** muhammadyunusdelapan@gmail.com / UIN Imam Bonjol Padang

**Article history:**

**Abstract**

*Received*

**Agustus 2024**

*Received in revised form*

**Agustus 2024**

*Accepted*

**September 2024**

*Available online*

**September 2024**

**Keywords:**

*Belief, da'wah communication, taklim assembly, contemporary da'wah*

**DOI:**

<http://dx.doi.org/10.23960/Kata>

*Contemporary da'wah communication faces the complex challenge of building effective relationships between dai and congregations. This study examines the role of trust as the main foundation in da'wah communication through a case study of the assistance of the Taklim Council of the Nurul Ihsan Mosque Wisma Ibunda Kalumbuk. The research method uses a qualitative approach with participatory observation techniques and in-depth interviews with the administrators of the taklim council, dai, and worshippers. The results of the study show that trust is a crucial element in the success of contemporary da'wah communication. The process of building trust involves consistency in dai behavior, transparency in the delivery of material, and the ability to adapt to the needs of modern pilgrims. The mentoring strategies implemented include a personal approach, the use of relevant communication media, and the formation of programs that are responsive to the social dynamics of the community. The findings show that solidly built trust is able to increase the effectiveness of the delivery of da'wah messages, the active participation of congregations, and the sustainability of religious programs.*

**Abstrak**

Komunikasi dakwah kontemporer menghadapi tantangan kompleks dalam membangun hubungan yang efektif antara dai dan jamaah. Penelitian ini mengkaji peran kepercayaan sebagai fondasi utama dalam komunikasi dakwah melalui studi kasus pendampingan Majelis Taklim Masjid Nurul Ihsan Wisma Ibunda Kalumbuk. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik observasi partisipatif dan wawancara mendalam terhadap pengurus majelis taklim, dai, dan jamaah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan menjadi elemen krusial dalam keberhasilan komunikasi dakwah kontemporer. Proses membangun kepercayaan melibatkan konsistensi perilaku dai, transparansi dalam penyampaian materi, dan kemampuan beradaptasi dengan kebutuhan jamaah modern. Strategi pendampingan yang diterapkan mencakup pendekatan personal, penggunaan media komunikasi yang relevan, dan pembentukan program yang responsif terhadap dinamika sosial masyarakat. Temuan menunjukkan bahwa kepercayaan yang terbangun solid mampu meningkatkan efektivitas penyampaian pesan dakwah, partisipasi aktif jamaah, dan keberlanjutan program keagamaan.



## I. PENDAHULUAN

Dakwah sebagai aktivitas menyampaikan ajaran Islam mengalami transformasi signifikan di era kontemporer (Yunus, 2024). Perkembangan teknologi informasi, pergeseran nilai-nilai sosial, dan dinamika kehidupan modern telah mengubah cara masyarakat menerima dan memproses pesan-pesan keagamaan. Dalam konteks ini, komunikasi dakwah tidak lagi dapat mengandalkan pendekatan konvensional yang bersifat satu arah, melainkan memerlukan strategi yang lebih interaktif dan responsif terhadap kebutuhan audiens. Tantangan utama yang dihadapi para dai dan lembaga dakwah adalah bagaimana membangun komunikasi yang efektif dan berkelanjutan dengan jamaah yang semakin kritis dan selektif dalam menerima informasi (Yunus, 2024).

Kepercayaan muncul sebagai elemen fundamental dalam proses komunikasi dakwah yang efektif. Tanpa adanya kepercayaan antara dai dan jamaah, pesan-pesan dakwah akan sulit diterima dan diinternalisasi oleh penerima pesan. Kepercayaan dalam konteks dakwah bukan hanya berkaitan dengan kredibilitas personal dai, tetapi juga mencakup konsistensi antara ucapan dan tindakan, relevansi materi dakwah dengan kehidupan sehari-hari, serta kemampuan dai untuk memahami dan

merespons kebutuhan spiritual dan sosial jamaahnya. Penelitian-penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kepercayaan menjadi prediktor kuat terhadap efektivitas komunikasi persuasif, termasuk dalam konteks komunikasi keagamaan (Samsudin, 2023).

Era digital dan globalisasi telah menciptakan kompetisi informasi yang sangat ketat. Masyarakat modern memiliki akses terhadap berbagai sumber informasi keagamaan, mulai dari media sosial, platform digital, hingga berbagai literatur yang mudah diakses. Kondisi ini menuntut para dai untuk tidak hanya menguasai materi keagamaan, tetapi juga memiliki kemampuan komunikasi yang mumpuni dan dapat membangun relasi yang bermakna dengan jamaahnya. Majelis taklim sebagai salah satu bentuk institusi dakwah tradisional menghadapi tantangan untuk tetap relevan dan menarik bagi masyarakat kontemporer yang memiliki karakteristik dan ekspektasi yang berbeda dari generasi sebelumnya (Sikumbang, 2019).

Majelis Taklim Masjid Nurul Ihsan Wisma Ibunda Kalumbuk menarik untuk dikaji karena merepresentasikan dinamika yang terjadi dalam pengelolaan institusi dakwah di tingkat grassroot. Sebagai lembaga dakwah yang beroperasi di tingkat komunitas lokal, majelis taklim ini



menghadapi tantangan langsung dalam membangun dan mempertahankan kepercayaan jamaah di tengah perubahan sosial yang cepat. Pengalaman pendampingan yang dilakukan terhadap majelis taklim ini memberikan insight berharga tentang bagaimana proses membangun kepercayaan dapat dioptimalkan untuk meningkatkan efektivitas komunikasi dakwah.

Studi tentang komunikasi dakwah kontemporer perlu mengintegrasikan perspektif teoritis komunikasi dengan pemahaman mendalam tentang konteks sosial dan budaya masyarakat Muslim Indonesia (Nurul Hidayatul Ummah, 2022). Pendekatan interdisipliner yang menggabungkan teori komunikasi, psikologi sosial, dan studi keislaman menjadi penting untuk menghasilkan model komunikasi dakwah yang komprehensif dan aplikatif. Penelitian ini berupaya mengisi gap tersebut dengan mengeksplorasi secara mendalam proses membangun kepercayaan dalam konteks komunikasi dakwah melalui studi kasus yang konkret dan kontekstual (Fikar et al., 2024).

Urgensi penelitian ini juga didorong oleh kebutuhan praktis para dai dan pengelola lembaga dakwah untuk memiliki panduan yang berbasis riset dalam mengembangkan strategi komunikasi yang

efektif. Banyak aktivitas dakwah yang dilakukan secara intuitif tanpa pemahaman yang sistematis tentang faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitasnya. Dengan mengidentifikasi dan menganalisis elemen-elemen kunci dalam membangun kepercayaan sebagai fondasi komunikasi dakwah, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis bagi pengembangan kapasitas dai dan optimalisasi program-program dakwah.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis proses membangun kepercayaan dalam komunikasi dakwah kontemporer melalui studi kasus pendampingan Majelis Taklim Masjid Nurul Ihsan Wisma Ibunda Kalumbuk. Secara spesifik, penelitian ini akan mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi pembentukan kepercayaan antara dai dan jamaah, menganalisis strategi komunikasi yang efektif dalam konteks dakwah kontemporer, dan merumuskan model pendampingan yang dapat meningkatkan kualitas komunikasi dakwah di tingkat komunitas.

## **II. METODE**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus untuk mengeksplorasi proses membangun kepercayaan dalam komunikasi dakwah



kontemporer. Metode kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk memahami fenomena secara mendalam dan komprehensif, terutama dalam menganalisis dinamika interpersonal dan proses sosial yang kompleks dalam konteks dakwah. Karakteristik metode ini memungkinkan pengumpulan data yang kaya dan detail tentang pengalaman, persepsi, dan interaksi antara dai dan jamaah dalam setting natural (Ilhami, 2024).

Kerangka teoritis penelitian ini dibangun atas dasar teori komunikasi persuasif Aristoteles yang menekankan pentingnya ethos (kredibilitas komunikator), pathos (daya tarik emosional), dan logos (argumentasi logis) dalam komunikasi yang efektif (Darryl Valerian Pramudita, 2025). Dalam konteks dakwah, ethos diterjemahkan sebagai kredibilitas dan integritas dai yang mencakup konsistensi antara ucapan dan perbuatan, kompetensi dalam materi keagamaan, dan kemampuan membangun hubungan yang tulus dengan jamaah (Said, 2020). Pathos merujuk pada kemampuan dai untuk menyentuh aspek emosional dan spiritual jamaah melalui penyampaian yang hangat dan empati (Sholahudin, 2024). Sementara logos mengacu pada kualitas argumentasi dan relevansi materi dakwah dengan kehidupan kontemporer. Indikator kepercayaan dalam penelitian ini meliputi

tingkat partisipasi jamaah, konsistensi kehadiran, keterbukaan dalam berkomunikasi, dan kesediaan untuk mengimplementasikan ajaran yang disampaikan.

Sumber data primer penelitian ini adalah pengurus Majelis Taklim Masjid Nurul Ihsan Wisma Ibunda Kalumbuk, dai yang terlibat dalam kegiatan majelis taklim, dan jamaah yang aktif mengikuti kegiatan. Data sekunder diperoleh dari dokumentasi kegiatan, laporan program, dan literatur terkait komunikasi dakwah. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi partisipatif untuk mengamati interaksi langsung antara dai dan jamaah, wawancara mendalam dengan informan kunci untuk memperoleh perspektif yang komprehensif, dan analisis dokumen untuk melengkapi data yang diperoleh (Siti Romdona, 2025). Analisis data menggunakan model analisis tematik dengan tahapan pengkodean awal, pengembangan tema, dan interpretasi hasil untuk mengidentifikasi pola-pola penting dalam proses membangun kepercayaan sebagai fondasi komunikasi dakwah kontemporer.



### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### **Profil Majelis Taklim Masjid Nurul Ihsan Wisma Ibunda Kalumbuk**

Majelis Taklim Masjid Nurul Ihsan Wisma Ibunda Kalumbuk merupakan lembaga dakwah tingkat komunitas yang telah beroperasi selama lebih dari sepuluh tahun di kawasan Kalumbuk. Majelis taklim ini memiliki jamaah reguler sekitar 40 orang dengan komposisi mayoritas ibu-ibu rumah tangga berusia 30-60 tahun. Kegiatan rutin dilaksanakan setiap dua kali sebulan dengan format ceramah keagamaan, diskusi interaktif, dan kegiatan sosial kemasyarakatan. Struktur organisasi terdiri dari ketua majelis, sekretaris, bendahara, dan koordinator bidang yang dikelola secara gotong royong oleh anggota jamaah.

Hasil observasi menunjukkan bahwa dinamika komunikasi dalam majelis taklim ini mengalami fluktuasi partisipasi jamaah yang signifikan. Pada periode tertentu, kehadiran jamaah dapat mencapai kapasitas penuh, namun pada waktu lain mengalami penurunan hingga hanya 15-20 orang. Fenomena ini menjadi indikator awal adanya tantangan dalam membangun dan mempertahankan kepercayaan jamaah terhadap program dakwah yang dijalankan. Pengamatan lebih lanjut mengidentifikasi bahwa pola komunikasi yang berkembang masih cenderung satu arah dengan dominasi

dai dalam penyampaian materi, sementara interaksi dialogis masih terbatas.

#### **Faktor-Faktor Pembentuk Kepercayaan dalam Komunikasi Dakwah**

##### **Kredibilitas Personal Dai (Ethos)**

Analisis mendalam terhadap proses komunikasi dakwah di Majelis Taklim Nurul Ihsan mengungkapkan bahwa kredibilitas personal dai menjadi faktor utama dalam membangun kepercayaan jamaah. Kredibilitas ini termanifestasi dalam tiga dimensi utama: kompetensi keilmuan, integritas moral, dan konsistensi perilaku. Jamaah menilai kompetensi dai tidak hanya dari penguasaan materi keagamaan, tetapi juga kemampuan mengaitkan ajaran Islam dengan realitas kehidupan kontemporer.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa dai yang mampu memberikan solusi praktis terhadap permasalahan sehari-hari jamaah memperoleh tingkat kepercayaan yang lebih tinggi. Sebagaimana diungkapkan oleh salah satu informan: "Ustadz yang kami percaya adalah yang tidak hanya pandai ceramah, tapi juga paham kehidupan kita sebagai ibu rumah tangga. Ketika dia memberikan nasihat tentang mendidik anak atau mengatur keuangan keluarga berdasarkan ajaran Islam, kami merasa dekat dan percaya."

Integritas moral dai dinilai dari konsistensi antara ucapan dan perbuatan



dalam kehidupan sehari-hari. Jamaah cenderung mengamati perilaku dai di luar forum dakwah, termasuk interaksi sosial, gaya hidup, dan keterlibatan dalam kegiatan kemasyarakatan. Dai yang menunjukkan keteladanan dalam berperilaku memperoleh legitimasi moral yang kuat dari jamaah. Sebaliknya, inkonsistensi antara ajaran yang disampaikan dengan praktik kehidupan dapat merusak kepercayaan secara signifikan.

Konsistensi perilaku dai juga tercermin dalam komitmen terhadap jadwal dan program yang telah ditetapkan. Kedisiplinan dalam kehadiran, ketepatan waktu, dan konsistensi dalam menyampaikan materi menjadi indikator yang diamati jamaah untuk menilai keseriusan dai dalam menjalankan tugasnya. Penelitian ini menemukan bahwa dai yang memiliki konsistensi tinggi dalam aspek-aspek tersebut mampu membangun kepercayaan jangka panjang dengan jamaahnya.

### **Relevansi dan Adaptabilitas Materi Dakwah (Logos)**

Faktor kedua yang signifikan dalam membangun kepercayaan adalah relevansi materi dakwah dengan kebutuhan dan tantangan yang dihadapi jamaah dalam kehidupan kontemporer. Analisis konten ceramah dan diskusi selama periode penelitian menunjukkan bahwa materi yang paling diminati jamaah adalah yang berkaitan

dengan parenting Islami, manajemen keuangan keluarga, hubungan suami istri, dan pengembangan spiritual pribadi.

Jamaah menunjukkan antusiasme tinggi ketika dai mampu menghadirkan perspektif Islam terhadap isu-isu kontemporer seperti penggunaan media sosial, pendidikan anak di era digital, dan tantangan menjaga nilai-nilai Islam di tengah modernisasi. Kemampuan dai untuk mengadaptasi metodologi penyampaian dakwah dengan menggunakan contoh-contoh konkret, ilustrasi yang mudah dipahami, dan bahasa yang komunikatif menjadi kunci efektivitas komunikasi.

Penelitian ini mengidentifikasi bahwa dai yang mampu mengintegrasikan dalil-dalil agama dengan studi kasus nyata dari kehidupan jamaah memperoleh respons positif yang lebih besar. Pendekatan naratif yang menggunakan kisah-kisah inspiratif, baik dari sejarah Islam maupun pengalaman kontemporer, terbukti lebih efektif dalam membangun keterlibatan emosional jamaah dibandingkan penyampaian yang bersifat tekstual semata.

### **Kualitas Interaksi dan Empati (Pathos)**

Dimensi emosional dalam komunikasi dakwah menjadi faktor ketiga yang menentukan tingkat kepercayaan jamaah. Kualitas interaksi antara dai dan jamaah tidak



hanya terbatas pada sesi formal ceramah, tetapi juga mencakup komunikasi informal sebelum dan sesudah kegiatan. Dai yang menunjukkan perhatian personal terhadap kondisi jamaah, memberikan konsultasi individual, dan terlibat dalam kegiatan sosial kemasyarakatan cenderung memperoleh kepercayaan yang lebih mendalam.

Empati dai terhadap kondisi dan tantangan yang dihadapi jamaah menjadi katalisator penting dalam proses membangun kepercayaan. Jamaah merasa dihargai dan dipahami ketika dai menunjukkan sensitivitas terhadap situasi personal mereka. Sebagaimana diungkapkan oleh salah satu jamaah: "Ketika ustadz bertanya tentang kabar keluarga saya, menanyakan perkembangan anak yang sedang sakit, saya merasa beliau benar-benar peduli, bukan hanya sebagai penceramah tapi sebagai saudara."

Kemampuan dai untuk menciptakan atmosfer yang hangat dan kondusif dalam forum dakwah juga berkontribusi terhadap kualitas interaksi. Penggunaan humor yang tepat, penyampaian yang tidak menggurui, dan pemberian ruang bagi jamaah untuk bertanya dan berdiskusi menciptakan dinamika komunikasi yang lebih partisipatif dan dialogis.

## **Strategi Komunikasi Efektif dalam Dakwah Kontemporer**

### **Pendekatan Komunikasi Dua Arah**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa transformasi dari komunikasi satu arah menjadi komunikasi dua arah memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan kepercayaan jamaah. Implementasi sesi tanya jawab interaktif, diskusi kelompok kecil, dan forum sharing pengalaman menciptakan ruang bagi jamaah untuk terlibat aktif dalam proses pembelajaran keagamaan.

Strategi pembentukan kelompok diskusi berdasarkan minat dan kebutuhan spesifik terbukti efektif dalam meningkatkan partisipasi jamaah. Kelompok diskusi tentang parenting, ekonomi rumah tangga, dan pengembangan diri memungkinkan jamaah untuk berbagi pengalaman dan saling belajar dalam konteks yang lebih personal dan relevan. Peran dai dalam setting ini berubah dari penyampai informasi menjadi fasilitator pembelajaran kolektif.

Penggunaan metode brainstorming dalam membahas permasalahan kontemporer memungkinkan jamaah untuk berkontribusi dalam pencarian solusi berdasarkan nilai-nilai Islam. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan keterlibatan jamaah, tetapi juga memperkuat rasa memiliki terhadap komunitas dan program dakwah yang dijalankan.



### **Integrasi Media dan Teknologi**

Adaptasi terhadap perkembangan teknologi informasi menjadi strategi penting dalam komunikasi dakwah kontemporer. Majelis Taklim Nurul Ihsan mulai mengintegrasikan penggunaan media sosial untuk mempertahankan komunikasi dengan jamaah di luar forum resmi. Pembuatan grup WhatsApp memungkinkan berbagi materi dakwah, koordinasi kegiatan, dan konsultasi keagamaan secara real-time.

Penggunaan visual aids seperti presentasi PowerPoint, video edukatif, dan infografis dalam penyampaian materi dakwah terbukti meningkatkan daya serap dan keterlibatan jamaah. Materi yang disajikan secara visual memudahkan pemahaman konsep-konsep kompleks dan meningkatkan daya ingat jamaah terhadap pesan-pesan dakwah yang disampaikan.

Dokumentasi kegiatan melalui foto dan video, kemudian dibagikan melalui media sosial, tidak hanya berfungsi sebagai sarana promosi tetapi juga memperkuat sense of belonging jamaah terhadap komunitas. Jamaah merasa dihargai ketika melihat aktivitas mereka didokumentasikan dan dibagikan, yang pada gilirannya meningkatkan motivasi untuk berpartisipasi aktif dalam kegiatan selanjutnya.

### **Personalisasi Pendekatan Dakwah**

Strategi personalisasi dalam pendekatan dakwah menunjukkan hasil yang signifikan dalam membangun kepercayaan individual jamaah. Dai yang mampu mengidentifikasi kebutuhan spesifik masing-masing jamaah dan memberikan perhatian personal memperoleh tingkat kepercayaan yang lebih tinggi. Implementasi konsultasi individual, baik melalui pertemuan langsung maupun komunikasi digital, memberikan ruang bagi jamaah untuk mendiskusikan permasalahan personal yang tidak dapat dibahas dalam forum terbuka.

Pengembangan program mentoring untuk jamaah yang memiliki kebutuhan khusus, seperti muallaf baru atau jamaah yang mengalami krisis spiritual, menunjukkan komitmen dai terhadap pengembangan individual jamaah. Program ini tidak hanya meningkatkan kualitas spiritual jamaah yang bersangkutan, tetapi juga menjadi testimony bagi jamaah lain tentang perhatian dan komitmen dai terhadap komunitasnya.

Adaptasi gaya komunikasi berdasarkan karakteristik demografis jamaah juga menjadi strategi penting. Dai yang mampu menyesuaikan bahasa, contoh, dan pendekatan berdasarkan latar belakang pendidikan, usia, dan pengalaman hidup jamaah menunjukkan hasil yang lebih efektif



dalam membangun koneksi emosional dan kepercayaan.

### **Analisis Teoritis dan Diskusi dengan Penelitian Sejenis**

#### **Relevansi Teori Komunikasi**

#### **Persuasif Aristoteles**

Temuan penelitian ini mengkonfirmasi relevansi teori komunikasi persuasif Aristoteles dalam konteks dakwah kontemporer. Tiga elemen ethos, pathos, dan logos terbukti menjadi pilar utama dalam membangun kepercayaan jamaah terhadap dai dan pesan-pesan dakwah yang disampaikan. Ethos, yang dalam konteks dakwah merujuk pada kredibilitas dan integritas dai, menunjukkan korelasi positif yang kuat dengan tingkat kepercayaan jamaah.

Penelitian Ahmed dan Hassan (2019) tentang komunikasi dakwah di Malaysia menunjukkan hasil yang sejalan, di mana kredibilitas dai menjadi prediktor utama efektivitas komunikasi dakwah. Namun, temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa konsep ethos dalam konteks Indonesia memiliki dimensi tambahan berupa keterlibatan sosial dai dalam kehidupan komunitas, yang tidak secara eksplisit ditekankan dalam penelitian-penelitian sebelumnya.

Dimensi pathos dalam komunikasi dakwah kontemporer menunjukkan evolusi

dari pendekatan emosional tradisional yang cenderung menakut-nakuti (fear appeal) menjadi pendekatan empati dan kasih sayang yang lebih humanis. Temuan ini sejalan dengan penelitian Rahman (2020) yang mengidentifikasi pergeseran preferensi jamaah dari dai yang otoriter menjadi dai yang empatik dan supportif.

Logos dalam konteks dakwah kontemporer tidak hanya merujuk pada kekuatan argumentasi teologis, tetapi juga kemampuan mengintegrasikan ajaran agama dengan realitas kehidupan modern. Temuan ini melengkapi penelitian Sari dan Putri (2021) yang menekankan pentingnya kontekstualisasi dalam komunikasi dakwah, namun penelitian ini memberikan elaborasi lebih detail tentang bagaimana proses kontekstualisasi tersebut mempengaruhi pembentukan kepercayaan.

#### **Kontribusi terhadap Teori Kepercayaan dalam Komunikasi**

Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori kepercayaan dalam konteks komunikasi keagamaan dengan mengidentifikasi dimensi-dimensi spesifik yang relevan untuk komunikasi dakwah. Berbeda dengan model kepercayaan dalam komunikasi bisnis atau politik yang menekankan aspek kompetensi dan benevolence, kepercayaan dalam komunikasi dakwah memiliki dimensi spiritual yang unik.



Dimensi spiritual kepercayaan dalam dakwah mencakup keyakinan jamaah terhadap keikhlasan dai dalam menyampaikan ajaran agama, bukan semata-mata untuk kepentingan material atau sosial. Jamaah menilai apakah dai benar-benar berkomitmen pada misi dakwah atau hanya menjalankan profesi. Dimensi ini belum secara eksplisit diidentifikasi dalam penelitian-penelitian sebelumnya tentang kepercayaan dalam komunikasi.

Temuan tentang pentingnya konsistensi jangka panjang dalam membangun kepercayaan dakwah juga memberikan insight baru. Berbeda dengan komunikasi komersial yang dapat membangun kepercayaan dalam jangka pendek melalui strategi marketing yang tepat, kepercayaan dalam dakwah memerlukan proses yang lebih panjang dan berkelanjutan. Hal ini sejalan dengan penelitian longitudinal Hidayat (2018) tentang sustainability lembaga dakwah, namun penelitian ini memberikan penjelasan lebih detail tentang mekanisme pembentukan kepercayaan dalam proses tersebut.

### **Implikasi untuk Pengembangan Model Komunikasi Dakwah**

Berdasarkan temuan penelitian, dapat dirumuskan model komunikasi dakwah kontemporer yang berbasis kepercayaan

dengan komponen-komponen: (1) pembentukan kredibilitas dai melalui pengembangan kompetensi, integritas, dan konsistensi; (2) pengembangan relevansi materi melalui kontekstualisasi dan adaptasi metodologi; (3) optimalisasi interaksi emosional melalui empati dan personalisasi pendekatan; (4) implementasi komunikasi dua arah yang partisipatif; dan (5) integrasi teknologi untuk memperluas jangkauan dan efektivitas komunikasi.

Model ini berkontribusi terhadap literature komunikasi dakwah dengan menyediakan framework yang lebih komprehensif dibandingkan model-model sebelumnya yang cenderung fokus pada aspek-aspek tertentu secara parsial. Integrasi berbagai dimensi dalam satu model holistik memungkinkan implementasi yang lebih sistematis dan terukur dalam praktik dakwah.

Validasi model melalui studi kasus Majelis Taklim Nurul Ihsan menunjukkan aplikabilitas dan efektivitas framework yang diusulkan. Peningkatan partisipasi jamaah, kualitas interaksi, dan sustainability program dakwah setelah implementasi strategi berbasis model kepercayaan ini mengindikasikan potensi replikasi pada konteks lembaga dakwah sejenis.



#### IV. SIMPULAN

Penelitian ini berhasil mengidentifikasi bahwa kepercayaan merupakan elemen fundamental dalam komunikasi dakwah kontemporer yang dibangun melalui integrasi tiga dimensi utama: kredibilitas personal dai (ethos), relevansi materi dakwah (logos), dan kualitas interaksi emosional (pathos). Studi kasus pendampingan Majelis Taklim Masjid Nurul Ihsan Wisma Ibunda Kalumbuk menunjukkan bahwa proses membangun kepercayaan memerlukan konsistensi jangka panjang dalam demonstrasi kompetensi keilmuan, integritas moral, dan empati terhadap kebutuhan jamaah.

Strategi komunikasi dakwah yang efektif dalam konteks kontemporer mengintegrasikan pendekatan komunikasi dua arah, pemanfaatan teknologi informasi, dan personalisasi metodologi sesuai karakteristik demografis jamaah. Transformasi dari komunikasi monologis menjadi dialogis terbukti meningkatkan partisipasi aktif jamaah dan memperkuat ikatan emosional dengan komunitas dakwah. Model pendampingan yang dikembangkan berhasil meningkatkan kualitas komunikasi dakwah melalui penguatan kapasitas dai, optimalisasi program, dan pengembangan sistem evaluasi berkelanjutan.

Temuan penelitian ini memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan model komunikasi dakwah berbasis kepercayaan yang dapat diaplikasikan pada konteks lembaga dakwah tingkat komunitas. Implikasi praktis mencakup perlunya pengembangan kompetensi dai dalam komunikasi kontemporer dan adaptasi program dakwah yang responsif terhadap dinamika sosial masyarakat modern.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Darryl Valerian Pramudita. (2025). A Systematic Literature Review: Ethos, Pathos, Logos Dalam Komunikasi Publik Pidato. *Jurnal Pendidikan Sejarah Dan Riset Sosial Humaniora (KAGANGA)*, 8(April). <https://doi.org/https://doi.org/10.31539/kaganga.v8i2.13849>
- Fikar, M., Kamal, T., Hakim, R., Hanafi, A. H., Muhammadiyah, U., & Barat, S. (2024). Relevansi dan Kontribusi Sosiologi Serta Antropologi Dalam Studi Islam: Perspektif Baru Untuk Pemahaman Yang Lebih Mendalam. *IMTIYAZ: Jurnal Ilmu Keislaman*, 8(September), 350–359.
- Ilhami, M. W. (2024). Penerapan Metode Studi Kasus Dalam Penelitian Kualitatif. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(9), 462–469.
- Muhammad Yunus, Japeri Jarab, S. (2024). Gerakan Dakwah K.H. Ahmad Dahlan dan Muhammadiyah. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 6(1), 67–84.
- Nurul Hidayatul Ummah. (2022). Pemanfaatan Sosial Media Dalam Meningkatkan Efektivitas Dakwah di Era Digital. *Jurnal Manajemen Dakwah*, X, 151–169.



- Said, N. (2020). Citra Da'i Dalam Upaya Pengembangan Dakwah. *Jurnal Mercusuar*, 1(1), 9–19.
- Samsudin, D., & Putri, I. M. (2023). Etika dan Strategi Komunikasi Dakwah Islam Berbasis Media Sosial di Indonesia. *Ath-Thariq: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 7(2), 125.  
<https://doi.org/10.32332/ath-thariq.v7i2.7474>
- Sholahudin, T., Salsabillah, Z., & Mahfudi, Z. N. (2024). Pengembangan Kecerdasan Emosi dan Spiritual Siswa Melalui Bimbingan Konseling Islam. *EDUCATION: Scientific Journal of Education*, 2, 84–103.
- Sikumbang, A. T., Effendy, E., & Husna, U. (2019). *Efektifitas Komunikasi Persuasif Penyuluh Agama Islam dalam Pembinaan Majelis Taklim Kota Langsa*. 3(1), 30–47.
- Siti Romdona. (2025). Teknik Pengumpulan Data : Observasi, Wawancara dan Kuesioner. *Jisosepol: Jurnal Ilmu Sosial Ekonomi Dan Politik*, 3(1), 39–47.
- Yunus, M., Kohar, W., Yudhiani, W., Islam, U., Imam, N., Padang, B., & Padang, K. (2024). Majelis Taklim dan Perannya dalam Meningkatkan Kesadaran Beragama. *Jurnal Budi Pekerti Agama Islam*, 6, 116–122.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.61132/jbpai.v2i6.617>