

Strategi Komunikasi Persuasif Melalui Program Tebar Huffadz

Received: 28-03-2025; Revised:10-04-2025 Accepted: 30-04-2025

Diki Taufikkurrohman*)
Universitas Islam Negeri Sunan
Ampel, Surabaya
dikitaufik00@gmail.com

Ahmad Habibul Muiz
Sekolah Tinggi Ilmu Dakwah
dan Komunikasi Islam Ar
Rahmah, Surabaya
habibulmuiz69@stidkiarrahmah.ac.id

Reka Gunawan
Sekolah Tinggi Ilmu Dakwah
dan Komunikasi Islam Ar
Rahmah, Surabaya
rekagunawan29@gmail.com

Luluk Fikri Zuhriyah
Universitas Islam Negeri Sunan
Ampel, Surabaya
lulukfikri@uinsa.ac.id

*) *Corresponding Author*

Keywords: *Persuasive
Communication, Tebar
Huffadz, Masjid
Ibadurrahman*

Abstract: The Tebar Huffadz program is a mosque-based initiative aimed at disseminating Qur'anic education within the community. This study seeks to analyze the persuasive communication strategies employed in the Tebar Huffadz program at Masjid Ibadurrahman Cembor, as well as to assess their effectiveness in enhancing community engagement and addressing existing social barriers. Adopting a qualitative approach with a case study design, this research focuses on the persuasive communication strategies implemented in the program. Data were collected through observations, in-depth interviews with the mosque's management board (takmir), religious figures, and community members involved, as well as through program documentation. The findings reveal that the persuasive communication strategies used in this program include a personal approach to religious leaders, the use of familiar terminology within the community, and message delivery rooted in local and socio-religious values. These strategies have proven effective in introducing and implementing mosque-based programs in environments with strong religious affiliations. The utilization of community-recognized terminology, the involvement of religious leaders as primary communicators, and message delivery that prioritizes social and spiritual values are the key factors behind the program's success

Abstrak: Program Tebar Huffadz merupakan salah satu inisiatif berbasis masjid yang bertujuan menyebarluaskan pembelajaran Al-Qur'an di masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi persuasif yang diterapkan dalam program Tebar Huffadz di Masjid Ibadurrahman Cembor, serta mengkaji efektivitasnya dalam meningkatkan keterlibatan masyarakat dan mengatasi hambatan sosial yang ada. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus, berfokus pada strategi komunikasi persuasif yang diterapkan dalam program Tebar Huffadz. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara mendalam dengan ketua takmir, tokoh agama, dan masyarakat yang terlibat, serta dokumentasi program. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi persuasif yang digunakan dalam program ini mencakup pendekatan personal kepada tokoh agama, penggunaan istilah yang familiar di masyarakat serta penyampaian pesan yang berbasis nilai-nilai lokal dan sosial keagamaan. Strategi komunikasi persuasif terbukti efektif dalam memperkenalkan dan menjalankan program berbasis masjid di lingkungan dengan afiliasi keagamaan yang kuat. Pemanfaatan istilah yang dikenal oleh masyarakat, keterlibatan tokoh agama sebagai komunikator utama, serta penyampaian pesan yang mengedepankan nilai sosial dan spiritual menjadi kunci keberhasilan program.

PENDAHULUAN

Di era modern, masjid menghadapi tantangan sebagai pusat spiritual dan sosial umat Islam akibat perubahan pola hidup masyarakat perkotaan. Kesibukan serta pengaruh arus modernitas telah mengurangi keterhubungan individu dengan Al-Qur'an dan masjid. Penelitian menunjukkan adanya penurunan minat generasi muda untuk mengunjungi masjid, yang berdampak pada berkurangnya interaksi sosial berbasis nilai-nilai Islam serta perubahan pola perilaku yang menjauh dari norma-norma spiritual. Modernitas yang terus berkembang telah mengikis tradisi keagamaan, sehingga menuntut adanya strategi untuk mempertahankan peran masjid agar tetap relevan bagi seluruh lapisan masyarakat. Masjid yang seharusnya menjadi pusat pembinaan umat mengalami penyusutan peran dan perlu menyesuaikan diri dengan tantangan zaman agar tetap menjadi bagian integral dari kehidupan keislaman (Udin dkk., 2023).

Sejarah telah membuktikan bahwa Rasulullah Saw memilih membangun masjid sebagai langkah pertama dari tahapan mewujudkan masyarakat madani (Kurniawan, 2014). Masjid Nabawi menjadi bukti sejarah dalam menerapkan strategi komunikasi dakwah pada masyarakat, yaitu dengan menjadikan masjid sebagai sentral pendidikan dengan beragam ilmu yang diajarkan. Serta menjadikan masjid sebagai Baitul Qur'an yaitu masjid sebagai pusat pendidikan ilmu Al-qur'an dan ilmu agama.

Konsep dan peran masjid yang demikian strategis harusnya dapat dikomunikasikan dengan baik secara persuasif kepada masyarakat dan dikolaborasikan dengan pihak-pihak terkait agar fungsi dari keberadaan masjid dapat memberi manfaat luas kepada masyarakat. Karena komunikasi adalah inti dari semua hubungan sosial (Larasati & Marheni, 2019). Bahkan komunikasi menjadi mesin pendorong proses sosial yang memungkinkan terjadinya interaksi antar manusia sebagai makhluk sosial.

Namun, dalam konteks masyarakat pedesaan, terutama di Desa Cembor, Terawas, Mojokerto, terdapat fenomena faktual yang menunjukkan kesulitan dalam menginisiasi dan menjalankan program berbasis masjid (Efrizal Dedi dkk., 2024). Salah satu faktor utamanya adalah kultur budaya masyarakat Cembor yang kuat dengan afiliasi ormas Nahdlatul Ulama (NU). Sejak dulu, masyarakat Cembor telah terikat dengan tradisi dan ajaran yang dipromosikan oleh NU, sehingga mereka cenderung tidak mudah menerima afiliasi baru atau program-program yang dianggap berbeda dari norma dan nilai yang mereka anut. Afiliasi keagamaan yang kuat ini membuat penerimaan program dakwah baru, yang mungkin dianggap berbeda atau diinisiasi oleh kelompok di luar NU, menjadi tantangan tersendiri.

Sejarah masyarakat Cembor mengukuhkan keterikatan mereka dengan NU, di mana praktik keagamaan berbasis tradisi lokal seperti tahlilan, yasinan, dan kegiatan pengajian rutin sudah mengakar dalam kehidupan sosial-keagamaan mereka. Oleh karena itu, setiap program baru yang masuk ke desa, terutama yang berkaitan dengan pendidikan Al-Qur'an seperti Tebar Huffadz, sering kali menghadapi resistensi awal karena dianggap tidak sejalan dengan tradisi keagamaan lokal yang dominan.

Dalam konteks ini, fenomena konseptual yang perlu dipahami adalah pentingnya strategi komunikasi persuasif dalam menghadapi kultur masyarakat yang sudah mapan ini (Kotawarmi dkk., 2022). Mengusulkan dan melaksanakan program baru, seperti Tebar Huffadz, di lingkungan yang begitu kuat dengan satu afiliasi keagamaan memerlukan pendekatan komunikasi yang bijaksana dan persuasif. Strategi tersebut harus mampu menyentuh aspek emosional, sosial, dan religius masyarakat untuk meyakinkan bahwa program ini bukanlah ancaman terhadap tradisi yang ada, melainkan justru dapat memperkuat nilai-nilai keislaman yang sudah mereka pegang.

Terlepas dari tantangan ini, kebaruan yang ditawarkan oleh penelitian ini adalah keberhasilan Program Tebar Huffadz yang sudah diterapkan di tiga masjid dan tujuh musholla di Desa Cembor dan sekitarnya. Program ini mendapat penerimaan dari masyarakat setelah melalui upaya komunikasi yang intens dan persuasif. Meskipun ada resistensi awal, pendekatan komunikasi yang tepat dapat membantu mengatasi hambatan budaya dan afiliasi keagamaan yang kuat.

Penggunaan komunikasi persuasif oleh pengelola masjid, khususnya dalam konteks program Tebar Huffadz, memiliki beberapa alasan penting yang berkaitan dengan efektivitas dalam mencapai tujuan dakwah dan pendidikan. *Pertama*, mengubah persepsi dan sikap masyarakat: Masjid sebagai pusat pembinaan keagamaan menghadapi tantangan dalam menarik minat masyarakat, terutama generasi muda, untuk terlibat aktif dalam program seperti Tebar Huffadz. Komunikasi persuasif digunakan untuk mengubah persepsi masyarakat tentang pentingnya menghafal Al-Qur'an dan memotivasi mereka agar terlibat dalam program tersebut. *Kedua*, meningkatkan partisipasi: Banyak masyarakat yang mungkin belum memahami sepenuhnya manfaat jangka panjang dari program seperti Tebar Huffadz. Dengan komunikasi persuasif, pengelola masjid dapat menyampaikan pesan yang lebih efektif, menekankan nilai spiritual, sosial, dan pendidikan dari program ini, sehingga dapat meningkatkan partisipasi jamaah (Ramadhani & Hariyanto, 2024). *Ketiga*, memperkuat kolaborasi dengan pihak terkait: Pengelola masjid perlu berkomunikasi secara persuasif dengan stakeholder seperti donatur, ulama, dan lembaga keagamaan lainnya untuk mendapatkan dukungan finansial dan non-finansial. Pesan persuasif dapat membantu memperkuat kerja sama yang mendukung keberlangsungan dan kesuksesan program. *Keempat*, menyampaikan nilai-nilai agama secara efektif: Program Tebar Huffadz tidak hanya fokus pada hafalan Al-Qur'an, tetapi juga pada pembinaan karakter dan pemahaman nilai-nilai agama. Dengan strategi komunikasi persuasif, pesan-pesan tersebut dapat disampaikan secara lebih menyentuh, relevan, dan menginspirasi perubahan sikap yang positif di masyarakat. *Kelima*, meminimalisir hambatan psikologis dan sosial: Ada sebagian masyarakat yang mungkin ragu untuk mengikuti program seperti Tebar Huffadz karena merasa tidak mampu atau tidak memiliki waktu. Komunikasi persuasif dapat digunakan untuk meminimalisir hambatan-hambatan ini dengan memberikan motivasi dan keyakinan bahwa semua orang, dengan komitmen yang kuat, bisa ikut serta (Christy & Oktavianti, 2021).

Objek penelitian ini adalah strategi komunikasi persuasif yang dilakukan oleh masjid Ibadurrahman Cembor melalui program Tebar Huffadz terhadap masyarakat sekitar. Masjid Ibadurrahman ini bergerak dibawah naungan kampus STIDKI Ar Rahmah Surabaya dan mendapatkan support sepenuhnya dari kampus melalui peran serta para mahasiswa tahfidz yang dikirimkan. Masjid ini pernah mendapatkan apresiasi dari gubernur Jawa Timur dalam sambutan peresmianya. Dr. H. Akhmad Jazuli SH.M.Si, mewakili Ibu Gubernur Dra. Hj. Khofifah Indar Parawansa, M.Si menyampaikan bahwa, "*Ibu Gubernur sangat mengapresiasi atas hadirnya Kampus STIDKI Ar Rahmah di Jawa Timur yang sangat memperhatikan persoalan Umat*". Studi kasus ini dapat memberikan gambaran pemahaman tentang strategi komunikasi persuasif kemasjidan

Penelitian yang dilakukan oleh (Rosidi dkk., 2023) menunjukkan bahwa strategi komunikasi persuasif dalam dakwah tidak hanya mengandalkan penyampaian pesan secara verbal, tetapi juga melibatkan pendekatan psikologis, sosiokultural, dan konstruksi makna. Dalam penelitian tersebut yang berfokus pada komunitas Punk Hijrah di Bandar Lampung, ditemukan bahwa komunikasi persuasif efektif dilakukan dengan tiga strategi utama. *Pertama*, strategi psikodinamika yang memanfaatkan aspek emosional dan kognitif dalam membangun persuasi, seperti menyentuh perasaan dan pengalaman pribadi audiens. *Kedua*, strategi sosiokultural yang mengandalkan hubungan sosial, seperti pertemanan dan jaringan komunitas, untuk memperkuat penyampaian pesan dakwah. *Ketiga*, strategi konstruksi

makna yang menggunakan analogi dan perumpamaan agar pesan lebih mudah dipahami dan diterima oleh audiens. Temuan tersebut memiliki relevansi yang kuat dengan penelitian ini, karena program Tebar Huffadz juga membutuhkan strategi komunikasi persuasif untuk mengajak masyarakat agar mendukung dan terlibat dalam program tersebut. Tujuan penelitian ini adalah tentang bagaimana strategi komunikasi persuasif program Tebar Huffadz dan bagaimana dampaknya terhadap perubahan sikap dan perilaku masyarakat serta faktor penghambat program ini.

Konsep komunikasi persuasif dalam Program Tebar Huffadz berfokus pada lima strategi utama, yaitu: (1) Penggunaan Diskusi untuk membangun pemahaman bersama, (2) Pendekatan Emosional yang menyentuh aspek psikologis individu, (3) Non-Kekerasan dengan metode ajakan yang lembut dan tidak memaksa, (4) Membangun Kepercayaan melalui keterlibatan tokoh agama dan komunitas, serta (5) Fokus pada Partisipasi Masyarakat dengan adaptasi istilah lokal agar lebih mudah diterima. Strategi ini efektif dalam mengatasi resistensi dan meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam penghafalan Al-Qur'an.

Penelitian Menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus program tebar huffadz masjid Ibadurrahman Cembor. Lokasi penelitian ini di masjid Ibadurrahman Cembor, kec. Pacet kab. Mojokerto, Jawa timur dan melibatkan Ketua Takmir Masjid Ibadurrahman, Tokoh masyarakat, serta masyarakat yang bersinggungan dengan program tebar huffadz. data dikumpulkan dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi. Validitas data dijaga melalui triangulasi metode dan sumber, member checking, serta audit trail. Analisis data menggunakan pendekatan (Ball-Rekeach, 2003) Proses ini mencakup identifikasi konsep awal, pengelompokan berdasarkan tema, serta penyusunan dimensi agregat guna membentuk kerangka konseptual. Dalam penelitian ini, peneliti berperan sebagai instrumen utama yang didukung oleh berbagai alat, seperti rekaman audio, kamera, dan notebook.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Latar Belakang Program Tebar Huffazh

Program Tebar Huffadz di Masjid Ibadurrahman Cembor didirikan dengan dua tujuan utama. Pertama, sebagai upaya melatih mahasiswa untuk menghafal dan membaca Al-Qur'an dengan lancar, termasuk kemampuan membaca menggunakan pengeras suara (mic). Program ini bertujuan meningkatkan kualitas hafalan mereka melalui praktik langsung di depan masyarakat (Shifa Ratu, 2023). Sebagaimana disampaikan oleh informan 1 :

”Nah, kenapa kemudian di...diadakan tebar Huffazh Adalah situ melatih Teman-teman hafalan, karena mereka di sini menghafal, melatih mereka untuk latihan membaca di mic dan melatih mereka agar hafala nya lebih lancar lagi.”(informan 1)

Kedua, program ini dirancang untuk memperkenalkan masjid yang baru didirikan kepada masyarakat sekitar. Masjid Ibadurrahman merupakan masjid baru yang pada awalnya belum dikenal luas. Melalui Tebar Huffadz, masjid mencoba menjangkau masyarakat sekitar dengan mengadakan kegiatan sima'an Al-Qur'an di mushola-mushola sekitar. Ini bertujuan membangun hubungan yang lebih erat dengan masyarakat dan menghapus kesenjangan yang mungkin ada. Sebagaimana yang disampaikan langsung oleh informan 1

“Terus yang ke-2 bagaimana cara kita agar mengenalkan masjid ini ke masyarakat sekitar. Karena kalau kita berkegiatan di dalam masjid saja, masyarakat sekitar mungkin kurang mengenal dengan kita, karena mereka juga orang kampung, mereka juga mau ke sini malu jadi kita yang ke sana. Jadi kita berangkat ke mushola- mushola mereka, kita mengaji

di mushola- mushola mereka dengan harapan : 1 kita diterima diterima mereka selama kita masih di sini.” (informan 1). Dengan dua fokus tersebut, Tebar Huffadz menjadi program strategis yang menggabungkan pelatihan internal mahasiswa dengan upaya syiar dakwah ke masyarakat sekitar.

Strategi Komunikasi yang Digunakan

Menerapkan Diskusi

Diskusi sebagai konsep dalam komunikasi persuasif merujuk pada interaksi dua arah yang memungkinkan pertukaran ide, pendapat, dan informasi antara komunikator dan komunikan dengan tujuan mempengaruhi sikap, pendapat, atau perilaku. Melalui diskusi, komunikator dapat menyesuaikan pesan sesuai dengan respons komunikan, menciptakan suasana dialogis yang meningkatkan efektivitas persuasi.

Menurut Cangara (2010), komunikasi persuasif bertujuan untuk mengubah atau memperkuat sikap dan perilaku, di mana fakta, pendapat, dan motivasi harus disusun untuk mendukung tujuan persuasi. Diskusi memungkinkan identifikasi kebutuhan dan preferensi komunikan, sehingga pesan dapat disesuaikan untuk mencapai efek persuasi yang diinginkan.

Selain itu, diskusi memungkinkan komunikator untuk memahami karakteristik audiens, yang penting dalam memilih strategi komunikasi yang tepat. Dengan memahami audiens melalui diskusi, komunikator dapat menyesuaikan pesan dan pendekatan untuk meningkatkan efektivitas komunikasi persuasif. Komunikasi menjadi sarana untuk menyampaikan keinginan, kebutuhan, dan aspirasi kepada pemegang kepentingan. Komunikasi yang efektif memungkinkan pemegang kekuasaan untuk memahami tuntutan dan meresponnya dengan kebijakan yang sesuai (Yusril & Putera, 2024). Pendekatan pertama dilakukan kepada tokoh agama setempat, seperti Ustadz Ahmadi dan Abah Sahlan, yang memiliki pengaruh signifikan dalam komunitas. Dalam tahap ini, tim Masjid Ibadurrahman menjelaskan tujuan dan manfaat program secara rinci. Respon positif dari tokoh agama menjadi landasan penting untuk melanjutkan komunikasi ke pihak lain. Sebagaimana yang disampaikan langsung oleh informan 1 dan 2:

”Jadi awal nya kita nemuin ke.. Tokoh agama dulu, tokoh agama dulu, di desa cembor kemudian kita sampaikan,” (informan 1)

“Nah, jadi kita izin ke kepala desa lalu kita sampaikan tujuannya, seperti ini- seperti ini kemudian kepala desa oke, Acc. (informan 1)

“Ee... Ada komunikasi di awal dengan ustadz fauzi. Bagaimana ustadz bila kita adakan agenda seperti ini. Kita rundingkan saya sampaikan ke tokoh-tokoh masyarakat di sini. Respon tokoh-tokoh nya bagus. Kemudian, saya sampaikan ke teman-teman Ibadurrahman.” .(informan 2).

Pendekatan Emosional

Pendekatan emosional dalam komunikasi persuasif, terutama dalam strategi psikodinamika, berfokus pada elemen emosional dan kognitif individu untuk membangun keterikatan dengan pesan yang disampaikan. Asumsi dasar dari strategi ini adalah bahwa faktor-faktor psikologis memiliki dampak signifikan terhadap perilaku manusia. Efektivitas komunikasi persuasif terletak pada kemampuan individu untuk mempelajari informasi baru yang disampaikan persuader, yang kemudian dapat mengubah struktur psikologis mereka, seperti kebutuhan, ketakutan, dan sikap (Arisetiana dkk., 2023).

.Dalam konteks Program Tebar Huffadz, pendekatan emosional digunakan untuk menyentuh aspek psikologis audiens, terutama dengan menyampaikan pesan-pesan inspiratif dan pengalaman pribadi yang dapat meningkatkan keterlibatan masyarakat. Hal ini

dilakukan dengan menyampaikan cerita pengalaman peserta program serta memberikan pemahaman mendalam tentang manfaat spiritual dan sosial dari menghafal Al-Qur'an. Program ini juga mengandalkan strategi komunikasi yang mampu menyentuh aspek emosional, sosial, dan religius masyarakat untuk meyakinkan bahwa program tersebut bukanlah ancaman terhadap tradisi yang ada, tetapi justru memperkuat nilai-nilai keislaman yang mereka pegang. Hal ini seperti yang diungkapkan informan 2

"Jadi memang dari awal, teman-teman Ibadurrahman itu komunikasinya baik. Cara komunikasinya baik saya akui." (Informan 2)

Metode Ajakan yang Santun

Dalam konteks Program Tebar Huffadz, pendekatan non-kekerasan diterapkan dengan metode ajakan yang lembut dan tidak memaksa, yang memungkinkan masyarakat untuk secara sukarela menerima pesan yang disampaikan serta berpartisipasi dalam program tersebut.

Menurut wawancara dengan salah satu tokoh masyarakat, metode komunikasi yang digunakan dalam program ini menekankan pada pendekatan personal dan pendampingan berkelanjutan. Sebagaimana disampaikan oleh informan 2, "Jadi memang dari awal, teman-teman Ibadurrahman itu komunikasi nya baik. Cara komunikasi nya baik saya akui." Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi dilakukan dengan cara yang santun dan bersahabat, sehingga masyarakat tidak merasa tertekan untuk mengikuti program tersebut

Pendekatan persuasif yang lembut ini juga berdampak pada perubahan persepsi masyarakat terhadap program. Seiring dengan berjalannya waktu, masyarakat yang sebelumnya ragu-ragu mulai memahami tujuan utama dari Tebar Huffadz, sebagaimana disampaikan oleh seorang Takmir Masjid, "Sekarang alhamdulillah mereka sudah paham."

Hasil ini sejalan dengan temuan sebelumnya yang menyebutkan bahwa persuasi yang efektif terjadi ketika pesan disampaikan secara bertahap, tanpa tekanan, dan dengan membangun hubungan interpersonal yang baik (Cangara, 2010).

Membangun Kepercayaan Melalui Keterlibatan Tokoh

Kepercayaan merupakan elemen krusial dalam komunikasi persuasif, terutama dalam konteks sosial dan keagamaan (Hovland dkk., 1953). Dalam program Tebar Huffadz, kepercayaan masyarakat dibangun melalui keterlibatan tokoh agama yang memiliki pengaruh terhadap penerimaan pesan. Strategi ini menekankan bahwa komunikasi yang melibatkan figur otoritatif dalam masyarakat cenderung lebih efektif dalam membentuk opini dan sikap publik (Suhendra & Selly Pratiwi, 2024).

Pendekatan awal dilakukan dengan melibatkan tokoh agama setempat, seperti Ustadz Ahmadi dan Abah Sahlan, yang memiliki otoritas di masyarakat. Mereka menjadi mediator utama dalam menyampaikan pesan program kepada komunitas. Hal ini sesuai dengan wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini, di mana informan menyatakan:

"Jadi awalnya kita menemui tokoh agama dulu, kemudian kita sampaikan." (Informan 1)

Pemakaian Bahasa yang Familiar

Selain itu penggunaan istilah yang familiar dalam sebuah komunitas merupakan strategi komunikasi yang efektif untuk memastikan pesan dapat dipahami dan diterima dengan baik oleh audiens. Dengan menggunakan bahasa atau istilah yang akrab bagi audiens, komunikator dapat membangun kedekatan dan meningkatkan efektivitas penyampaian pesan. Sebagai contoh, dalam konteks dakwah, KH. Abdul Ghofur dikenal menggunakan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami oleh masyarakat awam. Beliau

sering menggunakan bahasa sehari-hari yang akrab bagi audiensnya, sehingga pesan dakwah dapat diterima dengan baik oleh berbagai kalangan. (Abdul dkk., 2024). Oleh karena itu pemilihan istilah "sima'an" digunakan dalam strategi ini untuk memudahkan pemahaman masyarakat. dalam pelaksanaan program Tebar Huffadz, tim Masjid Ibadurrahman memilih istilah "sima'an" untuk memperkenalkan kegiatan ini kepada masyarakat Desa Cembor karena masyarakat tidak memahami makna istilah Tebar Huffadz. Pemilihan istilah ini didasarkan pada pertimbangan budaya dan konteks sosial masyarakat setempat.

"Mereka kurang faham, karena di kampung. Jadi mereka menyebut nya: pak kami izin ingin samaan di mushola panjenengan semua." (Informan 1)

Dengan menggunakan istilah yang sudah akrab di telinga masyarakat, tim berhasil mengurangi hambatan komunikasi dan mempermudah penerimaan program. Setelah program berjalan, masyarakat mulai memahami konsep Tebar Huffadz sebagai bagian dari kegiatan sima'an, sehingga istilah ini menjadi jembatan untuk memperkenalkan tujuan yang lebih luas dari program.

"Dari masjid atas itu membuka peluang juga untuk kita Badal kemudian membuat jadwal khotib juga Imam dan kalau dari respon ibu-ibu ustad juga minta beberapa mahasiswa dari Ibadurrahman itu untuk ngajarin ngaji ustad." (Informan 1)

Pemilihan istilah "sima'an" mencerminkan adaptasi tim terhadap budaya lokal, yang tidak hanya mendukung keberhasilan awal program tetapi juga membangun kepercayaan dan hubungan yang baik antara masjid dan masyarakat. Strategi ini menjadi salah satu kunci sukses program Tebar Huffadz di Desa Cembor

Respon Masyarakat Terhadap Program Tebar Huffadz

Respon masyarakat terhadap program baru sangat dipengaruhi oleh faktor komunikasi dan keterlibatan masyarakat dalam pengembangan program tersebut. Penelitian menunjukkan bahwa partisipasi masyarakat dalam proses komunikasi sangat esensial untuk keberhasilan implementasi program, terutama dalam konteks program pemberdayaan masyarakat. Ketika masyarakat merasa terlibat dan memiliki suara dalam program yang diusulkan, kemungkinan besar mereka akan memberikan dukungan yang lebih besar terhadap program tersebut (Wardani dkk., 2023).

Pada tahap awal pelaksanaan program Tebar Huffadz, respon masyarakat Desa Cembor cenderung bercampur. Sebagian besar masyarakat menyambut program ini dengan antusias, terutama karena kegiatan sima'an Al-Qur'an membawa nuansa baru dalam kehidupan keagamaan mereka. Namun, terdapat juga kritik terkait penggunaan pengeras suara yang dianggap mengganggu sebagian warga karena suara bacaan Al-Qur'an terdengar hingga ke rumah-rumah mereka. Kritik ini disampaikan melalui kepala desa atau tokoh masyarakat, tetapi secara umum bukan sebagai penolakan terhadap program.

"Di mushola di.. Bawah itu. Kan corongnya itu persis rumahnya. Itu maaf ya. Corong nya ke rumah hehe. Ke urmah, persis ke rumah orang nya. Ya memang.. Ya terus dia tuh komplain Kepada kepala desa." (informan 3)

Komunikasi persuasif memiliki peranan penting dalam mengubah perilaku dan sikap audiens di berbagai konteks (Munawaroh & Firizki, 2024). Seiring berjalannya waktu, persepsi masyarakat terhadap program ini mengalami perubahan positif. Beberapa faktor yang mendukung perubahan ini meliputi: *Pertama*, Peningkatan Pemahaman Masyarakat: Setelah memperoleh pemahaman yang lebih jelas mengenai tujuan program dalam menyebarkan syiar Al-Qur'an dan mempererat hubungan antara masjid dan masyarakat, hal ini menunjukkan penerimaan yang lebih baik oleh masyarakat serta mulai merasakan

dampak positif dari program ini dalam memperkuat keterlibatan keagamaan mereka, seperti yang disampaikan langsung oleh ketua takmir:

"sekarang alhamdulillah mereka sudah paham"(informan 1)

Kedua, Keterlibatan Masyarakat : dukungan masyarakat mulai terwujud melalui berbagai bentuk partisipasi, seperti penyediaan konsumsi selama kegiatan sima'an. Fenomena ini mencerminkan apresiasi masyarakat terhadap program serta menunjukkan keterlibatan aktif mereka dalam mendukung keberlanjutan dan keberhasilan inisiatif tersebut. Sebagaimana disampaikan informan 1.

"Nah, jadi kalau kita mengaji ada yang mengantar kan makanan ada yang mengantar kan minuman "(informan 1).

Ketiga, Komunikasi yang Efektif : Tim Masjid Ibadurrahman secara konsisten menerapkan strategi pendekatan personal, seperti melakukan kunjungan langsung kepada takmir mushola dan menyampaikan manfaat program secara komprehensif. Pendekatan ini terbukti efektif dalam mengubah persepsi masyarakat, yang awalnya skeptis, menjadi lebih menerima dan mendukung program tersebut sebagaimana disampaikan informan 2.

"Jadi memang dari awal, teman-teman Ibadurrahman itu komunikasi nya baik. Cara komunikasi nya baik saya akui."(informan 1)

Keempat, Antusiasme untuk Melibatkan Anak-Anak : Beberapa orang tua mulai menunjukkan dukungan mereka dengan mendaftarkan anak-anaknya untuk mengikuti kegiatan belajar Al-Qur'an di masjid. Partisipasi ini mencerminkan meningkatnya kepercayaan masyarakat terhadap program Tebar Huffdz sebagai suatu inisiatif pendidikan agama yang memberikan dampak positif bagi generasi muda (Mumtazah dkk., 2023). Hal ini juga disampaikan informan 1.

"Kalau menurut saya sih ustadz, respon terhadap Kita itu ada nya ketertarikan dipihak masyarakat. Semisal di bagian orang tua, baik itu bapak maupun ibu akhirnya mau ustad, mengirim anak nya ke sini ngaji. Itu yang pertama."(informan 1)

Masyarakat desa secara keseluruhan menunjukkan dukungan sosial dengan menerima program sebagai bagian dari kehidupan desa. Meski awalnya terdapat sedikit kritik terkait teknis pelaksanaan seperti penggunaan pengeras suara, masyarakat secara bertahap menerima manfaat program dan menyambut keberlanjutannya. Ketika program sempat terhenti karena liburan, beberapa masyarakat bertanya kapan kegiatan akan dimulai kembali. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat telah merasakan dampak positif dari program Tebar Huffadz dan berharap kegiatan ini terus dilaksanakan. Hal ini juga disampaikan oleh masyarakat sebagai informan 3

"Masyarakat merasa bangga dengan adanya program ini. Sima'an setiap Sabtu pagi membawa nuansa yang berbeda dan memperkuat hubungan sosial," (Hartono, 2024)

Hambatan dalam Pelaksanaan Program

Minimnya transportasi sering kali menjadi penghambat utama dalam pelaksanaan berbagai program, terutama di daerah yang memiliki infrastruktur transportasi yang kurang memadai. Hal ini dapat dilihat dari beberapa studi yang menunjukkan bahwa aksesibilitas transportasi yang rendah berdampak negatif pada distribusi barang dan layanan, serta pada partisipasi masyarakat dalam program-program yang ada(Mumtazah dkk., 2023)

Salah satu kendala teknis yang dihadapi dalam pelaksanaan program Tebar Huffadz di Desa Cembor adalah terkait jarak mushola-mushola yang menjadi lokasi kegiatan dan keterbatasan kendaraan untuk mendukung mobilitas tim. Untuk mengatasi masalah ini, tim

pelaksana melakukan penjadwalan yang cermat dan memanfaatkan kendaraan secara bergilir untuk mendukung mobilitas mahasiswa.

"Kami menghadapi tantangan teknis, seperti jarak antar mushola yang cukup jauh. Namun, dengan penjadwalan yang baik, tantangan ini bisa diatasi," (Informan 1).

Selain kendala teknis, terdapat juga tantangan sosial, seperti rasa malu dari masyarakat dewasa untuk terlibat dalam kegiatan belajar Al-Qur'an. Beberapa masyarakat merasa khawatir akan pandangan sosial jika terlihat belajar di usia tertentu. Solusi yang diterapkan adalah pendekatan personal oleh tim pelaksana, yang memberikan rasa nyaman kepada masyarakat untuk bergabung. Upaya ini terbukti efektif dalam mengurangi rasa malu dan meningkatkan partisipasi. Penyesuaian teknis seperti pengaturan volume pengeras suara juga dilakukan untuk mengatasi keluhan masyarakat. Solusi ini tidak hanya menyelesaikan masalah teknis tetapi juga memperbaiki hubungan antara masyarakat dan masjid. Dengan pendekatan yang responsif, program Tebar Huffadz mampu mengatasi hambatan-hambatan ini dan tetap berjalan lancar.

KESIMPULAN

Program Tebar Huffadz di Masjid Ibadurrahman terbukti efektif dalam mensyiarkan Al-Qur'an dan mempererat hubungan antara masjid dengan masyarakat Desa Cembor. Keberhasilannya didukung oleh pendekatan personal kepada tokoh agama, tokoh masyarakat, dan kepala desa, yang menciptakan dukungan yang solid. Istilah lokal seperti *sima'an* juga mempermudah penerimaan program oleh masyarakat. Partisipasi aktif warga, mulai dari penyediaan konsumsi hingga antusiasme dalam keberlanjutan program, mencerminkan keberhasilan dalam membangun hubungan yang harmonis antara masjid dan komunitas. Selain menghidupkan nuansa religius desa melalui kegiatan rutin seperti *sima'an* Al-Qur'an, program ini juga mendorong keterlibatan generasi muda dalam aktivitas keagamaan, memperkuat nilai-nilai Islam di lingkungan mereka. Namun, beberapa tantangan tetap menjadi perhatian, seperti hambatan teknis berupa jarak mushola dan keterbatasan kendaraan, serta kendala sosial seperti rasa malu masyarakat dalam belajar Al-Qur'an. Solusi yang diterapkan, seperti penjadwalan ulang dan pendekatan personal, telah membantu mengatasi hambatan tersebut. Ke depan, program ini memiliki potensi besar untuk dikembangkan melalui inisiatif seperti *One House One Ustadz*, yang membawa pembelajaran Al-Qur'an langsung ke rumah-rumah warga, serta menambahkan elemen dakwah berupa ceramah singkat sebelum *sima'an*.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, K. H., Lamongan, G., Timur, J., & Rofiq, M. (2024). Strategi Komunikasi Dakwah melalui Public Speaking. *JADID: Journal of Quranic Studies and Islamic Communication*, 04, 2.
- Arisetiana, E., T Simamora, P. R., & Perwirawati, E. (2023). Peranan Komunikasi Persuasif Dalam Strategi Marketing Perumahan Harmoni Asri. *JURNAL SOCIAL OPINION: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 8(1), 1.
<https://doi.org/10.46930/socialopinion.v8i1.3136>
- Ball-Rekeach, S. (2003). *Theories Of Mass Communication* ., n.d.).
- Cangara, H. (2010). *Pengantar ilmu komunikasi Rajawali pers*. Jakarta.

- Christy, N. J., & Oktavianti, R. (2021). Pengaruh Komunikasi Persuasif Guru terhadap Motivasi Belajar Siswa Saat Pandemi COVID-19. *Koneksi*, 5(1), 187. <https://doi.org/10.24912/kn.v5i1.10231>
- Efrizal Dedi, Ansyori Arli Julian, Wahyuni Sri, Fransiska Amiza, & Dina Rahmah Nur. (2024). Implementasi Program Berbasis Masjid di Desa Margo Mulyo Kecamatan Pondok Kubang Kabupaten Bengkulu Tengah. *Menyala*. <https://siducat.org/index.php/menyala>
- Hovland, C. I., Janis, I. L., & Kelley, H. H. (1953). *Communication and persuasion*.
- Kotawarmi, W., Surya, A., & Fachri, H. (2022). Strategi Komunikasi Persuasif Penyidik Tindak Pidana Umum Kepolisian Resor Aceh Tengah Dalam Menginterogasi Para Saksi. *Telangke: Jurnal Telangke Ilmu Komunikasi*, 4(1), 43–52. <https://doi.org/10.55542/jiksohum.v4i1.141>
- Kurniawan, S. (2014). Masjid dalam lintasan sejarah umat islam. *Jurnal Khatulistiwa-Journal of Islamic Studies*, 4(2), 169–184.
- Larasati, K., & Marheni, A. (2019). Hubungan antara komunikasi interpersonal orangtua-remaja dengan keterampilan sosial remaja. *Jurnal Psikologi Udayana*, 6(01), 88. <https://doi.org/10.24843/JPU.2019.v06.i01.p09>
- Mumtazah, F., Sutiono, S., & Oktapiani, M. (2023). The Effect Of Tahfidz Qur'an Program On Students Ability To Memorize The Al-Qur'an. *Al-Risalah*, 14(2), 569–583. <https://doi.org/10.34005/alrisalah.v14i2.2782>
- Munawaroh, S., & Firizki, R. S. (2024). Analisis Komunikasi Persuasif Sebagai Upaya Mengubah Perilaku Makan Makanan Sehat. *Action Research Literate*, 7(12), 274–278. <https://doi.org/10.46799/ar.v7i12.241>
- Ramadhani, R., & Hariyanto, D. (2024). Peran Sholawat Hadroh Al-Banjari sebagai Sarana Dakwah Masyarakat. *Indonesian Culture and Religion Issues*, 1(1), 11. <https://doi.org/10.47134/diksima.v1i1.24>
- Rosidi, R., Nasution, N. A., Mubasit, M., & Solihin, M. I. (2023). Strategi dan Implementasi Komunikasi Dakwah Persuasif di Komunitas Punk Hijrah Bandar Lampung. *Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah)*, 23(1), 21–36. <https://doi.org/10.15575/anida.v23i1.22698>
- Shifa Ratu. (2023). Strategi Guru Tahfidz Putri dalam Meningkatkan Kualitas Hafalan Al-Qur'an Santriwati Tahfidz Al-Qur'an di Pesantren Darunnajah 2 Cipining Bogor. *ISEDU: Islamic Education Journal*, 1(1), 9–17. <https://doi.org/10.59966/isedu.v1i1.290>
- Suhendra, S., & Selly Pratiwi, F. (2024). Peran Komunikasi Digital dalam Pembentukan Opini Publik: Studi Kasus Media Sosial. *Iapa Proceedings Conference*, 293. <https://doi.org/10.30589/proceedings.2024.1059>
- Udin, U., Fitriah, F., Sugianto, L. O., Khairunnisa, R., La Ula, H., Ihsaniati, N. S. N., & Wijayanto, W. (2023). Mosque-based youth leadership cadre. *Multidisciplinary Science Journal*, 6(2), 2024010. <https://doi.org/10.31893/multiscience.2024010>

- Wardani, M. S., Basyar, B., & Wahyuni, S. (2023). Pengaruh Komunikasi dan Partisipasi Masyarakat terhadap Program Bersinergi Mambangun Nagari di Kota Padang - Sumatera Barat. *Warta ISKI*, 6(1), 87–93. <https://doi.org/10.25008/wartaiski.v6i1.211>
- Yusril, R. B., & Putera, R. E. (2024). Trend Pemahaman Dan Praktik Komunikasi Politik Indonesia Di Era Digital. *Jurnal Ilmiah Muqoddimah : Jurnal Ilmu Sosial, Politik, dan Humaniora*, 8(1), 155. <https://doi.org/10.31604/jim.v8i1.2024.155-161>