

STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF DA'I DALAM PENGGUNAAN BAHASA JAWA KRAMA UNTUK MENINGKATKAN KEIMANAN JAMAAH

Silvi Armelia, Khomsarial Romli, Ade Nur Istiani

Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, Bandar Lampung, Indonesia

silviarmelia4@gmail.com, khomsarialromli@radenintan.ac.id

adenur@radenintan.ac.id

Abstract

Article History
Received 08-05-2026
Revised :21-05-2026
Accepted :23-06-2026

Keywords:

*Persuasive
Communication
Strategy,
Islamic Preaching
(Da'wah),
Javanese
Krama Language,
Congregational
Faith,*

This study analyzes the stages of persuasive communication strategies used by preachers (da'i) through Krama Javanese to enhance congregational faith at Istiqlal Mosque, Central Lampung. A qualitative descriptive field research approach was applied. Data were collected through semi-structured in-depth interviews, non-participant observation, and documentation. Informants were selected using purposive sampling: preachers, mosque administrators, and congregation members. Data analysis employed an interactive model supported by simple quantifying to strengthen qualitative findings. The results reveal three stages of persuasive communication strategy: formulation (understanding the congregation's background and selecting Krama Javanese), implementation (delivering messages politely, without coercion, with real-life examples), and evaluation (observing changes in understanding and worship behavior). Quantifying results show an average comprehension score of 4.7 and behavioral change score of 4.3 on a 5-point scale. Triangulation across three sources confirms consistent findings. This strategy aligns with Aristotle's ethos, pathos, logos and the Elaboration Likelihood Model. The study concludes that using Krama Javanese effectively increases congregational faith, reflected in improved quality of mahdhah worship such as congregational prayers and Qur'anic recitation. This research contributes to understanding how local language integration in persuasive communication can strengthen emotional proximity between preachers and congregations while enhancing religious practice quality.

Pendahuluan

Komunikasi merupakan kebutuhan mendasar manusia yang tidak terpisahkan dari kehidupan sosial sehari-hari. Melalui komunikasi, individu dapat membangun pemahaman, menciptakan kepercayaan, menyampaikan informasi,

serta mempengaruhi sikap dan perilaku orang lain (Siregar et al., 2023). Menurut Lasswell, komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu (Effendy, 2009). Dalam konteks dakwah Islam, komunikasi memiliki peran yang sangat penting sebagai sarana untuk menyebarkan ajaran agama kepada masyarakat. Dakwah tidak hanya sebatas penyampaian ilmu keislaman, tetapi juga merupakan proses komunikasi yang bersifat persuasif dengan tujuan meningkatkan kesadaran, mengubah sikap, serta mendorong perubahan perilaku ke arah yang lebih baik sesuai dengan nilai-nilai Islam (2023). Oleh karena itu, keberhasilan dakwah tidak hanya ditentukan oleh kualitas materi yang disampaikan, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh strategi komunikasi yang digunakan oleh da'i.

Keefektifan dakwah sangat bergantung pada metode penyampaian pesan yang digunakan. Strategi komunikasi menjadi elemen krusial dalam menentukan sejauh mana jamaah mampu memahami dan menerima pesan dakwah. Komunikasi persuasif yang dilakukan tanpa paksaan memungkinkan pesan disampaikan secara lebih halus dan sesuai dengan kondisi psikologis serta sosial jamaah (Zain, 2017). Brembeck dan Howell menyatakan bahwa komunikasi persuasif merupakan upaya mempengaruhi pilihan seseorang dengan cara mengubah cara berpikirnya dalam mengambil keputusan. Dengan demikian, komunikasi persuasif berperan dalam mengarahkan tindakan, perilaku, serta sikap seseorang tanpa menggunakan paksaan (Dafrizal & Sarmiati, 2023). Dalam perspektif Komunikasi dan Penyiaran Islam, dakwah tidak hanya berorientasi pada penyampaian pesan, tetapi juga pada keberhasilan pesan tersebut untuk dipahami, diterima, dan diamalkan oleh jamaah (2021).

Pandangan tersebut sejalan dengan pendapat Arifin yang menyatakan bahwa dakwah merupakan kegiatan ajakan yang dilakukan secara sadar dan terencana untuk mempengaruhi individu maupun kelompok agar timbul pengertian, kesadaran, serta pengamalan ajaran Islam tanpa adanya unsur paksaan (Kamil, 2022).

Prinsip ini diperkuat oleh firman Allah SWT dalam Q.S. An-Nahl ayat 125 yang artinya *"Serulah (manusia) ke jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik serta debatlah mereka dengan cara yang lebih baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang paling tahu siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dia (pula) yang paling tahu siapa yang mendapat petunjuk."* ayat ini menegaskan pentingnya penggunaan hikmah, nasihat yang baik, serta cara yang santun dalam menyampaikan dakwah. Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan persuasif yang bijaksana menjadi landasan utama dalam keberhasilan proses dakwah.

Dalam praktik dakwah, penggunaan bahasa yang sesuai dengan budaya setempat menjadi aspek penting yang tidak dapat diabaikan. Bahasa tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga merepresentasikan identitas, nilai kesopanan, serta kedekatan sosial antara komunikator dan komunikan (Farhaeni et al., 2024). Pada masyarakat Jawa, penggunaan Bahasa Jawa Krama mencerminkan nilai penghormatan dan kesantunan yang telah mengakar kuat dalam kehidupan sosial. Penggunaan Bahasa Jawa Krama dalam dakwah diyakini mampu menciptakan suasana komunikasi yang lebih halus, nyaman, serta mempererat hubungan emosional antara da'i dan jamaah (Rosyidah et al., 2026).

Oleh karena itu, pemanfaatan bahasa lokal yang sesuai dengan karakteristik audiens dapat meningkatkan efektivitas penyampaian pesan dakwah.

Fenomena tersebut terlihat pada masyarakat di Kabupaten Lampung Tengah yang mayoritas merupakan keturunan Jawa dan masih mempertahankan penggunaan Bahasa Jawa Krama dalam kehidupan sehari-hari. Di Masjid Istiqlal Desa Gayau Sakti, para da'i kerap menggunakan Bahasa Jawa Krama dalam menyampaikan ceramah. Penggunaan bahasa ini dinilai mampu membangun kedekatan emosional serta mempermudah pemahaman jamaah terhadap pesan dakwah yang disampaikan.

Sebagaimana penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hairul Hatami,dkk.(2023) bahwasannya hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi dakwah persuasif KH. Husaini Hanafi dilakukan melalui pendekatan kekeluargaan antara da'i dan jamaah, pemahaman karakter mad'u sebelum penyampaian pesan, serta pemilihan materi yang relevan dengan kondisi jamaah. Selain itu, strategi ini didukung oleh penciptaan suasana dakwah yang hangat dan nyaman, serta penggunaan metode persuasif seperti partisipasi, asosiasi, icing device (sentuhan emosional), dan pay-off (imbalan/penghargaan). Strategi tersebut terbukti efektif dalam menanamkan nilai-nilai keislaman, baik pada aspek pemahaman maupun perubahan sikap dan perilaku jamaah. Namun terdapat perbedaan yaitu penelitian tersebut belum mengkaji penggunaan bahasa daerah sebagai strategi komunikasi, sedangkan penelitian penulis menitikberatkan pada penggunaan Bahasa Jawa Krama dalam meningkatkan keimanan jamaah.

Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Khairul Amal(2021) bahwasannya hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi dakwah Ustadz Salim A. Fillah meliputi pembangunan kredibilitas, daya tarik, dan kekuatan komunikator, penggunaan bahasa yang halus, bernilai sastra, serta diselipi humor, penyampaian pesan yang mengandung hikmah dan motivasi, pemanfaatan media baru dan lama seperti media sosial dan buku, serta penyesuaian pesan dengan karakteristik jamaah, khususnya generasi muda. Strategi ini berdampak pada perubahan sikap, pemahaman, dan perilaku jamaah ke arah yang lebih baik. Namun terdapat perbedaannya, penelitian ini belum mengkaji secara spesifik penggunaan bahasa daerah, khususnya Bahasa Jawa Krama, dalam proses dakwah.

Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Annye Braca and Pierpaolo Dondio(2023) bahwasannya hasil penelitian menunjukkan adanya taksonomi teknik persuasi yang terstruktur dan dapat diterapkan dalam berbagai konteks komunikasi, seperti pemasaran, kesehatan masyarakat, dan komunikasi politik, dengan penekanan pada peran sentral bahasa dalam memengaruhi sikap dan perilaku audiens. Namun, terdapat perbedaan juga yaitu terletak pada fokus komunikasi persuasif dalam konteks pemasaran dan sistem digital dengan pendekatan konseptual-teoretis serta menggunakan bahasa persuasif secara umum untuk memengaruhi sikap dan keputusan audiens. Sementara itu, penelitian ini menitik beratkan pada konteks dakwah Islam di masjid, menggunakan Bahasa Jawa Krama sebagai strategi komunikasi persuasif, dengan pendekatan kualitatif lapangan dan tujuan utama meningkatkan keimanan jamaah.

Sejumlah penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa strategi komunikasi persuasif dalam dakwah pada umumnya menekankan pada aspek pendekatan interpersonal, kredibilitas komunikator, pemilihan materi, serta penggunaan teknik-teknik persuasi yang efektif dalam memengaruhi pemahaman, sikap, dan

perilaku jamaah. Selain itu, bahasa juga diakui memiliki peran penting dalam proses persuasi, meskipun pada penelitian sebelumnya masih ditempatkan sebagai bagian umum dari penyampaian pesan dan belum dikaji secara spesifik dalam konteks bahasa daerah. Namun demikian, penelitian yang secara khusus mengkaji penggunaan bahasa daerah sebagai bagian dari strategi komunikasi persuasif dalam meningkatkan kualitas ibadah mahdhah masih relatif terbatas. Dengan demikian, terdapat celah penelitian yang menjadi fokus kajian ini, yaitu mengkaji hubungan antara strategi komunikasi persuasif berbasis bahasa lokal dengan peningkatan kualitas ibadah mahdhah sebagai indikator keimanan jamaah.

Keimanan dalam Islam merupakan fondasi utama yang tidak hanya diwujudkan dalam keyakinan hati, tetapi juga tercermin dalam ucapan dan tindakan nyata (Yafiz, 2022). Iman bersifat dinamis dan dapat dilihat melalui perilaku seseorang dalam menjalankan ajaran agama (Erny Fitroh Nabila M, 2024). Imam Al-Ghazali menjelaskan bahwa iman mencakup pengakuan dengan lisan, pembenaran dalam hati, dan pengamalan melalui perbuatan (Akbar, 2023). Salah satu bentuk konkret dari implementasi keimanan adalah pelaksanaan ibadah mahdhah, seperti salat, wudhu, dan puasa wajib. Konsistensi dalam menjalankan ibadah mahdhah dapat dijadikan sebagai indikator tingkat kesadaran dan kepatuhan seorang Muslim terhadap ajaran agamanya (Dela Yukita Nasari, Dina Ameliasari & Lisnawati, 2025).

Berdasarkan hasil wawancara awal dengan da'i di Masjid Istiqlal Lampung Tengah, ditemukan bahwa masih terdapat jamaah yang belum konsisten dalam melaksanakan salat lima waktu, belum sempurna dalam pelaksanaan wudhu, serta memiliki intensitas membaca Al-Qur'an yang relatif rendah. Kondisi ini menunjukkan bahwa pemahaman dan kesadaran keimanan jamaah belum sepenuhnya terimplementasi dalam praktik ibadah mahdhah. Penelitian ini memiliki kebaruan dalam mengkaji penggunaan Bahasa Jawa Krama sebagai bagian dari strategi komunikasi persuasif da'i yang tidak hanya berfokus pada penyampaian pesan, tetapi juga pada dampaknya terhadap peningkatan kualitas ibadah mahdhah sebagai indikator keimanan. Selain itu, penelitian ini mengintegrasikan pendekatan komunikasi persuasif dengan kearifan lokal dalam konteks dakwah.

Dengan menggunakan Teori Tahapan Strategi Komunikasi dari Fried R. David yang mencakup tiga tahapan yaitu Perumusan Strategi, Implementasi Strategi, dan Evaluasi Strategi sebagai kerangka analisis (Hardianto et al., 2020) Penelitian ini bertujuan untuk: menganalisis bagaimana perumusan strategi komunikasi persuasif dilakukan oleh da'i melalui penggunaan Bahasa Jawa Krama di Masjid Istiqlal Lampung Tengah; mendeskripsikan implementasi strategi komunikasi persuasif berbasis Bahasa Jawa Krama dalam dakwah sehari-hari; mengevaluasi kontribusi strategi tersebut terhadap peningkatan kualitas ibadah mahdhah jamaah sebagai indikator keimanan.

Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) yang dilaksanakan di Masjid Istiqlal Desa Gayau Sakti Kabupaten Lampung Tengah, dengan fokus pada strategi komunikasi persuasif da'i dalam penggunaan Bahasa Jawa Krama (Nordfält & Ahlbom, 2024). Penelitian ini bersifat deskriptif dengan pendekatan kualitatif, bertujuan untuk memahami fenomena secara mendalam

berdasarkan konteks alamiah (Butarbutar et al., 2022; Moleong, 2008). Sumber data terdiri dari data primer dan sekunder. Data primer diperoleh langsung dari 7 informan yang dipilih secara *purposive sampling*, yaitu 1 da'i, 1 takmir masjid, dan 5 jamaah (Sugiyono, 2011). Data sekunder bersumber dari buku, artikel, dan jurnal yang relevan (Moleong, 2008). Teknik pengumpulan data meliputi wawancara mendalam (*in-depth interview*) semi terstruktur, observasi non-partisipan, dan dokumentasi (Mariyono, 2024). Analisis data menggunakan model analisis interaktif yang terdiri dari reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Ratnaningtyas et al., 2021).

Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif deskriptif untuk mengkaji secara mendalam strategi komunikasi persuasif yang digunakan da'i melalui pemanfaatan Bahasa Jawa Krama dalam meningkatkan keimanan jamaah. Guna memperkuat analisis dan interpretasi temuan serta menjawab saran reviewer terkait penguatan data efektivitas, seluruh data hasil wawancara dari 7 informan dikonversi ke dalam bentuk numerik melalui proses kuantifikasi sederhana. Teknik ini dikenal sebagai *quantitizing*, yaitu proses mengubah data kualitatif yang berbentuk narasi menjadi data numerik sehingga dapat digunakan sebagai pendukung dalam analisis penelitian (Sandelowski et al., 2009). Kuantifikasi dilakukan terhadap beberapa indikator yang berkaitan dengan pemahaman jamaah terhadap pesan dakwah serta perubahan perilaku ibadah menggunakan skala skor 1–5. Data kuantitatif yang diperoleh selanjutnya dimanfaatkan sebagai data pendukung (suplemen) untuk memperkuat hasil analisis kualitatif mengenai efektivitas penggunaan Bahasa Jawa Krama dalam kegiatan dakwah, tanpa mengubah orientasi utama penelitian yang tetap berlandaskan pendekatan kualitatif.

Proses kuantifikasi dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut: (1) identifikasi indikator dari hasil wawancara 7 informan terkait pemahaman dakwah dan perubahan ibadah; (2) pemberian skor oleh peneliti berdasarkan kedalaman dan kualitas jawaban informan dengan skala 1-5; (3) validasi skor melalui diskusi dengan 2 peneliti lain (*peer debriefing*) untuk memastikan objektivitas; (4) perhitungan statistik deskriptif (mean/rata-rata) dari skor yang diperoleh.

Penelitian ini memperhatikan prinsip etika, meliputi perolehan izin, *informed consent*, kerahasiaan identitas informan melalui penggunaan kode, serta penghormatan terhadap nilai-nilai budaya setempat. Untuk meningkatkan kredibilitas dan mengurangi bias dalam penelitian ini, diterapkan triangulasi yang mengintegrasikan tiga teknik pengumpulan data secara simultan dan berkesinambungan, yaitu wawancara mendalam, observasi non-partisipan, dan analisis dokumentasi (termasuk rekaman ceramah). Triangulasi dilakukan melalui langkah-langkah sistematis sebagai berikut.

Pertama, triangulasi wawancara-observasi. Data hasil wawancara dengan informan (da'i, takmir, dan jamaah) dikonfirmasi melalui observasi langsung terhadap pelaksanaan ceramah dan interaksi da'i-jamaah. Peneliti mengamati secara cermat penggunaan Bahasa Jawa Krama, gestur, intonasi, serta respons non-verbal jamaah, kemudian membandingkannya dengan pernyataan informan. Misalnya, pernyataan da'i bahwa beliau menggunakan "bahasa halus dan sederhana" diverifikasi dengan mengamati langsung pilihan diksi dan gaya bicara saat ceramah berlangsung.

Kedua, triangulasi observasi-dokumentasi. Observasi lapangan diperkuat

dengan analisis rekaman audio-video ceramah yang didokumentasikan selama periode penelitian (4 minggu). Rekaman ini memungkinkan peneliti untuk: (a) melakukan analisis mendalam terhadap diksi dan struktur Bahasa Jawa Krama; (b) mencermati konsistensi penggunaan bahasa dari satu sesi ke sesi berikutnya; (c) mengidentifikasi pola komunikasi persuasif yang mungkin terlewatkan saat observasi langsung; dan (d) membandingkan pernyataan informan tentang "penyampaian santun" dengan bukti empiris dari rekaman.

Ketiga, triangulasi wawancara-dokumentasi. Pernyataan informan mengenai perubahan perilaku ibadah dan peningkatan pemahaman diverifikasi dengan meneliti dokumen pendukung, seperti catatan kehadiran jamaah, dokumentasi kegiatan ibadah berjamaah, materi ceramah tertulis, dan catatan lapangan peneliti.

Keempat, triangulasi sumber data. Data dari tiga kelompok informan berbeda (da'i, takmir, dan jamaah) dibandingkan secara silang untuk mengidentifikasi konsistensi informasi. Apabila ditemukan perbedaan pandangan, peneliti melakukan verifikasi tambahan melalui wawancara konfirmasi dan observasi ulang. Temuan yang hanya didukung oleh satu sumber data dianggap lemah dan memerlukan verifikasi tambahan; temuan yang didukung oleh minimal dua sumber dianggap memiliki kredibilitas baik; dan temuan yang didukung oleh seluruh tiga sumber dianggap memiliki validitas tinggi.

Untuk meminimalkan bias peneliti, dilakukan langkah-langkah berikut: (a) *peer debriefing* melalui diskusi rutin dengan sesama peneliti untuk menguji interpretasi data; (b) *member checking* dengan mengkonfirmasi kembali temuan kepada informan; (c) *audit trail* dengan mendokumentasikan seluruh proses secara transparan; dan (d) reflektivitas, yaitu peneliti secara kritis merefleksikan posisi dan potensi biasnya dalam proses penelitian.

Pembahasan

Perumusan Strategi Komunikasi Persuasif

Tahap perumusan strategi diawali dengan upaya da'i dalam memahami kondisi jamaah sebelum menyampaikan ceramah. Pemahaman ini dilakukan melalui pengamatan terhadap kebiasaan ibadah jamaah serta interaksi langsung dalam kehidupan sehari-hari. Melalui pendekatan tersebut, da'i dapat mengidentifikasi latar belakang, tingkat pemahaman, serta kebutuhan jamaah sehingga materi yang disampaikan dapat disesuaikan dengan kondisi yang ada di lapangan. Temuan ini menunjukkan bahwa dalam tahap perumusan, da'i tidak hanya menyiapkan materi secara umum, tetapi juga melakukan penyesuaian terhadap karakteristik jamaah. Penyesuaian ini merupakan bagian dari proses perencanaan dalam strategi komunikasi persuasif, di mana komunikator perlu memahami kondisi audiens sebelum menentukan bentuk pesan yang akan disampaikan (Pangestu & Christin, 2022).

Selain itu, pada tahap ini da'i juga menetapkan penggunaan bahasa Jawa krama sebagai media utama dalam penyampaian ceramah. Pemilihan bahasa tersebut didasarkan pada latar belakang jamaah yang mayoritas menggunakan bahasa Jawa dalam kehidupan sehari-hari. Dengan demikian, bahasa Jawa krama digunakan sebagai bentuk penyesuaian strategi komunikasi agar pesan yang disampaikan lebih sesuai dengan konteks sosial dan budaya jamaah (Isfak & Setyawan, 2022). Penggunaan bahasa dalam tahap perumusan ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi tidak hanya berkaitan dengan isi pesan, tetapi juga

mencakup pemilihan media dan bentuk penyampaian yang disesuaikan dengan kondisi audiens (Zuhra & Sartika, 2025). Dengan demikian, tahap perumusan strategi menjadi dasar dalam menentukan arah komunikasi yang akan dilakukan pada tahap selanjutnya.

Implementasi Strategi Komunikasi Persuasif

Pada tahap implementasi, da'i mulai menyampaikan pesan dakwah sesuai dengan perencanaan yang telah dilakukan sebelumnya. Dalam proses ini, penggunaan bahasa Jawa krama dikombinasikan dengan bahasa Indonesia sebagai bentuk penyesuaian terhadap keberagaman pemahaman jamaah. Dalam penyampaian ceramah, da'i menggunakan pendekatan yang santun, sederhana, dan tidak bersifat memaksa. Pendekatan ini menunjukkan bahwa komunikasi yang dilakukan bersifat persuasif dan non-koersif (Valenti & Giacco, 2022).

Dalam teori komunikasi persuasif, penyampaian pesan tanpa paksaan merupakan prinsip utama karena memungkinkan audiens menerima pesan secara sukarela (Perloff, 2016). Penyampaian dilakukan secara bertahap dengan menggunakan bahasa yang halus serta disertai contoh-contoh yang dekat dengan kehidupan sehari-hari jamaah. Hal ini menunjukkan bahwa implementasi strategi komunikasi persuasif tidak hanya terletak pada penyampaian pesan, tetapi juga pada cara penyampaian yang disesuaikan dengan kondisi psikologis dan sosial audiens.

Selain itu, dalam situasi tertentu seperti penyampaian materi yang bersifat sensitif, da'i menggunakan pendekatan tidak langsung dengan bahasa yang lebih halus. Cara ini merupakan bagian dari strategi komunikasi persuasif yang bertujuan menjaga kenyamanan jamaah dalam menerima pesan tanpa menimbulkan penolakan. Penggunaan contoh-contoh kehidupan sehari-hari dalam ceramah juga menunjukkan adanya upaya untuk mengaitkan pesan dakwah dengan realitas yang dialami jamaah. Hal ini menjadi bagian dari implementasi strategi komunikasi yang bertujuan mempermudah pemahaman pesan melalui pendekatan kontekstual (Letlatsa, 2022). Dengan demikian, tahap implementasi strategi komunikasi persuasif yang dilakukan oleh da'i tidak hanya berfokus pada penyampaian materi, tetapi juga mencakup teknik penyampaian, pemilihan bahasa, serta penyesuaian pendekatan komunikasi sesuai dengan situasi dan kondisi jamaah.

Evaluasi Strategi Komunikasi Persuasif

Tahap evaluasi merupakan bagian akhir dari rangkaian strategi komunikasi persuasif yang bertujuan untuk melihat proses komunikasi yang telah dilakukan (Hardianto et al., 2020). Dalam penelitian ini, evaluasi dilakukan oleh da'i melalui pengamatan terhadap respon dan perkembangan jamaah setelah mengikuti kegiatan ceramah secara rutin. Melalui pengamatan tersebut, da'i dapat mengetahui sejauh mana pesan yang disampaikan dapat dipahami oleh jamaah. Selain itu, evaluasi juga dilakukan dengan melihat adanya perubahan dalam kebiasaan jamaah dalam menjalankan ibadah serta keterlibatan dalam kegiatan keagamaan.

Namun, dalam konteks strategi komunikasi, evaluasi tidak hanya berfungsi untuk melihat hasil, tetapi juga sebagai dasar untuk melakukan perbaikan terhadap

proses penyampaian pesan (Hardianto et al., 2020). Hal ini terlihat dari upaya da'i dalam menyesuaikan kembali metode penyampaian apabila terdapat jamaah yang belum memahami materi yang disampaikan. Dengan demikian, tahap evaluasi menunjukkan bahwa strategi komunikasi persuasif yang dilakukan bersifat dinamis dan dapat dikembangkan sesuai dengan kebutuhan jamaah. Evaluasi menjadi bagian penting dalam memastikan bahwa proses komunikasi yang dilakukan tetap berjalan sesuai dengan tujuan yang telah direncanakan.

Hasil Kuantifikasi Data dari 7 Informan

Berikut disajikan analisis penerapan ketiga tahapan strategi komunikasi menurut Fried R. David, yaitu perumusan strategi, implementasi strategi, dan evaluasi strategi. Tabel ini bertujuan untuk menunjukkan secara ringkas apakah setiap tahapan tersebut diterapkan atau tidak oleh da'i dalam kegiatan dakwahnya.

Tabel 1. Penerapan Strategi Komunikasi (Fried R. David)

No	Tahapan Strategi Komunikasi	Diterapkan	Bukti
1	Perumusan Strategi (Memahami kondisi jamaah & menyesuaikan materi/bahasa)	Ya	"Sebelum ceramah saya lihat kondisi jamaah... karena jamaah lebih nyaman pakai bahasa Jawa, jadi pakai bahasa Jawa krama."
2	Implementasi Strategi (Penyampaian pesan dengan santun, tidak memaksa, contoh nyata)	Ya	"Saya pakai bahasa halus dan sederhana, kasih contoh dari kehidupan sehari-hari, tidak memaksa."
3	Evaluasi Strategi (Melihat perubahan perilaku & memperbaiki metode)	Ya	"Saya lihat dari perubahan jamaah... kalau masih ada yang belum paham, saya perbaiki cara penyampaiannya."

Sumber: Diolah dari hasil wawancara 7 Informan, 2026

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa ketiga tahapan strategi komunikasi menurut Fried R. David seluruhnya diterapkan oleh da'i di Masjid Istiqlal Lampung Tengah. Da'i tidak hanya merumuskan strategi dengan memahami kondisi jamaah dan memilih Bahasa Jawa Krama sebagai media

dakwah, tetapi juga mengimplementasikannya secara santun dan tidak memaksa, serta melakukan evaluasi terhadap perubahan perilaku ibadah jamaah. Hal ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi persuasif yang digunakan berjalan secara lengkap, sistematis, dan berkesinambungan.

Tabel 2. Kuantifikasi Respons Jamaah terhadap Penggunaan Bahasa Jawa Krama

Jamaah	Kategori	Pemahaman Dakwah	Perubahan Ibadah	Total
D-01	Da'i	5	4	9
T-01	Takmir	5	5	10
J-01	Jamaah	5	5	10
J-02	Jamaah	4	4	8
J-03	Jamaah	5	5	10
J-04	Jamaah	4	3	7
J-05	Jamaah	5	4	9
Rata-rata	Jamaah	4,7	4,3	9,0

Sumber: Diolah dari hasil wawancara 7 Informan, 2026

Merujuk pada Tabel 2, hasil kuantifikasi terhadap 7 informan (1 da'i, 1 takmir, 5 jamaah) menunjukkan bahwa tingkat pemahaman terhadap pesan dakwah memperoleh rata-rata skor sebesar 4,7 dari skala maksimal 5. Selain itu, rata-rata skor perubahan perilaku ibadah tercatat sebesar 4,3 dari skala 5. Secara keseluruhan, rata-rata skor total mencapai 9,0 dari skor maksimal 10, yang termasuk dalam kategori tinggi. Temuan tersebut menunjukkan bahwa penggunaan Bahasa Jawa Krama dalam kegiatan dakwah berperan positif dalam meningkatkan pemahaman jamaah terhadap materi keagamaan sekaligus mendorong perubahan perilaku ibadah ke arah yang lebih baik. Hasil ini mengindikasikan bahwa pemanfaatan bahasa yang selaras dengan latar belakang budaya jamaah berkontribusi terhadap penyampaian pesan dakwah, sehingga pesan yang disampaikan cenderung lebih mudah diterima, dipahami, dan diimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari.

Tabel 3. Kuantifikasi Berdasarkan Dimensi Keimanan (Imam Al-Ghazali)

Dimensi Keimanan	Indikator	Skor Rata-rata (1-5)	Kategori
<i>Ma'rifatun bil qalbi</i> (Pembenaran Hati)	Pemahaman materi dakwah	4,7	Sangat Tinggi
<i>Iqrarun bil lisan</i> (Pengakuan Lisan)	Kesediaan mengikuti pengajian	4,6	Sangat Tinggi
<i>Amalun bil arkan</i> (Pengamalan Perbuatan)	Perubahan perilaku ibadah	4,3	Tinggi

Tabel 3 menunjukkan bahwa dimensi *ma'rifatun bil qalbi* (pembenaran hati) memperoleh skor tertinggi (4,7), yang mengindikasikan bahwa jamaah memiliki

pemahaman yang baik terhadap materi dakwah yang disampaikan dengan Bahasa Jawa Krama. Dimensi *amalun bil arkan* (pengamalan perbuatan) memperoleh skor 4,3 yang termasuk kategori tinggi, menunjukkan bahwa perubahan perilaku ibadah telah terjadi. Hal ini sejalan dengan temuan kualitatif bahwa jamaah mengalami peningkatan dalam pelaksanaan ibadah mahdhah.

Tabel 4. Triangulasi Temuan Penelitian

Temuan	Da'i (n=1)	Takmir (n=1)	Jamaah (n=5)	Konsistensi
Bahasa Jawa Krama memudahkan pemahaman	✓ (1/1)	✓ (1/1)	✓ (5/5)	Konsistensi 7/7
Penyampaian santun dan tidak memaksa	✓ (1/1)	✓ (1/1)	✓ (5/5)	Konsistensi 7/7
Terjadi perubahan ibadah mahdhah	✓ (1/1)	✓ (1/1)	✓ (4/5)	Konsistensi 6/7

Sumber: Diolah dari hasil wawancara da'i, jamaah, dan takmir, 2026.

Berdasarkan Tabel 4, hasil triangulasi data memperlihatkan adanya konsistensi temuan yang diperoleh dari tujuh sumber informasi, yaitu 1 da'i, 1 takmir, dan 5 jamaah. Ketiga kategori informan memberikan pandangan yang sejalan bahwa penggunaan Bahasa Jawa Krama dalam kegiatan dakwah memudahkan jamaah dalam memahami materi keagamaan yang disampaikan. Selain itu, cara penyampaian dakwah yang santun, lembut, dan tidak bersifat memaksa dinilai mampu menciptakan interaksi komunikasi yang lebih kondusif sehingga pesan-pesan keagamaan dapat diterima dengan lebih baik oleh jamaah. Hasil triangulasi juga mengungkapkan adanya kesamaan persepsi mengenai perubahan positif dalam perilaku ibadah jamaah setelah mengikuti pengajian secara rutin, yang ditunjukkan melalui peningkatan partisipasi dalam salat berjamaah, membaca Al-Qur'an, serta aktivitas keagamaan lainnya. Konsistensi temuan dari 7 informan (6 dari 7 informan setuju terjadi perubahan ibadah) semakin memperkuat keabsahan temuan penelitian terkait efektivitas penggunaan Bahasa Jawa Krama sebagai strategi komunikasi persuasif dalam kegiatan dakwah.

Tabel 5. Rekapitulasi Temuan Kualitatif dan Kuantifikasi dari 7 Informan

Aspek Temuan	Data Kualitatif	Hasil Kuantifikasi (1-5)	Kategori
Pemahaman terhadap dakwah	Jamaah lebih mudah paham karena bahasa yang digunakan sehari-hari	4,7	Sangat Tinggi

Aspek Temuan	Data Kualitatif	Hasil Kuantifikasi (1-5)	Kategori
Persepsi terhadap Bahasa Jawa Krama	Jamaah merasa dihargai dan lebih dekat dengan da'i	4,7	Sangat Tinggi
Perubahan ibadah mahdhah	Jamaah lebih rajin salat berjamaah, wudhu lebih sempurna, membaca Qur'an	4,3	Tinggi
Peningkatan keimanan	Jamaah mengaku lebih sadar dan taat beribadah	4,5	Sangat Tinggi
Efektivitas penggunaan bahasa daerah	Dakwah lebih diterima dan mudah diamalkan	4,7	Sangat Tinggi

Sumber: Diolah dari hasil wawancara, 2026

Temuan dalam penelitian ini dapat dikaitkan dengan teori komunikasi persuasif klasik dari Aristoteles, yaitu *ethos*, *pathos*, dan *logos* (Aristoteles, 2018). Penggunaan Bahasa Jawa Krama oleh da'i mencerminkan *ethos* (kredibilitas) karena bahasa ini menunjukkan sikap hormat dan kesantunan sehingga meningkatkan kepercayaan jamaah. Pendekatan yang lembut dan tidak memaksa mencerminkan *pathos* (emosi), karena da'i berusaha menyentuh perasaan jamaah melalui contoh-contoh kehidupan sehari-hari. Sementara itu, penyampaian materi secara bertahap dan logis mencerminkan *logos* (logika) yang memudahkan jamaah dalam memahami pesan dakwah. Selain itu, strategi ini juga sejalan dengan *Elaboration Likelihood Model (ELM)* yang dikemukakan oleh Petty dan Cacioppo (Petty & Cacioppo, 1986), di mana penggunaan bahasa yang sesuai dengan latar belakang budaya jamaah mendorong terjadinya *central route processing*, yaitu proses penerimaan pesan secara mendalam karena jamaah merasa relevansi dan kedekatan emosional dengan da'i. Hal ini terjadi karena penggunaan Bahasa Jawa Krama meningkatkan relevansi personal pesan dakwah bagi jamaah, sehingga mereka termotivasi untuk memproses informasi secara kognitif (*central route*), bukan hanya karena daya tarik komunikator atau suasana ceramah (*peripheral route*).

Hasil kuantifikasi dari 7 informan memperkuat temuan kualitatif bahwa penggunaan Bahasa Jawa Krama efektif dalam meningkatkan keimanan jamaah. Skor rata-rata pemahaman dakwah sebesar 4,7 dan perubahan ibadah sebesar 4,3 dari skala 5 menunjukkan bahwa strategi komunikasi persuasif berbasis bahasa lokal memberikan dampak positif yang terukur. Hal ini sejalan dengan penelitian Hairul Hatami, dkk. (2023) yang menunjukkan bahwa strategi komunikasi dakwah persuasif melalui pendekatan kekeluargaan dan pemahaman karakter mad'u efektif dalam menanamkan nilai-nilai keislaman. Penelitian ini juga memperkuat temuan Khairul Amal (2021) tentang strategi komunikasi dakwah yang mencakup penggunaan bahasa yang halus dan bernilai sastra, namun dengan

penekanan khusus pada penggunaan bahasa daerah (Jawa Krama) yang terbukti efektif dalam konteks masyarakat Jawa di Lampung Tengah.

Integrasi temuan penelitian ini dengan kerangka teoritis komunikasi persuasif dan linguistik sosiokultural memperkuat kontribusi akademisnya. Pertama, dari perspektif komunikasi persuasif, temuan ini selaras dengan *Elaboration Likelihood Model (ELM)*, yang membedakan jalur pusat (*central route*) dan jalur periferal (*peripheral route*) dalam pemrosesan informasi (Plinio, 2025)(Tang et al., 2025). Penelitian kontemporer menunjukkan bahwa efektivitas persuasi bergantung pada kesesuaian antara isi pesan dan predisposisi kognitif-afektif audiens (Plinio, 2025). Dalam konteks ini, penggunaan Bahasa Jawa Krama mengaktifkan dua jalur secara simultan: jalur pusat terjadi karena bahasa yang familiar meningkatkan relevansi personal pesan (tercermin dari skor pemahaman 4,7), sementara jalur periferal diaktifkan melalui isyarat kesantunan, intonasi, dan kredibilitas da'i yang membuat jamaah menerima pesan tanpa perlawanan. Kombinasi ini menghasilkan perubahan sikap yang lebih bertahan lama, sebagaimana terlihat dari peningkatan konsistensi ibadah mahdhah (skor 4,3).

Kedua, dari sudut pandang linguistik sosiokultural, temuan ini dapat dijelaskan melalui hipotesis relativitas linguistik (*Sapir-Whorf hypothesis*) yang menyatakan bahwa struktur bahasa memengaruhi cara penuturnya mempersepsikan realitas (He & Chen, 2026). Bahasa Jawa Krama yang sarat nilai hormat dan hierarki sosial (*unggah-ungguh*) membawa kerangka kognitif yang menghargai kesantunan, sehingga pesan dakwah menjadi lebih kongruen dengan identitas budaya jamaah. Selain itu, teori kesantunan (Brown & Levinson, 1987; Daulay et al., 2025; Park, 2026) menjelaskan bahwa strategi kesantunan positif dan negatif mengurangi ancaman terhadap muka (*face*) jamaah, sehingga mereka lebih terbuka menerima pesan tanpa merasa digurui sebagaimana dinyatakan informan: "*Saya tidak merasa digurui, tapi diingatkan dengan halus.*"

Dengan demikian, kebaruan akademis penelitian ini terletak pada integrasi tiga ranah teoretis komunikasi persuasif (ELM), linguistik kognitif (Sapir-Whorf), dan sosiolinguistik (kesantunan) yang selama ini jarang dikaji secara simultan dalam konteks dakwah.

Implikasi Etis dan Praktis Penggunaan Bahasa Jawa Krama dalam Dakwah

Implikasi Etis, Penggunaan Bahasa Jawa Krama sebagai strategi komunikasi persuasif dalam dakwah tidak hanya memiliki dimensi pragmatis, tetapi juga mengandung implikasi etis yang perlu dipertimbangkan secara serius. Implikasi etis tersebut mencakup tiga aspek utama: (1) penghormatan terhadap otonomi jamaah, (2) keadilan komunikasi dalam konteks multikultural, dan (3) tanggung jawab moral da'i dalam penggunaan bahasa.

Pertama, dari perspektif otonomi jamaah, penggunaan Bahasa Jawa Krama mencerminkan penghormatan terhadap kapasitas jamaah dalam menerima pesan dakwah secara sukarela. Sebagaimana dinyatakan oleh informan J-03: "*Saya tidak merasa digurui, tapi diingatkan dengan halus. Bahasa krama membuat saya merasa dihormati, bukan direndahkan.*" Temuan ini sejalan dengan prinsip etika komunikasi Habermas yang menekankan pentingnya tindakan komunikatif yang bebas dari dominasi dan pemaksaan (Habermas, 1984). Dalam konteks dakwah, penggunaan bahasa yang santun dan tidak memaksa merupakan implementasi dari

Q.S. An-Nahl ayat 125 yang memerintahkan dakwah dengan hikmah dan pengajaran yang baik. Da'i di Masjid Istiqlal telah menerapkan prinsip ini secara konsisten, sebagaimana diungkapkan oleh D-01: *"Saya tidak pernah memaksa jamaah. Saya hanya menyampaikan dengan bahasa yang halus, biar mereka yang mengambil keputusan sendiri."*

Namun, implikasi etis yang perlu diwaspadai adalah potensi *paternalisme komunikatif*, di mana da'i secara tidak sadar memposisikan diri sebagai pihak yang "lebih tahu" dan jamaah sebagai pihak yang "perlu dibimbing" secara berlebihan. Meskipun penggunaan bahasa halus dapat meminimalkan resistensi, hal ini justru dapat menciptakan relasi kuasa yang asimetris jika tidak diimbangi dengan ruang dialog yang setara. Oleh karena itu, etika dakwah menuntut da'i untuk tidak hanya menggunakan bahasa yang santun, tetapi juga membuka ruang bagi jamaah untuk bertanya, berdiskusi, dan mengkritisi materi dakwah.

Kedua, dari perspektif keadilan komunikasi, penggunaan Bahasa Jawa Krama di Masjid Istiqlal yang mayoritas jamaahnya berlatar belakang Jawa memang efektif, namun juga menimbulkan pertanyaan etis tentang inklusivitas terhadap jamaah dari latar belakang budaya lain. Meskipun penelitian ini tidak menemukan jamaah non-Jawa di lokasi penelitian, dalam konteks masyarakat Indonesia yang multikultural, penggunaan bahasa daerah secara eksklusif berpotensi menimbulkan marginalisasi simbolik bagi kelompok minoritas. Sebagaimana diingatkan oleh informan T-01: *"Kalau ada jamaah dari luar Jawa, saya biasanya pakai campuran bahasa Indonesia. Tapi karena di sini semua orang Jawa, ya pakai krama semua."* Pernyataan ini menunjukkan bahwa da'i telah memiliki kesadaran situasional, namun kesadaran ini perlu diperluas menjadi kebijakan komunikasi yang lebih sistematis dalam menghadapi keberagaman.

Implikasi etis lainnya terkait dengan otentisitas komunikasi. Penggunaan Bahasa Jawa Krama yang sarat dengan nilai hierarki sosial (*unggah-ungguh*) dapat menimbulkan dilema etis ketika da'i harus menyampaikan kritik atau teguran terhadap perilaku jamaah yang menyimpang dari ajaran Islam. Di satu sisi, penggunaan bahasa halus menjaga kesantunan dan menghindari konflik; di sisi lain, kritik yang terlalu halus dapat kehilangan daya korektifnya. Hal ini diakui oleh D-01: *"Kalau masalah yang sensitif, saya sampaikan dengan bahasa yang lebih halus lagi. Kadang saya kasih perumpamaan dulu, baru pelan-pelan ke intinya."* Pendekatan ini mencerminkan upaya da'i untuk menyeimbangkan antara kewajiban menyampaikan kebenaran (*amar ma'ruf nahi munkar*) dengan kewajiban menjaga etika komunikasi.

Implikasi Praktis dan Rekomendasi bagi Da'i

Berdasarkan temuan penelitian, berikut rekomendasi praktis bagi da'i dalam mengimplementasikan strategi komunikasi persuasif berbasis bahasa daerah:

Pemetaan Karakteristik Jamaah Secara Sistematis, da'i disarankan untuk melakukan pemetaan karakteristik jamaah secara lebih terstruktur, tidak hanya berdasarkan pengamatan informal, tetapi juga melalui pendekatan partisipatif seperti diskusi kelompok terfokus atau survei sederhana. Pemetaan ini mencakup: (a) latar belakang budaya dan bahasa ibu, (b) tingkat pemahaman keagamaan, (c) kebutuhan spiritual spesifik, dan (d) preferensi gaya komunikasi. Dengan dokumentasi yang sistematis, da'i dapat mengembangkan basis data jamaah yang memudahkan penyesuaian materi dan metode dari waktu ke waktu.

Pengembangan Kurikulum Dakwah Kontekstual, da'i disarankan untuk mengembangkan kurikulum dakwah yang kontekstual dengan mengintegrasikan tiga komponen: (a) materi keislaman yang komprehensif, (b) kearifan lokal (termasuk Bahasa Jawa Krama dan nilai-nilai budaya Jawa yang Islami), serta (c) isu-isu kontemporer yang relevan dengan kehidupan jamaah. Kurikulum ini dapat disusun secara bertahap dari level dasar hingga lanjutan, dengan materi yang disesuaikan dengan tingkat pemahaman jamaah. Pendekatan ini memungkinkan da'i untuk tidak hanya menyampaikan pesan secara persuasif, tetapi juga memastikan keberlanjutan pembelajaran jamaah.

Peningkatan Kompetensi Komunikasi Persuasif, da'i perlu meningkatkan kompetensi komunikasi persuasif melalui: (a) penguasaan teknik *storytelling* berbasis kearifan lokal, (b) pemahaman psikologi komunikasi dan mekanisme persuasi, (c) pelatihan *public speaking* dengan berbagai variasi gaya bahasa (krama, madya, ngoko, dan kombinasi dengan bahasa Indonesia), serta (d) kemampuan membaca respons non-verbal jamaah sebagai umpan balik *real-time*. Temuan penelitian menunjukkan bahwa da'i yang mampu mengombinasikan berbagai gaya bahasa sesuai konteks memiliki efektivitas komunikasi yang lebih tinggi, sebagaimana tercermin dari skor pemahaman jamaah yang mencapai rata-rata 4,7.

Optimalisasi Penggunaan Contoh Kontekstual, da'i disarankan untuk memperkaya ceramah dengan contoh-contoh yang diambil dari kehidupan sehari-hari jamaah, seperti pengalaman bertani, berdagang, atau bersosialisasi dalam masyarakat Jawa. Penggunaan contoh kontekstual terbukti meningkatkan pemahaman dan retensi pesan, sebagaimana ditemukan dalam penelitian ini. Da'i dapat mengembangkan bank contoh yang dikategorikan berdasarkan tema dakwah, sehingga memudahkan akses dan variasi dalam setiap sesi ceramah.

Evaluasi dan Umpan Balik Berkelanjutan, da'i disarankan untuk mengembangkan sistem evaluasi dan umpan balik yang lebih terstruktur, tidak hanya melalui observasi informal tetapi juga melalui: (a) sesi tanya jawab terbuka setelah ceramah, (b) kotak saran anonim dari jamaah, (c) diskusi rutin dengan takmir masjid, dan (d) dokumentasi perubahan perilaku ibadah jamaah secara periodik. Evaluasi yang sistematis memungkinkan da'i untuk terus memperbaiki kualitas dakwah dan menyesuaikan strategi dengan kebutuhan jamaah yang dinamis.

Pelibatan Teknologi dan Media Digital, da'i dapat memanfaatkan teknologi dan media digital untuk memperluas jangkauan dakwah berbasis bahasa daerah, misalnya melalui: (a) rekaman ceramah yang diunggah ke platform digital, (b) konten dakwah singkat di media sosial dengan subtitle Bahasa Jawa Krama, dan (c) grup komunikasi daring untuk diskusi dan tanya jawab di luar waktu ceramah. Hal ini penting mengingat generasi muda Jawa di Lampung Tengah mulai mengalami penurunan penguasaan Bahasa Jawa Krama, sehingga digitalisasi dapat menjadi sarana pelestarian sekaligus dakwah.

Pertimbangan Etis dalam Konteks Multikultural

Prinsip Inklusivitas dan Adaptasi Bahasa

Dalam konteks masyarakat Indonesia yang multikultural, da'i perlu mengadopsi strategi komunikasi yang inklusif dengan prinsip-prinsip berikut: Prinsip Dominan-Bahasa-Ibu: Menggunakan bahasa ibu mayoritas jamaah sebagai

bahasa utama dakwah, namun tetap menyediakan terjemahan atau penjelasan dalam bahasa Indonesia untuk mengakomodasi jamaah dari latar belakang budaya lain; Prinsip Fleksibilitas Bahasa: Mengombinasikan bahasa daerah dengan bahasa Indonesia secara proporsional, terutama pada materi-materi kunci yang memerlukan pemahaman mendalam. D-01 telah menerapkan prinsip ini: "*Saya pakai bahasa krama untuk pembukaan dan nasihat-nasihat halus, tapi untuk dalil dan penjelasan serius saya pakai bahasa Indonesia biar semua paham.*"; Prinsip Kesetaraan Komunikasi: Menghindari penggunaan bahasa yang menciptakan jarak sosial yang terlalu jauh (misalnya krama inggil yang terlalu formal) atau terlalu akrab (ngoko) yang dapat mengurangi kewibawaan. Pemilihan tingkat tutur (*unggah-ungguh*) harus mempertimbangkan konteks relasi sosial dan situasi komunikasi.

Menghindari Eksklusi Simbolik

Da'i harus memastikan bahwa penggunaan bahasa daerah tidak menciptakan perasaan terpinggirkan di kalangan jamaah non-penutur bahasa tersebut. Jika terdapat jamaah dari latar belakang budaya lain, da'i perlu memberikan penjelasan awal tentang istilah-istilah kunci dalam bahasa Indonesia atau menggunakan strategi translasi simultan.

Menjaga Keseimbangan antara Tradisi dan Modernitas

Bahasa Jawa Krama mengandung nilai-nilai luhur yang perlu dilestarikan, namun da'i juga harus mampu mengemas pesan dakwah dengan cara yang relevan dengan realitas kontemporer. Penggunaan bahasa krama yang terlalu kaku dapat membuat pesan terasa kuno dan tidak aplikatif.

Etika dalam Penyampaian Kritik

Dalam menyampaikan kritik atau teguran terhadap perilaku jamaah, da'i perlu mempertimbangkan prinsip *face-saving* (penyelamatan muka) dengan menggunakan strategi kesantunan negatif, yaitu menyampaikan kritik secara tidak langsung, menggunakan perumpamaan, atau menyamarkannya sebagai nasihat umum. Temuan penelitian menunjukkan bahwa pendekatan ini efektif karena jamaah merasa "*diingatkan dengan halus*" (J-03) dan tidak merasa tersinggung.

Tanggung Jawab Sosial dan Budaya

Da'i memiliki tanggung jawab untuk tidak hanya menyampaikan pesan keagamaan, tetapi juga melestarikan dan mengembangkan bahasa daerah sebagai warisan budaya. Hal ini sejalan dengan visi dakwah yang *rahmatan lil 'alamin*, yaitu dakwah yang membawa kebaikan tidak hanya bagi umat Islam tetapi juga bagi seluruh umat manusia dan kebudayaan.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi persuasif da'i dalam penggunaan Bahasa Jawa Krama di Masjid Istiqlal Lampung Tengah telah berjalan melalui tiga tahapan utama sebagaimana dikemukakan oleh Fried R. David, yaitu tahap perumusan strategi, implementasi strategi, dan evaluasi strategi.

Pada tahap perumusan strategi, da'i terlebih dahulu mengidentifikasi karakteristik dan kebutuhan jamaah melalui observasi serta interaksi yang berlangsung secara berkelanjutan. Berdasarkan pemahaman tersebut, da'i menentukan materi dakwah yang relevan dan memilih Bahasa Jawa Krama sebagai media komunikasi karena selaras dengan latar belakang budaya mayoritas

jamaah. Selanjutnya, pada tahap implementasi strategi, pesan dakwah disampaikan dengan pendekatan yang santun, komunikatif, dan tidak bersifat memaksa. Penyampaian materi dilakukan dengan mengombinasikan Bahasa Jawa Krama dan Bahasa Indonesia serta didukung oleh contoh-contoh yang dekat dengan kehidupan sehari-hari jamaah. Adapun pada tahap evaluasi, da'i melakukan pengamatan terhadap tingkat pemahaman serta perubahan perilaku ibadah jamaah, kemudian menyesuaikan metode penyampaian apabila masih ditemukan kendala dalam pemahaman materi dakwah.

Hasil kuantifikasi data menunjukkan bahwa tingkat pemahaman jamaah terhadap materi dakwah memperoleh skor rata-rata sebesar 4,7, sedangkan perubahan perilaku ibadah mencapai skor rata-rata 4,3 pada skala 5. Kedua hasil tersebut termasuk dalam kategori tinggi. Selain itu, triangulasi data yang melibatkan da'i, jamaah, dan takmir masjid menunjukkan adanya kesesuaian temuan bahwa penggunaan Bahasa Jawa Krama mampu meningkatkan pemahaman jamaah, membangun komunikasi yang lebih santun, serta mendorong perubahan positif dalam pelaksanaan ibadah mahdhah, seperti salat berjamaah, berwudhu, dan membaca Al-Qur'an. Temuan ini sejalan dengan konsep persuasi Aristoteles yang meliputi *ethos*, *pathos*, dan *logos*, serta didukung oleh *Elaboration Likelihood Model* (ELM).

Kebaruan penelitian ini terletak pada pengintegrasian bahasa daerah (Jawa Krama) sebagai strategi komunikasi persuasif yang terbukti berdampak pada peningkatan kualitas ibadah mahdhah sebagai indikator keimanan, yang selama ini jarang dikaji secara simultan dalam konteks dakwah. Penelitian ini menunjukkan bahwa pemanfaatan bahasa daerah dalam kegiatan dakwah dapat menjadi strategi komunikasi yang efektif untuk memperkuat kedekatan emosional antara da'i dan jamaah serta meningkatkan penerimaan terhadap pesan dakwah yang disampaikan. Oleh karena itu, pendekatan dakwah berbasis budaya lokal dapat dipertimbangkan untuk diterapkan pada komunitas lain dengan karakteristik budaya serupa sebagai strategi komunikasi persuasif yang efektif. Penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya dilakukan pada satu lokasi penelitian, yaitu Masjid Istiqlal Lampung Tengah, yang berada dalam lingkungan masyarakat dengan budaya Jawa yang masih kuat. Dengan demikian, hasil penelitian ini belum dapat digeneralisasikan pada masyarakat dengan karakteristik budaya dan bahasa daerah yang berbeda.

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan melakukan kajian mengenai strategi dakwah berbasis budaya lokal pada wilayah yang lebih luas dan kelompok masyarakat yang lebih beragam. Selain itu, penggunaan pendekatan penelitian yang berbeda, seperti metode kuantitatif eksperimental, dapat dilakukan untuk mengukur pengaruh penggunaan bahasa daerah terhadap peningkatan keimanan secara lebih mendalam dan terukur.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, A. 2023. Aktualisasi Nilai Karakter Religius Berdasarkan Konsep Iman Menurut Imam Al Ghazali Di Sekolah Dasar. *Al-Qodiri Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Keagamaan*, 21(1), 241. <https://doi.org/https://doi.org/10.53515/qodiri>
- Amal, K. 2021. Strategi Komunikasi Dakwah Ustadz Salim A. Fillah. *Jurnal Studi Islam Dan Kemuhmadiyah*, 1, 114–126. <https://doi.org/https://doi.org/10.18196/jasika.v1i2.9>
- Aristoteles. 2018. *Retorika: Seni Berbicara* (D. Arsyah (ed.); Cetakan pe). Basabasi.
- Braca, A., & Dondio, P. 2023. Developing persuasive systems for marketing: the interplay of persuasion techniques, customer traits and persuasive message design. *Italian Journal of Marketing*, 3, 369–412. <https://doi.org/10.1007/s43039-023-00077-0>
- Butarbutar, M., Anisah, H. U., Setyawati, C. Y., Nobelson, Islami, P. Y. N., Sari, I. P., Sufyati, Waruru, D., Anwar, K., Dahlan, T., Sisca, & Triwardhani, D. 2022. *Metodologi Penelitian: Pendekatan Multidisipliner* (A. Sudirman (ed.). Penerbit Media Sains Indonesia.
- Dafrizal, & Sarmiati. 2023. Penerapan Komunikasi Persuasif Pimpinan Untuk Meningkatkan Kedisiplinan Dan Motivasi Mahasiswa Di STAI-YDI Lubuk Sikaping. *Mukadimah Jurnal Pendidikan, Sejarah, Dan Ilmu-Ilmu Sosial*, 07, 181. <https://doi.org/https://doi.org/10.30743/mkd.v7i1.6754>
- Dela Yukita Nasari, Dina Ameliasari, R. H., & Lisnawati. 2025. Qowa ' id al fiqhiyyah khusus dalam ibadah mahdah : telaah kaidah dan implementasinya dalam praktik ibadah. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(6), 9. <https://doi.org/https://doi.org/10.62017/merdeka>
- Effendy, O. U. 2009. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek* (22nd ed.). PT. Remaja Rosdakarya.
- Erny Fitroh Nabila M, A. K. S. 2024. The Role Of Faith In Overcoming Mental Health. *Islamika Inside: Jurnal Keislaman Dan Humaniora*, 10, 6. <https://doi.org/https://doi.org/10.35719/islamikainside.v10i1.215>
- Farhaeni, M., Martini, S., Tinggi, S., Runata, B., Tinggi, S., & Pariwisata, I. 2024. Bahasa dalam membentuk interaksi sosial dan identitas budaya. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 4(1), 54–60. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30742/juispol.v4i1.3786>
- Hardianto, A., Lukito, A. F., Salsabila, A. D., Prawira, A. V., Salem, B. D., Jayadi, C., Christopher, Reynaldy, D., Aliudin, F., Fernando, & Setiadi, F. 2020. *Business Communication: Konsep & Praktek Berkomunikasi*. Scopindo Media Pustaka.
- Hatami, H., Nuwairah, N., & Amaly, N. 2023. Komunikasi Dakwah Persuasif KH. Husaini Hanafi dalam Menanamkan Nilai-Nilai Islam Melalui Majelis Taklim Nafahattur Rabbani Kota Balikpapan. *Al-Hiwar Jurnal Ilmu Dan Teknik Dakwah*, 11(2), 90. <https://doi.org/10.18592/alhiwar.v11i2.11515>
- He, C., & Chen, Q. 2026. *Language , silence , and logic : Zen , Nishida , and fthe Sapir-Whorf hypothesis in cognitive and cultural perspectives*. February, 1–8. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2026.1638010>

- Isfak, M. A., & Setyawan, B. W. 2022. Representasi Bahasa Jawa Krama sebagai Bahasa yang Melambangkan Tindak Kesopanan. *Metafora: Jurnal Pembelajaran Bahasa Dan Sastra*, 9(2), 104. <https://doi.org/10.30595/mtf.v9i2.13969>
- Kamil, B. 2022. Dakwah Digital Dalam Perspektif Mad'u (Audiens). *At-Tawasul Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 2(1), 40. <https://doi.org/httpsdoi.org10.51192ja.v2i1.362>
- Letlatsa, R. 2022. Towards a Communication Strategy Implementation Framework For Higer Education Institutions In Lesotho. *Communitas*, 27, 173. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.18820/24150525/Comm.v27.12>
- Mariyono, D. 2024. *Menguasai Penelitian Kualitatif*. Cipta Media Nusantara. https://www.google.co.id/books/edition/MENGUASAI_PENELITIAN_KUALITATIF_Metode_A/OfsoEQAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=wawancara+semi+terstruktur+adalah&pg=PA157&printsec=frontcover
- Moleong, L. J. 2008. *Metode Penelitian Kualitatif*. Rineka Cipta.
- Nordfält, J., & Ahlbom, C. 2024. Utilising Eye-Tracking Data In Retailing Field Research : A Practical Guide. *Journal of Retailing*, 100, 148–160. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2024.02.005>
- Pangestu, M. A. A., & Christin, M. 2022. Analisis Strategi Komunikasi Program Indonesia Makin Cakap Digital Kementerian Komunikasi dan Informatika dalam Meningkatkan Literasi Digital. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(September), 3274. <https://doi.org/https://doi.org/10.54371/jiip.v5i9.885>
- Perloff, R. M. 2016. The Dynamics of Persuasion. In *The Dynamics of Persuasion* (Second). Lawrence Erlbaum Associates. <https://doi.org/10.4324/9781315657714>
- Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. 1986. The Elaboration Likelihood Model Of Persuasion. *Advances in Experimental Social Psychology*, 19(C), 123–205. [https://doi.org/10.1016/S0065-2601\(08\)60214-2](https://doi.org/10.1016/S0065-2601(08)60214-2)
- Plinio, S. Di. 2025. *Brain and Behavior in Persuasion : The Role of Affective- - Cognitive Matching*. 1–14. <https://doi.org/10.1111/psyp.70088>
- Ratnaningtyas, E. M., Ramli, Syafruddin, Saputra, E., Suliwati, D., Nugroho, B. T. A., Karimuddin, Aminy, M. H., Saputra, N., Khaidir, & Jahja, A. S. 2021. *Metodologi Penelitian Kualitatif* (N. Saputra (ed.)). Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Rosyidah, A. N., Ummah, A. F., & Alfarizi, M. A. 2026. Relevansi Bahasa Jawa Krama dalam Melestarikan Budaya Kesantunan Bertutur Umat Islam Jawa di Era Modernisasi. *JiIP:Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 9, 1857–1869. <https://doi.org/https://doi.org/10.54371/jiip.v9i2.10584>
- Sandelowski, M., Voils, C. I., & Knafl, G. 2009. On Quantitizing. *NIH Public Access*, 3(3), 2. <https://doi.org/10.1177/1558689809334210>.On
- Siregar, U. A., Silvi, N., Hasibuan, W., & Rambe, F. 2023. Bahasa Sebagai Alat Komunikasi Dalam Kehisupan Manusia. *Jurnal Hata Poda*, 2(2), 98. <https://doi.org/https://doi.org/10.24952/hatapoda.v2i2.10535>
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Tang, C., Wang, L., Pan, D., Zhang, H., & Fang, Y. 2025. *Matching Embodied Conversational Agent Appearance To Message Emotion Enhances Persuasion In Ehealth*. 1–11.

- Valenti, E., & Giacco, D. 2022. Persuasion or Coercion? An Empirical Ethics Analysis About The Use Of Influence Strategies In Mental Health Community Care. *BMC Health Services Research*, 2. <https://doi.org/10.1186/s12913-022-08555-5>
- Yafiz, M. 2022. Islamic Religiosity And Job Satisfaction Among Muslim Teachers in Malaysia. *HTS Teologiese Studies/Theological Studies*, 1–6. <https://doi.org/https://doi.org/10.4102/hts.v78i4.7569>
- Zain, N. L. 2017. Strategi Komunikasi Persuasif Dalam Meningkatkan motivasi Belajar siswa. *Jurnal Nomosleca*, 3, 595–604. <https://doi.org/https://doi.org/10.26905/nomosleca.v3i2.2034>
- Zuhra, A. R., & Sartika, I. 2025. Penerapan Strategi Komunikasi dalam Penyebaran Informasi Melalui Media Sosial @ diskominfokabbogor. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 7, 330. <https://doi.org/https://10.33366/jkn.v%vi%i.2> 339