
Relevansi Metode Dakwah Interaktif terhadap Peningkatan Minat Kajian Keagamaan di Komunitas Pedesaan

Seftia Nurul Izati

Nurulseftia1@gmail.com

Nur Silmi Kaffah

nursilmikaffah234@gmail.com

Universitas Islam Negeri K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan

Submitted: 20 November 2025 Revised: 8 Desember 2025 Accepted: 16 Desember 2025

Abstract

A significant decline in congregational participation in religious studies, especially in rural areas, due to boredom with rigid and irrelevant monologue-style preaching, is the main background for this study. This research aims to analyze the effectiveness of applying interactive preaching methods as the main strategy to increase the interest and participation of congregations in rural areas, focusing on meeting the needs of the mad'u (preaching audience). Using a qualitative approach with a case study type and the Uses and Gratifications (U&G) Theory framework, this research was conducted through observation, in-depth interviews, and documentation at the Baitul Izzati Mosque, Dukuh Krikil, Gembong Village. Informants included preachers and congregants of various ages. The results show that interactive preaching, which is dominated by question and answer sessions and dialogue (70 minutes) after a short lecture, has succeeded in increasing congregation attendance from 3-5 people to 25-30 people. This increase in interest was supported by several key factors: the credibility of the preacher (Ustaz M. Syaiful Anam) with clear scholarly credentials, the relevance of the material that addressed everyday problems (in accordance with Cognitive Gratification), the effective timing after the Fajr prayer, and the familiar communication strategy (using local language and humor) that fulfilled Affective and Personal Gratification. These findings confirm that interactive da'wah is not only effective but also urgent in building inclusive, applicable, and participatory religious awareness, although the management of study duration needs to be evaluated.

Keywords: *Interactive Da'wah, Rural Community, Congregation Interest, Uses and Gratifications, Da'i Credibility.*

Abstrak

Penurunan signifikan dalam partisipasi jemaah pada kajian agama, terutama di daerah pedesaan akibat kejenuhan terhadap dakwah monolog yang kaku dan tidak relevan, menjadi latar belakang utama studi ini. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas penerapan dakwah interaktif sebagai strategi utama untuk meningkatkan minat dan partisipasi jemaah di lingkungan pedesaan, berfokus pada pemenuhan kebutuhan *mad'u* (*audiens* dakwah). Menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi kasus dan kerangka Teori Uses and Gratifications (U&G), penelitian ini dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi di Masjid Baitul Izzati, Dukuh Krikil, Desa Gembong. Informan meliputi *da'i* dan jemaah dengan latar belakang usia yang beragam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dakwah interaktif, yang didominasi oleh sesi tanya jawab dan dialog (70 menit) setelah ceramah singkat, Peningkatan minat ini ditopang oleh beberapa faktor kunci: kredibilitas *da'i* (Ustaz M. Syaiful Anam) dengan sanad keilmuan yang jelas, relevansi materi yang menjawab problem sehari-hari (sesuai

Gratifikasi Kognitif), pemilihan waktu efektif setelah Salat Subuh, serta strategi komunikasi yang akrab (menggunakan bahasa daerah dan humor) yang memenuhi Gratifikasi Afektif dan Personal. Temuan ini menegaskan bahwa dakwah interaktif bukan hanya efektif, tetapi juga urgen dalam membangun kesadaran keagamaan yang inklusif, aplikatif, dan partisipatif, meskipun manajemen durasi kajian perlu dievaluasi.

Kata Kunci: Dakwah Interaktif, Komunitas Pedesaan, Minat Jemaah, Uses and Gratifications, Kredibilitas *Da'i*

PENDAHULUAN

Perkembangan masyarakat menunjukkan tren penurunan partisipasi jemaah dalam studi agama. Faktanya, kehidupan sehari-hari mayoritas umat Islam dipenuhi dengan kegiatan keagamaan. Dalam jurnal berjudul "Hubungan antara Personal Branding Ustaz Evie Effendi dan Minat Mendengarkan Dakwah Majelis Tatta Indonesia" oleh Rizka Satrio (2020), disebutkan bahwa dari sekitar 250 juta populasi Muslim di Indonesia, hanya 70% yang tertarik mendengarkan studi agama, sedangkan sebelumnya mencapai 85%. Data ini menunjukkan bahwa meskipun mayoritas populasi di Indonesia adalah Muslim, tapi antusiasme terhadap ceramah agama menurun secara signifikan (Satrio & Setiawan, 2020).

Problem tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor yang membuat minat jemaah menurun dalam menghadiri ceramah agama. Faktor internal seperti motivasi pribadi *mad'u* dan latar belakang *mad'u* (objek dakwah) sangat berpengaruh. Secara eksternal beberapa hal yang dapat mempengaruhi minat jemaah seperti waktu kajian dakwah yang tidak strategis, kualitas tempat, jarak antara rumah dan tempat dakwah, kredibilitas *da'i* materi yang tidak relevan serta metode komunikasi dakwah yang tidak menarik. Dakwah yang bersifat satu arah, kurang interaksi, sering kali menimbulkan kebosanan terlebih jika materi yang di bawakan kurang relevan. (Ramadhani, 2024) Hal ini menunjukkan bahwa metode dakwah yang kaku dan formal yang tidak disesuaikan dengan kebutuhan komunitas pedesaan berpotensi mengurangi minat jemaah.

Salah satu upaya yang dilakukan oleh *da'i* adalah dakwah interaktif, di mana seorang *da'i* fokus mengedepankan komunikasi dua arah sehingga terjadi dialog antara *da'i* dan *mad'u* (Mustawi & Mahmuddin, 2025). Strategi ini sangat populer di kalangan *da'i* perkotaan dan kini telah tersebar luas serta dimanfaatkan secara maksimal melalui berbagai platform media sosial. (Praselanova & Qurny, 2025) Meskipun fokus awalnya di

wilayah urban, penerapan dakwah interaktif di masyarakat pedesaan tetaplah relevan. Hal ini terbukti mampu meningkatkan keterlibatan serta minat jemaah desa dalam mengikuti dan mendalami materi kajian dakwah.

Jika dilihat dari kondisi latar belakang masyarakat pedesaan penurunan terjadi karena masyarakat jenuh dengan dakwah yang terlalu monoton dan satu arah. Namun, faktor seperti relevansi materi, dan kebutuhan jemaah yang tidak terpenuhi lewat kajian dakwah seperti kebutuhan untuk merasa menjadi bagian penting dari proses dakwah, berpengaruh besar terhadap minat jemaah dalam mengikuti kajian dakwah. Untuk itu dalam dakwah interaktif ini akan menekankan pentingnya relevansi materi dakwah dan pemenuhan kebutuhan *mad'u* agar dakwah berjalan efektif serta mampu untuk meningkatkan minat jemaah untuk menghadiri kajian dakwah. Dari sini argumen dasar studi ini menyatakan bahwa pentingnya untuk menekankan pada pemenuhan kebutuhan *mad'u* agar minat *mad'u* terhadap dakwah dapat meningkat melalui dakwah interaktif.

Fenomena dakwah interaktif yang ada di Kabupaten Pekalongan lebih tepatnya di Masjid Baitul Izzati Dukuh Krikil Desa Gembong Kecamatan Kandangserang menjadi fenomena yang baru di kalangan masyarakat pedesaan. Dakwah interaktif yang berada di Masjid Baitul Izzati menggunakan pertanyaan *mad'u* sebagai materi yang akan dibahas dalam kajian. *Da'i* hanya membuka secara singkat dan dilanjutkan dengan tanya jawab yang waktunya jauh lebih lama. Oleh karena itu, materi yang disampaikan oleh *da'i* tentu sangat relevan bagi jemaah pada kajian ini karena materi berasal dari pertanyaan-pertanyaan *mad'u*. Kajian di lakukan setelah salat subuh sehingga materi akan mudah diingat, materi juga bersifat aplikatif sehingga bisa langsung di aplikasikan dalam kehidupan sehari-hari.

Beberapa penelitian telah mengkaji dan mendukung efektivitas metode dakwah yang melibatkan audiens. Secara spesifik, dakwah interaktif terbukti dapat meningkatkan minat jemaah dalam partisipasi studi keagamaan Efektivitas ini untuk konteks pedesaan sangat bergantung pada penggunaan bahasa dan pendekatan yang sederhana (Safitri, 2023), serta gaya retorika *da'i* yang komunikatif dan bervariasi untuk meningkatkan keterlibatan Jemaah. (Ramadhan, 2020) Namun, studi-studi terdahulu cenderung berfokus pada efektivitas metode secara umum atau pada kualitas penyampaian *da'i*, serta belum searah spesifik dan mendalam mengkaji fenomena ini dari sudut pandang audiens

aktif di wilayah pedesaan. Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan menggunakan Teori Uses and Gratifications (U&G). Pemilihan U&G menjadi krusial karena teori ini memindahkan fokus dari apa yang dilakukan dakwah terhadap audiens, menjadi apa yang dilakukan audiens terhadap dakwah, sehingga dapat menggali secara analitis dan fundamental motivasi serta kebutuhan spesifik yang mendorong partisipasi jemaah.

Berbeda dengan studi terdahulu yang cenderung berfokus pada variabel *da'i* dan retorika, penelitian ini memusatkan perhatian pada metode dakwah interaktif sebagai strategi dakwah primer di komunitas pedesaan. Tujuannya adalah menggali secara mendalam motivasi dan gratifikasi jemaah melalui kerangka teoretis Uses and Gratifications (U&G). Secara analitis, studi kualitatif ini menguraikan jenis-jenis kebutuhan spesifik yang berhasil dipenuhi melalui Dialog Terbuka (Tanya Jawab), yang berkorelasi positif dengan peningkatan minat jemaah. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini merumuskan masalah untuk mengidentifikasi motivasi jemaah, bagaimana Dialog Terbuka memenuhi kebutuhan (gratifikasi) mereka, dan bagaimana relevansi metode dakwah interaktif ini berhubungan positif dengan peningkatan minat kajian keagamaan di pedesaan. Urgensi studi ini terletak pada kontribusi ganda, pengembangan teoretis ilmu dakwah dan penyediaan kontribusi praktis bagi *da'i* dan pengurus masjid dalam merumuskan strategi dakwah yang lebih kontekstual, partisipatif, dan selaras dengan kebutuhan audiens .

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi kasus. Pemilihan metode ini didasarkan pada kebutuhan untuk memahami secara mendalam motivasi dan makna partisipasi jemaah. Hal ini selaras dengan pandangan bahwa audiens (jemaah) diposisikan sebagai partisipan aktif. Dalam dakwah interaktif, *da'i* menggunakan media tatap muka sebagai sarana pemenuhan kebutuhan *mad'u*, di mana *mad'u* tetap berperan aktif dalam proses dakwah (Katz et al., 1973).

Penelitian ini dilaksanakan di Masjid Baitul Izzati, yang berlokasi di Dukuh Krikil, Desa Gembong. Waktu pelaksanaan penelitian adalah selama bulan Ramadan, yang dijadwalkan berlangsung dari Februari hingga awal Maret 2025. Informan penelitian

terdiri dari *da'i* yang menyampaikan materi dakwah serta beberapa jamaah (*mad'u*) yang mengikuti kajian. Jumlah jamaah yang diwawancarai sebanyak lima orang dengan latar belakang berbeda (dewasa, dan orang tua(lansia)), sehingga dapat memberikan perspektif yang beragam mengenai efektivitas dakwah interaktif.

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Observasi dilakukan selama pelaksanaan kajian berlangsung, khususnya setelah salat Subuh, untuk mengamati interaksi *da'i* dengan jamaah serta respons jamaah terhadap materi yang disampaikan. Wawancara mendalam dilakukan dengan *da'i* dan beberapa jamaah untuk memperoleh data mengenai motivasi, pemahaman, relevansi materi, hingga harapan mereka terhadap kegiatan dakwah. Dokumentasi digunakan sebagai pelengkap berupa catatan kegiatan, foto, serta arsip terkait aktivitas dakwah di Masjid Baitul Izzati.

Jumlah jamaah yang diwawancarai sebanyak lima orang dengan latar belakang berbeda (dewasa, dan orang tua), sehingga dapat memberikan perspektif yang beragam mengenai efektivitas dakwah interaktif. Pemilihan kelima informan dilakukan melalui teknik *purposive saming*, *purposive sampling* merupakan metode pengambilan sampel di mana peneliti memiliki kewenangan untuk menetapkan dan memilih subjek penelitian berdasarkan kriteria atau pertimbangan spesifik yang telah ditentukan sebelumnya (Maharani & Bernard, 2018). Secara spesifik *maximum variation sampling*, untuk memastikan keragaman data berdasarkan kelompok usia yang relevan. Mayoritas jamaah yang rutin hadir berada pada rentang usia 35 tahun hingga lanjut usia. Hal ini menunjukkan bahwa sasaran utama dakwah di Masjid Baitul Izzati adalah kalangan dewasa matang yang secara psikologis telah memiliki pengalaman hidup dan kebutuhan spiritual yang lebih mendalam.

Analisis data dilakukan menggunakan melalui tiga alur kegiatan utama yang saling terkait: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. (Miles et al., 2014) Tahap reduksi data mencakup penyeleksian, pemfokusan, dan abstraksi data mentah dari observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data yang telah direduksi kemudian diorganisasikan pada tahap penyajian data dalam bentuk deskripsi naratif atau matriks untuk mempermudah pemahaman. Terakhir, penarikan kesimpulan atau verifikasi melibatkan penafsiran data untuk menemukan makna, pola, dan hubungan yang relevan

dengan tujuan penelitian, dengan verifikasi dilakukan secara berkelanjutan. Untuk menjaga keabsahan temuan, penelitian ini menerapkan triangulasi sumber yakni dengan membandingkan data dari *da'i* dan Jemaah dan triangulasi metode yakni dengan mencocokkan hasil dari observasi, wawancara, dan dokumentasi, sehingga menghasilkan temuan yang valid dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Eksistensi uses and gratification theory dalam pendekatan komunikasi massa

Teori uses and gratification dipandang sebagai teori yang berfokus pada khalayak sebagai penentu media yang digunakan. Dalam teori ini ada lima asumsi yang mendasarinya yaitu yang pertama adalah , khalayak dipandang sebagai pemeran aktif yang memilih media tertentu dengan tujuan yang mendasarinya, mereka sadar dengan kebutuhannya dan bertanggungjawab atas media yang mereka pilih dan berorientasi pada tujuannya. Kedua, khalayak secara inisistif menghubungkan media dengan pemuasan kebutuhannya. Ketiga, media berkompetisi dengan media lain unuk pemuasan kebutuhan khalayak. Keempat, khalayak dianggap cukup mengerti mengenai penggunaan media yang berorientasi pada pemuasan kebutuhannya yakni minat, motif mereka. Kelima, penilaian nilai isi media yang dibuat oleh khalayak.(Blumler, 1974).

Katz, blumer, dan Gurevitz mengelompokkan beberapa kebutuhan yang ingin dipenuhi oleh khalayak melalui media, ada 5 kategori yang didorong oleh tujuan khalayak, yang pertama adalah kebutuhan kognitif yaitu kebutuhan khalayak pada media untuk memberi pengetahuan, pemahaman dan bimbingan melalui media yang dipilih. Kedua, kebutuhan afektif yakni kebutuhan untuk pemenuhan emosional seperti rasa senang atau keindahan. Ketiga, kebutuhan integrasi personal yakni kebutuhan untuk meningkatkan kredibilitas yakni kepercayaan diri atau status. keempat, integrasi sosial, yakni kebutuhan untuk meningkatkan hubungan dengan keluarga, teman atau yang lain. Kelima, kebutuhan diri untuk melepaskan ketegangan, yakni melepaskan diri dari permasalahan, bersantai atau sebagai pelarian semata.

Dalam teori uses and gratifikasi konsep penting yang ada pada teori ini adalah Gratifications Sought (GS) yaitu kepuasan yang diharapkan oleh khalayak ketika mengonsumsi media tertentu dan Gratifications Obtained (GO) yaitu kepuasan nyata

yang di dapat oleh khalayak setelah menggunakan media tertentu. Hasil dari teori ini adalah jika GS lebih besar dari GO maka yang terjadi adalah kesenjangan kepuasan yang nantinya media ini hanya dijadikan alternatif saja. jika GO lebih besar dari GS maka akan memperkuat pelaku pengguna media, atau dengan kata lain khalayak akan selalu menggunakan media tersebut. Jika GO sama dengan GS maka yang terjadi adalah kepuasan atas terpenuhinya harapan sehingga khalayak akan cenderung mengulang penggunaan media. (Blumler, 1974a)

2. Tantangan dakwah Konvensional pada Minat Jemaah

Aktifitas dawah saat ini membutuhkan strategi yang tepat, materi yang relevan dan teknik komunikasi yang menyesuaikan mad'u. Jika strategi yang digunakan tidak tepat maka yang akan terjadi adalah tidak ada orang yang akan mengikuti kajian walaupun materi yang dibawakan relevan. Jika materi yang disampaikan tidak relevan atau target dakwah terlalu tinggi untuk mad'u, akibatnya mad'u tidak akan mendengarkan da'i atau tidak akan melaksanakan apa yang disampaikan oleh mad'u. Teknik komunikasi yang tidak tepat akan membuat mad'u tidak memahami apa yang disampaikan oleh da'i atau membuat mad'u bosan dan pergi pada pertengahan kajian atau memilih berbicara sendiri dengan teman duduknya. Hasilnya dakwah tidak efektif yang artinya tujuan dakwah tidak tercapai. Hal ini memerlukan keseimbangan antara ketiganya sehingga dakwah bisa efektif dan membangkitkan minat masyarakat pada kajian dakwah. (Fitri et al., n.d.)

Tren penurunan minat jemaah yang di paparkan oleh (Satrio & Setiawan, 2020) menjadi problem yang perlu diatasi oleh para da'i untuk membuat variasi dalam metode dakwah sehingga dapat meningkatkan minat jemaah dalam mengikuti kajian dakwah. Penurunan ini bisa berdampak pada perilaku-perilaku umat muslim seperti minimnya akhlak dengan tetangga, akhlak dengan orang tua dan yang berkaitan dengan hubungan sosial sehingga hal ini dapat memperburuk nilai persatuan antar individu dan masyarakat. Selain itu dampak dari tidak tahanan hukum islam dalam hal syariat yakni hubungan horizontal antara Tuhan dengan manusia yang meliputi tatacara ibadah yang mempengaruhi sah atau tidaknya suatu ibadah. Hubungan muamalah yang berkaitan dengan harta juga dapat menyebabkan suatu permasalahan yang bisa memutus tali

silaturahmi bahkan antar keluarga. Hal ini jika tidak diatasi akan berdampak buruk bagi umat islam.

3. Implementasi Dakwah Interaktif sebagai Strategi Peningkatan Partisipasi Jemaah

Terkait usaha untuk meningkatkan minat masyarakat pada dakwah, dalam penelitian ini menemukan bahwa penerapan metode dakwah interaktif memberikan pengaruh signifikan terhadap peningkatan partisipasi jemaah dalam kajian di Masjid Baitul Izzati, Desa Gembong. Sebelum diterapkan, jumlah jemaah yang hadir relatif sedikit, namun ketika adanya dakwah interaktif partisipasi sedikit meningkat dari sebelum penerapan. Hal ini menunjukkan adanya peningkatan minat masyarakat dalam menerima dakwah, di mana mereka tidak hanya menghendaki penyampaian satu arah, melainkan lebih menyukai dakwah yang memberikan ruang dialog, tanya jawab, dan interaksi langsung dengan *da'i*. Fenomena ini sejalan dengan pandangan (Rachman, 2018) yang menekankan bahwa dakwah interaktif lebih efektif dibandingkan dakwah konvensional, karena mampu menumbuhkan rasa memiliki, keterlibatan emosional, serta kepuasan intelektual pada *mad'u*.

Pada proses dakwah interaktif ini berlangsung, ceramah yang dilakukan menyampaikan materi selama 20 menit, untuk sekedar membuka kajian dakwah. dan dilanjut dengan sesi tanya jawab serta kesimpulan selama 70 menit, karena fokus di sini adalah untuk menjawab permasalahan, rasa keingintahuan dan kebutuhan *mad'u*, maka durasi untuk tanya jawab lebih banyak dibandingkan ceramah. Pada menit ke 80 jemaah mulai pulang walaupun kajian dakwah belum selesai. Hal ini karena jemaah ingin segera melanjutkan pekerjaan yang menanti dan mulainya kajian yang terlalu lama atau tidak seperti jam biasanya sehingga selesainya juga sedikit lebih lama. Ada hari di mana *Mad'u* yang pulang sebelum dakwah selesai menunjukkan bahwa durasi terlalu panjang selain itu ada faktor eksternal yang mempengaruhi fokus *mad'u*, Sehingga *mad'u* harus meninggalkan kajian dakwah lebih awal, seperti hari di mana terdapat hari yang biasa disebut pasaran (hari yang umumnya diadakan pasar di suatu daerah) yang menggunakan hitungan kalender Jawa seperti manis, pon dan keliwon. Masyarakat bergegas ke pasar sehingga ini juga menjadi patokan bahwa bukan hanya karena durasi terlalu panjang namun ada faktor lain yang mempengaruhi *mad'u* dalam mengikuti kajian dakwah.

Kegagalan strategi durasi yang terlalu panjang, yang ditandai dengan mad'u meninggalkan kajian dakwah di tengah waktu. Hal ini sejalan dengan asumsi U&G bahwa khalayak aktif akan meninggalkan media atau sumber pemenuhan yang tidak relevan dengan kebutuhan mereka. (Blumler, 1974a) dimasyarakat pedesaan kebutuhan yang lebih penting dari pengetahuan adalah pemenuhan kebutuhan fisiologis. Sehingga ketika kajian bertepatan pada hari pasar maka jemaah akan meninggalkan kajian walaupun kajian belum selesai.

Mad'u terlihat fokus dan mendengarkan dengan seksama selama ceramah. Mad'u terlihat mengangguk sebagai tanda setuju dan mengerti apa yang sedang dibahas. Banyak mad'u yang menampilkan ekspresi positif, seperti senyuman dan anggukan kepala, terutama saat da'i memberikan contoh pengaplikasian di kehidupan sehari-hari. Ketika Da'i menyelipkan candaan-candaan di tengah-tengah dakwahnya reaksi emosional mad'u terbawa sehingga mereka tertawa bersama, hal ini membuktikan bahwa mad'u merasa nyaman untuk mendengarkan dakwah dengan santai. Hal ini erat kaitannya dengan Gratifikasi Integrasi Sosial, yang ditujukan untuk memperkuat ikatan dengan komunitas dan memperoleh rasa memiliki. Selain itu suasana nyaman yakni Afektif dasar juga terpenuhi, penambahan humor yang proporsional menghasilkan pemenuhan kebutuhan mad'u yang melampaui harapan mad'u pada sebelum kajian dakwah. Unsur humor ini menciptakan suasana senang dan Integrasi Sosial yakni tawa bersama. Hal ini secara kuat memperkuat loyalitas jemaah dan menciptakan rasa memiliki. (Blumler, 1974)

Observasi menunjukkan interaksi antara *mad'u* dan *da'i* sangat positif. *mad'u* aktif bertanya dan memberikan tanggapan selama sesi tanya jawab. Salah seorang mad'u menyatakan “saya mengikuti kajian karena belum tahu banyak mengenai hukum Islam, kalau tanya ya agar saya tahu dan saya butuh.” Artinya Mad'u aktif bertanya didorong oleh tiga faktor utama yaitu ketidaktahuan untuk dasar-dasar hukum, keingintahuan mengenai hukum Islam yang belum dipahami, dan kebutuhan praktis terkait permasalahan yang sedang dialami. Beberapa orang saling berdiskusi setelah mendapatkan jawaban dari *da'i*. Hal ini berkaitan dengan pemenuhan Gratifikasi Kognitif yaitu pemuasan kebutuhan pengetahuan *mad'u* dalam mengikuti kajian berupa pemuasan kognitif, seperti pencarian informasi dan pemahaman. Bagi *mad'u* sehingga *mad'u* bisa mendapatkan jawaban dari *da'i*. (Blumler, 1974)

Hasil observasi menunjukkan bahwa *mad'u* memiliki tingkat perhatian yang bervariasi. Meskipun sebagian besar jamaah menunjukkan minat yang tinggi, ada juga indikasi bahwa durasi ceramah dapat mengurangi keterlibatan mereka. Interaksi yang aktif pada sesi tanya jawab menunjukkan bahwa *mad'u* tertarik dengan materi yang di jelaskan. Hal ini karena *mad'u* merasa butuh akan jawaban yang pasti dan keingintahuan yang tinggi terhadap hukum-hukum Islam yang belum *mad'u* pahami dengan baik.

Lingkungan masjid yang nyaman, santai dan akrab mendukung suasana interaktif. Suasana tenang dan tertib membuat *mad'u* merasa lebih nyaman untuk berpartisipasi. Apalagi suasana pagi selesai salat subuh yang udaranya masih segar dan pikiran masih segar untuk menerima materi-materi yang disampaikan oleh *da'i*, sehingga materi-materi tersebut akan mudah untuk diingat dan dipahami oleh para *mad'u* walaupun sudah berusia 35 Tahun ke atas dan kebanyakan yang berusia lanjut.

Salah satu faktor utama yang mendukung keberhasilan dakwah interaktif di Masjid Baitul Izzati adalah kepercayaan dan keyakinan *mad'u* pada *da'i*. kredibilitas dan reputasi *da'i*, dalam dakwah ini yaitu Ustaz M. Syafiul Anam, yang dikenal sebagai alumni pesantren dengan sanad keilmuan yang jelas. Kredibilitas ini menumbuhkan rasa percaya pada jamaah, sehingga setiap pesan yang disampaikan memiliki otoritas dan diterima dengan baik. (Barokah, 2020) Jamaah merasa bahwa mereka tidak hanya mendapatkan pengetahuan agama, tetapi juga bimbingan yang relevan dengan kehidupan sehari-hari. Dua jamaah yang rutin hadir, menyatakan bahwa “karena yang mengisi kajian itu sudah jelas lulusan pondok mana dan sudah mengisi di beberapa kajian jadi saya datang ke kajian ini.” pernyataan tersebut menjelaskan bahwa latar belakang keilmuan *da'i* memberikan jaminan kebenaran materi dakwah, sehingga mereka lebih termotivasi untuk datang pada kegiatan dakwah. *Mad'u* juga tahu mengenai pendidikan pesantren *da'i* yang sudah pasti ada di pengasuh pondok yang sekaligus *mursyid thoriqoh* warga desa ini sehingga sanad keilmuannya bisa di pastikan. Sanad keilmuan adalah silsilah keilmuan yang nantinya akan sampai pada nabi Muhammad saw.

Selain faktor kredibilitas, dan kepercayaan *mad'u*, ternyata pemilihan waktu dakwah yang dilakukan setelah Salat Subuh juga terbukti efektif. Pada waktu tersebut, kondisi jamaah masih dalam keadaan segar, sehingga daya tangkap terhadap materi lebih optimal walaupun sebagian jamaah memiliki usia yang tidak lagi muda. Hal ini diperkuat

oleh pendapat (Rachmat et al., 2022) yang menyatakan bahwa aktivitas kognitif seseorang berada pada titik prima di waktu pagi hari. Waktu pelaksanaan ini juga sesuai dengan budaya masyarakat pedesaan yang pada umumnya memulai aktivitas produktif pada pagi jam 06.00, sehingga kehadiran kajian tidak mengganggu rutinitas mereka. Dengan demikian, sinkronisasi antara waktu dakwah dan pola aktivitas masyarakat menjadi salah satu kunci keberhasilan partisipasi.

Faktor-faktor seperti relevansi materi dengan kehidupan sehari-hari meningkatkan keingintahuan dan semangat *Mad'u* untuk mendengarkan dakwah. (Putri et al., 2024) *Mad'u* merasa lebih terhubung dengan materi yang disampaikan, karena materi tersebut berasal dari pertanyaan-pertanyaan yang dibuat oleh *mad'u*, sehingga dapat meningkatkan pemahaman dan penerapan dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini selaras dengan teori *uses and gratification* bahwa jemaah adalah *audiens* aktif yang secara sengaja menjadikan kegiatan dakwah ini untuk memenuhi kebutuhan spesifik mereka, topik yang relevan dengan kehidupan personal mereka. Selain relevansi materi kemampuan *da'i* dalam menyampaikan pesan juga berkontribusi pada keberhasilan komunikasi karena komunikasi yang baik adalah komunikasi yang memiliki satu makna antara *da'i* dengan *mad'u*. (Masruroh, 2022) Salah satu cara untuk menyamakan makna atau maksud dari *da'i* pada *mad'u* dan sebaliknya adalah menggunakan bahasa yang sama-sama dipahami oleh masing-masing *da'i* dan *mad'u*. Dalam dakwah interaktif menggunakan bahasa daerah setempat agar pemaknaannya sama antara *da'i* dan *mad'u*.

Metode penyampaian dakwah interaktif juga menjadi faktor krusial. Ustaz M. Syafiul memadukan ceramah pembuka dengan sesi dialog dan tanya jawab lebih panjang, sehingga jemaah merasa dilibatkan secara langsung dan tidak membuat jemaah jenuh. Hal ini juga menimbang dengan latar belakang pendidikan agama jemaah yang kurang, maka dari itu akan banyak pertanyaan-pertanyaan sederhana dan berkaitan dengan kehidupan *mad'u* yang ditanyakan (Kamaluddin, 2015). sehingga ilmu agama yang diterapkan bisa langsung di aplikasikan dalam kehidupan sehari-hari. Hal tersebut juga dapat memperkuat ingatan jemaah karena ilmu yang didapatkan bersifat aplikatif dan dengan bahasa sederhana.

Strategi dakwah yang menggunakan bahasa daerah dan humor ringan sangat efektif karena memfasilitasi pemahaman terutama bagi jemaah tua yang kesulitan berbahasa

Indonesia dan menciptakan kedekatan emosional, sehingga jemaah merasa nyaman dan tidak digurui, sesuai dengan prinsip komunikasi humanistik yang mengedepankan kesetaraan (Rahmatullah, 2016). Pendekatan ini secara langsung memenuhi Gratifikasi Afektif dan Personal suasana hangat, bebas tekanan dan Gratifikasi Kognitif yaitu kemudahan pemahaman sebagai prasyarat pesan diterima. Lebih lanjut, penggunaan Bahasa Daerah dan Humor secara strategis meningkatkan Kredibilitas *da'i*. Bahasa Daerah bertindak sebagai penyesuaian gaya bicara sesuai yang menunjukkan empati dan niat baik, sementara humor meningkatkan daya tarik dan dinamisme *da'i*, memastikan pesan dakwah tidak hanya benar secara konten tetapi juga sampai secara efektif karena didukung oleh komunikator yang diterima dan dipercaya.

4. Respons Mad'u terhadap Dakwah Interaktif: Analisis Uses and Gratifications

Berdasarkan hasil wawancara dengan para jemaah (*mad'u*), diketahui bahwa salah satu alasan mengikuti kajian ini adalah dakwah dilakukan pada pagi hari setelah salat Subuh karena belum disibukkan dengan urusan dunia. Waktu tersebut dianggap efektif karena kondisi pikiran masih segar, sehingga materi yang disampaikan lebih mudah dipahami dan diingat. Seorang *mad'u* menyatakan bahwa “saya mengikuti kajian ini sangat menambah wawasan, karena dari pertanyaan yang ditanyakan memang sangat sesuai dengan penerapan di kehidupan yang belum sesuai dengan syariat sehingga bisa di perbaiki termasuk juga adat-adat yang ada.” penjelasan ini memberi makna kajian ini sangat bermanfaat untuk menambah pengetahuan agama sekaligus membantu mereka untuk meluruskan sesuatu adat atau kebiasaan yang bertentangan dengan agama. dengan penjelasan yang mudah untuk dipahami.

Dalam hal pemahaman materi, para *mad'u* juga menuturkan bahwa “saya paham dengan materi yang di jelaskan seperti tata cara memandikan jenazah laki-laki dimandikan oleh laki-laki dan jenazah perempuan oleh perempuan., tentang rumah tangga seperti tidak boleh marah-marah pada suami/ istri, jika istri salah jangan marah tapi nasihati dengan lembut dan cara berperilaku dengan tetangga hal-hal seperti itulah yang diperlukan saat ini.” Pernyataan tersebut mereka dapat memahami isi dakwah yang disampaikan oleh *da'i*. Hal ini dibuktikan dengan kemampuan mereka menjelaskan kembali materi, misalnya tentang hukum memandikan jenazah, dan lainnya. Kemampuan *mad'u* dalam mengulang penjelasan ini menunjukkan bahwa metode dakwah interaktif

cukup efektif dalam meningkatkan daya tangkap mereka terhadap materi yang dijelaskan oleh *da'i*.

Selain itu, antara dakwah dengan kehidupan sehari-hari dianggap relevan. Materi yang diberikan tidak hanya bersifat teoritis, melainkan aplikatif sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Hal ini tampak dari pertanyaan-pertanyaan yang diajukan oleh *mad'u*, misalnya seputar kehidupan rumah tangga, apakah memarahi istri itu dibolehkan, bagaimana sikap seorang istri dalam menghadapi kemarahan suami, hingga persoalan dosa dalam hubungan keluarga. Bahkan dalam pernyataan salah seorang jemaah “kalau di kajian ini memang ada yang paling antusias selalu bertanya dan duduk di barisan paling depan, pak y biasanya selalu bertanya itu, tapi kalo yang ibu ibu paling satu sampai tiga penanya saja yang sering karena kalau ibu ibu kan sedikit malu ya. Tapi kan ada pilihan juga kalau mau tanya taoui malu bisa lewat kertas.” Dalam pernyataan tersebut dinyatakan bahwa *mad'u* tampak antusias dan duduk di barisan paling depan untuk mengajukan pertanyaan. Beberapa jemaah juga mengajukan pertanyaan menggunakan surat, agar tidak malu untuk bertanya secara langsung. hal tersebut menunjukkan bahwa *da'i* sudah menyiapkan alternatif lain mengingan orang-orang di pedesaan khususnya ibu-ibu terkadang malu untuk bertanya, agar dakwah efektif dan mampu menjawab setiap permasalahan, rasa penasaran dan menambah ilmu pengetahuan bagi *mad'u*.

Salah satu *mad'u* lansia menyatakan bahwa “pada kajian dakwah subuh itu tidak ada yang mengantuk, paling hanya satu orang yang mengantuk yang kemarin meninggal itu, mungkin karena sudah tandanya. Soalnya ya kan di jawabannya itu kkaya mencontohkan di kehidupan nyata jadi contohnya itu membuat para jemaah tertawa, bagaimana jemaah bisa ngantuk orang dakwahnya bikin ketawa.” Menariknya, *mad'u* menyebutkan bahwa dakwah ini tidak membuat mereka bosan. Justru, mereka merasa antusias karena *da'i* mampu menyampaikan ceramah dengan gaya santai, diselingi candaan yang proporsional, sehingga suasana menjadi lebih hidup. Tidak ada jemaah yang terlihat mengantuk, bahkan ustaz-ustaz senior juga turut hadir dan aktif mengajukan pertanyaan. Relevansi materi dakwah sangat berpengaruh bagi *mad'u* sehingga dapat membangkitkan semangat untuk menuntut ilmu. Hal ini menandakan bahwa dakwah interaktif mampu menciptakan suasana dakwah yang dinamis dan inklusif.

Sementara itu, hasil wawancara dengan *da'i* mengatakan bahwa "saya berdakwah ya buat menyebarkan ilmu supaya bermanfaat." Hal ini menunjukkan bahwa motivasi utamanya dalam berdakwah berasal dari dorongan internal, yakni keinginan tulus untuk menyiarkan agama Islam agar ilmu yang dimiliki dapat memberi manfaat bagi banyak orang. Motivasi ini menjadi dasar yang kuat bagi *da'i* dalam menghadapi tantangan, sehingga tidak mudah menyerah meskipun ada konflik atau perbedaan pandangan di tengah masyarakat. Kemanfaatan ilmu tentu saja tidak hanya dengan menyampaikan namun juga mengamalkannya. Namun, salah satu cara agar ilmu bisa lestari adalah dengan mengajarkannya pada orang lain sehingga ilmu itu bisa bertahan hingga saat ini juga karena terdapat ajaran yang diberikan oleh *da'i* sebelumnya.

Da'i juga mengakui bahwa tantangan dakwah di era saat ini cukup besar, terutama terkait penggunaan bahasa. Menurutnya, di tengah deras nya arus informasi, sebuah perkataan yang kurang tepat dapat dengan cepat menyebar ke masyarakat dan menimbulkan kesalahpahaman. Oleh karena itu, *da'i* perlu berhati-hati dalam memilih diksi, menyesuaikan humor, dan menjaga sensitivitas sosial agar pesan yang disampaikan tetap diterima dengan baik. Walaupun yang datang ke kajian dakwah tersebut mayoritas masyarakat yang usianya tidak muda lagi tidak terlalu mengikuti zaman teknologi saat ini. Namun, karena dakwah interaktif ini menggunakan mikrofon yang suaranya bisa sampai tiga RW maka dari itu dikatakan bahwa perlunya kehati-hatian dalam mengatakan suatu hal dalam berdakwah. Karena yang mendengarkan dakwah tidak hanya jemaah yang ada di masjid namun juga di luar masjid atau masyarakat sekitar.

Terkait strategi dakwah, *da'i* menekankan pentingnya merangkul masyarakat secara langsung. Ia menggunakan metode dakwah interaktif dengan pendekatan santai, ramah, dan sesekali diselingi humor yang tetap berada dalam koridor adab Islami Strategi ini dianggap efektif untuk menghindari kebosanan sekaligus membangun kedekatan emosional dengan jemaah, sehingga tercipta suasana dakwah yang hangat, bersahabat, dan sesuai dengan adat masyarakat setempat. Hal ini sesuai dengan Gratifikasi Integrasi Sosial, yang ditujukan untuk memperkuat ikatan dengan komunitas dan memperoleh rasa memiliki (*sense of belonging*).

Berdasarkan hasil observasi, partisipasi aktif jemaah tampak dalam bentuk antusiasme bertanya mengenai masalah-masalah praktis, seperti fikih keluarga, etika

bermasyarakat, hingga persoalan akidah yang sering mereka temui dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini menunjukkan bahwa dakwah interaktif mampu menjawab kebutuhan aktual masyarakat yang sering kali tidak mereka dapatkan dari dakwah konvensional. Wawancara dengan Ibu T, misalnya, menegaskan bahwa dirinya merasa lebih paham mengenai peran istri dalam rumah tangga setelah mengikuti kajian yang membuka ruang tanya jawab.

Dari sisi demografi, mayoritas jemaah yang mengikuti kajian interaktif ini berada pada usia dewasa hingga lanjut usia (35 tahun ke atas). Pada rentang usia tersebut, kebutuhan akan pemahaman agama cenderung meningkat karena berkaitan erat dengan tanggung jawab keluarga, sosial dan mementingkan kehidupan akhirat bagi jemaah usia lanjut. Selain itu profesi atau pekerjaan dari *mad'u* cukup bervariasi seperti sebagai ibu rumah tangga, pedagang, petani atau asisten rumah tangga di Rantauan. Fakta ini memperlihatkan bahwa dakwah interaktif mampu menjawab kebutuhan kelompok usia yang tidak lagi muda dengan pendekatan komunikatif, aplikatif, dan inklusif, sehingga kajian lebih relevan dan diminati oleh berbagai kalangan.

Penelitian ini menemukan adanya peningkatan minat jemaah dilihat data yang didapatkan. Peningkatan ini merupakan bukti empiris bahwa strategi dakwah ini berhasil menekan Kesenjangan Kepuasan yang mungkin terjadi sebelumnya. Jemaah datang karena mereka mencari Gratifikasi Kognitif (GS) berupa ilmu agama aplikatif, dan sesi tanya jawab memastikan Gratifications Obtained (GO) mereka terpenuhi. Hal ini sejalan dengan pandangan (Rachman, 2018) yang menekankan bahwa metode dakwah interaktif lebih efektif, karena mampu menumbuhkan rasa memiliki, keterlibatan emosional, serta kepuasan intelektual pada *mad'u* yang mana hal ini merupakan bentuk pemenuhan Gratifikasi Integrasi Sosial dan Afektif. Selain itu GS awal jemaah yang hanya berupa pemahaman ilmu atau kebutuhan kognitif dan suasana nyaman yakni afektif dasar, penambahan humor yang proporsional menghasilkan Gratifications Obtained GO yang melampaui ekspektasi. Unsur humor ini menciptakan suasana senang dan Integrasi Sosial yakni tawa bersama yang tidak dicari secara eksplisit tetapi *didapat* secara signifikan (GO > GS). Hal ini secara kuat memperkuat loyalitas jemaah dan menciptakan rasa memiliki.

Namun demikian, penelitian ini juga menemukan adanya tantangan dalam penerapan dakwah interaktif. Beberapa jemaah tercatat meninggalkan kajian sebelum

acara selesai. Salah satu penyebabnya adalah durasi kajian yang relatif panjang, yakni mencapai 90 menit, sementara pada hari pasar jemaah harus kembali ke aktivitas sehari-hari seperti berdagang atau berbelanja. Aktivitas dakwah masa kini harus berpusat pada upaya memenuhi Gratifications Sought (GS) dari mad'u. Kegagalan strategi durasi yang terlalu panjang ($GS > GO$), yang ditandai dengan mad'u meninggalkan kajian dakwah di tengah waktu. Hal ini sejalan dengan asumsi U&G bahwa khalayak aktif akan meninggalkan media atau sumber pemenuhan yang tidak relevan dengan kebutuhan mereka (Blumler, 1974). dimasyarakat pedesaan kebutuhan yang lebih penting dari pengetahuan adalah pemenuhan kebutuhan fisiologis. Sehingga ketika kajian bertepatan pada hari pasar maka jemaah akan meninggalkan kajian walaupun kajian belum selesai. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun interaktif, efektivitas dakwah tetap membutuhkan pengelolaan waktu yang tepat. Menurut teori manajemen dakwah, durasi yang ideal adalah ketika pesan dapat tersampaikan dengan tuntas tanpa mengurangi konsentrasi *mad'u*. Oleh karena itu, penyesuaian durasi menjadi rekomendasi penting bagi keberlanjutan dakwah ini. (Aziz, 2004)

Dari sisi sosial budaya, keberhasilan dakwah interaktif juga tidak terlepas dari konteks masyarakat pedesaan yang masih kental dengan nilai-nilai tradisi. Kehadiran *da'i* yang mampu menyesuaikan bahasa, adat, serta budaya lokal menjadi faktor penting agar dakwah tidak menimbulkan resistensi. (In'ami & Karim, 2023) menegaskan bahwa perbedaan karakteristik masyarakat pedesaan dan perkotaan menuntut *da'i* untuk lebih berhati-hati dalam memilih strategi komunikasi, terutama dalam penggunaan istilah-istilah agama yang mungkin asing bagi sebagian jemaah. Dalam hal ini, Ustaz M. Syafiul menunjukkan fleksibilitas tinggi dengan mempelajari bahasa daerah sekitar, sehingga pesan dapat diterima secara utuh.

KESIMPULAN

Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa metode dakwah interaktif merupakan strategi yang relevan dan efektif untuk menghidupkan minat jemaah di pedesaan, utamanya karena kemampuannya dalam memenuhi kebutuhan spesifik audiens, sesuai dengan kerangka Teori Uses and Gratifications. Keberhasilan ini ditandai dengan lonjakan partisipasi jemaah yang mencari pemahaman agama aplikatif

(Gratifikasi Kognitif) dan suasana dakwah yang nyaman (Gratifikasi Afektif). Efektivitas dakwah interaktif ini sangat ditopang oleh kredibilitas *da'i*, kontekstualisasi materi, dan waktu kajian setelah Subuh. Implikasi praktisnya, *da'i* dan pengelola masjid didorong untuk bergeser dari pendekatan satu arah menjadi pendekatan partisipatif yang berpusat pada kebutuhan jemaah demi menciptakan kesadaran keagamaan yang inklusif dan berkelanjutan.

Meskipun dakwah interaktif terbukti menarik minat luar biasa, studi ini dibatasi oleh periode pelaksanaannya yang hanya saat bulan Ramadhan. Keterbatasan ini menimbulkan risiko tinggi bahwa efektivitas dan minat audiens yang sama tidak dapat dipertahankan di luar periode tersebut. Oleh karena itu, penelitian lanjutan sangat dianjurkan melalui tiga fokus utama: pertama, kajian komparatif kuantitatif efektivitas metode dakwah interaktif di dalam dan di luar Ramadhan; kedua, identifikasi metode adaptasi agar dakwah interaktif dapat berlanjut secara terus menerus sepanjang tahun; dan ketiga, analisis U&G yang mendalam mengenai kebutuhan psikologis dan sosial jemaah pedesaan di luar konteks Ramadhan, sehingga strategi dakwah dapat disesuaikan dengan prioritas kebutuhan audiens yang aktif.

DAFTAR PUSTAKA

Aziz, H. M. A. (2004). *Ilmu dakwah*. Kencana.

Barokah, S. (2020). Kredibilitas Da'i Dengan Keseriusan Jama'ah Dalam Menyimak Ceramah. *Tabligh: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 4(3), 283–303. <https://doi.org/10.15575/tabligh.v4i3.1036>

Blumler, J. G. (Ed.). (1974a). *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research* (3. print). Sage Publications.

Blumler, J. G. (Ed.). (1974b). *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research* (3. print). Sage Publications.

Fitri, N. L., Adha, C., & Nasution, S. F. (n.d.). *Pentingnya Penerapan Komunikasi Efektif Dalam Konteks Pendidikan*.

In'ami, M., & Karim, A. (2023). *Harmoni Masyarakat Pedesaan: Relasi Umat Beragama dan Kultur Damai*. Zahir Publishing. <https://books.google.co.id/books?id=ZSfeEAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id>

- Kamaluddin, K. (2015). Mengenal mad'u dalam perspektif teologis, sosiologis, antropologis, dan psikologis. *Studi Multidisipliner: Jurnal Kajian Keislaman*, 2(1).
- Maharani, S., & Bernard, M. (2018). Analisis Hubungan Resiliensi Matematik Terhadap Kemampuan Pemecahan Masalah Siswa Pada Materi Lingkaran. *JPMI (Jurnal Pembelajaran Matematika Inovatif)*, 1(5), 819. <https://doi.org/10.22460/jpmi.v1i5.p819-826>
- Masruroh, L. (2022). *PENGANTAR TEORI KOMUNIKASI DAKWAH (Edisi Revisi)*. scopindo media pustaka. https://books.google.co.id/books/about/PENGANTAR_TEORI_KOMUNIKASI_DAKWAH_Edisi.html?id=hJdpEAAAQBAJ&redir_esc=y
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (Edition 3). Sage.
- Mustawi, & Mahmuddin. (2025). *STRATEGI DAKWAH INTERAKTIF MELALUI MEDIA SOSIAL*.
- Praselanova, R., & Qurny, Q. A. (2025). Optimalisasi Media Sosial sebagai Sarana Dakwah Interaktif di Ma'had Aly Ilmu Yaqin Makassar. *Ilhami: Jurnal Ilmu Dan Dakwah Multidisiplin*, 1(01), 9–17. <https://doi.org/10.38073/ilhami.v1i01.2506>
- Putri, F. R., Ilham, B., & Lasri Muharami. (2024). Interaksi Dai dan Mad'u dalam Pengajian Arisan Qolbu di Kabupaten Agam. *Al-Jamahiria : Jurnal Komunikasi Dan Dakwah Islam*, 2(2), 174–185. <https://doi.org/10.30983/al-jamahiria.v2i2.8866>
- Rachman, R. F. (2018). Dakwah Intraktif Kultural Emha Ainun Nadjib. *Jurnal Spektrum Komunikasi*, 6(2), 1–9. <https://doi.org/10.37826/spektrum.v6i2.35>
- Rachmat, R., Mujahidin, E., Tamam, A. M., & Alim, A. (2022). Waktu-waktu efektif belajar menurut para ulama dan santri. *Ta'dibuna: Jurnal Pendidikan Islam*, 11(1), 52. <https://doi.org/10.32832/tadibuna.v11i1.6011>
- Rahmatullah, R. (2016). Analisis Penerapan Metode Dakwah Berdasarkan Karakteristik Mad'u dalam Aktivitas Dakwah. *Jurnal Mimbar: Media Intelektual Muslim Dan Bimbingan Rohani*, 2(1), 55–71. <https://doi.org/10.47435/mimbar.v2i1.286>
- Ramadhani, P. (2024). Innovative Strategies in Overcoming Da'wah Problems in Bukittinggi City: An Analysis of Dai, Mad'u, and Maudhu': Strategi Inovatif dalam Mengatasi Problematika Dakwah di Kota Bukittinggi: Analisis Terhadap Dai,

Mad'u, dan Maudhu'. *Al-Jamahiria : Jurnal Komunikasi Dan Dakwah Islam*, 2(1), 97–109. <https://doi.org/10.30983/al-jamahiria.v2i1.8505>

Safitri, N. (2023). METODE DAKWAH BAGI MASYARAKAT PEDESAAN. *Jurnal Bimbingan Penyuluhan Islam*, 5(1). <https://e-journal.metrouniv.ac.id/JBPI/article/view/6583>

Satrio, R., & Setiawan, E. (2020). Hubungan antara Personal Branding Ustadz Evie Effendi dengan Minat Mendengarkan Dakwah Majelis Tatto Indonesia. *Prosiding Hubungan Masyarakat ISSN•academia.edu*, 6(1), 6510.