

# EFEKTIVITAS KOMUNIKASI DAKWAH USTADZ MARJUAN DALAM PENGUATAN MAJELIS TAKLIM: STUDI KUALITATIF DI KOTA MUARA TEWEH

**Akhmad Rizaldy Noor, Armiah, S.IP, M.Si,  
Najla Amaly, S.Ikom., M.Med.Kom**

*Komunikasi dan Penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin*

---

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji efektivitas komunikasi dakwah yang diterapkan oleh Ustadz Marjuan dalam berbagai majelis taklim di Kota Muara Teweh. Dalam konteks dakwah Islam, komunikasi memegang peran fundamental sebagai sarana penyampaian pesan keagamaan kepada masyarakat. Studi ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Ustadz Marjuan memanfaatkan metode komunikasi verbal dan nonverbal yang disesuaikan dengan karakteristik jamaahnya, serta memanfaatkan berbagai media dakwah seperti ceramah langsung dan kegiatan sosial keagamaan. Komunikasi yang dilakukan tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga persuasif dan inspiratif, sehingga mampu membangun kedekatan emosional dan meningkatkan partisipasi jamaah dalam kegiatan keagamaan. Kajian ini memberikan kontribusi terhadap pemahaman strategi dakwah interpersonal dalam konteks lokal, sekaligus menggarisbawahi pentingnya adaptasi pesan dakwah terhadap latar belakang audiens.

**Kata Kunci:** Komunikasi Dakwah, Ustadz Marjuan, Majelis Taklim, Muara Teweh, Dakwah Islam

---

## **Pendahuluan**

### **A. Latar Belakang**

Komunikasi merupakan aspek yang tak terpisahkan dalam kehidupan manusia, terlebih dalam konteks kehidupan sosial keagamaan. Sebagai makhluk sosial, manusia senantiasa terlibat dalam proses pertukaran informasi, gagasan, nilai, dan norma yang membentuk cara berpikir dan bertindak. Dalam perspektif Islam, komunikasi memiliki peran yang sangat penting sebagai medium untuk menyampaikan ajaran-ajaran agama, baik dalam bentuk perintah, larangan, maupun anjuran menuju kebaikan. Proses penyampaian ajaran ini dikenal sebagai dakwah, yang secara esensial merupakan aktivitas komunikasi yang mengandung pesan-pesan keislaman dengan tujuan membawa perubahan perilaku ke arah yang lebih baik, sebagaimana yang dikehendaki oleh Al-Qur'an dan Hadis.

Dalam sejarah peradaban Islam, dakwah telah menjadi tulang punggung penyebaran ajaran Islam. Nabi Muhammad SAW merupakan figur sentral yang memperlihatkan betapa komunikasi dakwah memainkan peran vital dalam proses transformasi sosial, spiritual, dan budaya masyarakat Arab jahiliyah menjadi masyarakat yang bertauhid dan ber peradaban. Rasulullah menggunakan berbagai pendekatan dakwah, baik secara lisan, tulisan, maupun tindakan nyata (dakwah bil hal), yang dilakukan dengan hikmah, mau'idhah hasanah, dan mujaadalah yang bijaksana sebagaimana diamanahkan dalam QS. An-Nahl [16]: 125.

Di era kontemporer, keberlanjutan dakwah tidak hanya bergantung pada penyampaian isi pesan, tetapi juga pada keefektifan strategi komunikasi yang digunakan oleh para dai. Setiap pendakwah dituntut untuk memiliki kemampuan adaptasi dalam menyesuaikan gaya komunikasi mereka terhadap karakteristik audien, konteks sosial budaya, dan perkembangan media komunikasi yang ada. Dalam konteks inilah, kajian terhadap praktik komunikasi dakwah menjadi penting untuk memastikan bahwa proses dakwah berjalan secara efektif dan mampu menjawab tantangan-tantangan dakwah masa kini.

Kota Muara Teweh, sebagai salah satu pusat kegiatan keagamaan di Kabupaten Barito Utara, Kalimantan Tengah, memiliki tradisi keislaman yang cukup kuat, khususnya dalam penyelenggaraan majelis taklim sebagai wadah pembinaan keagamaan masyarakat. Majelis taklim di daerah ini berkembang secara dinamis dan menjadi bagian dari kehidupan spiritual masyarakat setempat. Dalam lingkungan ini, hadir seorang tokoh dai yang cukup dikenal, yaitu Ustadz Marjuan. Beliau aktif berdakwah melalui

berbagai forum majelis taklim yang tersebar di sejumlah masjid dan langgar di Kota Muara Teweh. Ceramah dan bimbingan yang beliau sampaikan kerap menghadirkan suasana religius yang membumi, akrab dengan keseharian jamaah, serta mendorong perubahan sikap keagamaan yang lebih positif.

Keunikan dari gaya dakwah Ustadz Marjuan tidak hanya terletak pada materi ceramah yang disampaikan, tetapi juga pada pendekatan komunikatif yang digunakan. Beliau memadukan antara komunikasi verbal yang lugas, komunikasi nonverbal yang ekspresif, serta penggunaan simbol-simbol religius dan kultural yang relevan dengan konteks lokal. Kombinasi ini menjadikan dakwah beliau diterima dengan baik oleh masyarakat, serta mampu membangun ikatan spiritual dan emosional antara dai dan jamaah. Fenomena ini menarik untuk dikaji lebih dalam dalam rangka memahami bagaimana strategi komunikasi dakwah dapat berkontribusi terhadap keberhasilan penyampaian pesan-pesan agama dalam konteks majelis taklim.

Dengan demikian, penelitian ini penting dilakukan sebagai upaya untuk mengungkap pola komunikasi dakwah yang dilakukan oleh Ustadz Marjuan serta faktor-faktor yang memengaruhi efektivitasnya. Penelitian ini juga dapat memperkaya khazanah keilmuan dalam bidang komunikasi dakwah, khususnya yang berkaitan dengan pendekatan interpersonal dan komunitarian dalam konteks lokal masyarakat Indonesia. Selain itu, kajian ini diharapkan dapat menjadi referensi praktis bagi para dai, pendidik agama, dan aktivis keislaman dalam mengembangkan metode komunikasi dakwah yang relevan, inklusif, dan berdampak.

## B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat dirumuskan pertanyaan utama dalam penelitian ini sebagai berikut:

Bagaimana bentuk dan strategi komunikasi dakwah yang diterapkan oleh Ustadz Marjuan dalam majelis taklim di Kota Muara Teweh?

Pertanyaan ini akan dijabarkan dalam pertanyaan-pertanyaan turunan, seperti:

1. Apa saja metode komunikasi dakwah yang digunakan oleh Ustadz Marjuan?
2. Bagaimana media dakwah yang dimanfaatkan dalam kegiatan majelis taklim tersebut?
3. Apa respons jamaah terhadap pola komunikasi yang diterapkan oleh Ustadz Marjuan?

Dengan merumuskan pertanyaan-pertanyaan tersebut, penelitian ini diarahkan untuk menjawab secara spesifik dimensi-dimensi komunikasi dakwah yang relevan

dalam kegiatan majelis taklim sebagai ruang pembinaan keagamaan masyarakat.

### C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mendeskripsikan pola komunikasi dakwah yang diterapkan oleh Ustadz Marjuan dalam kegiatan majelis taklim di Kota Muara Teweh.
2. Menganalisis strategi dan media komunikasi yang digunakan dalam proses dakwah tersebut.
3. Mengidentifikasi dampak atau efek dari komunikasi dakwah terhadap pemahaman keagamaan dan partisipasi jamaah dalam majelis taklim.

Dengan kata lain, penelitian ini ingin mengetahui secara menyeluruh bagaimana praktik komunikasi dakwah yang dilakukan oleh Ustadz Marjuan membentuk hubungan yang produktif antara dai dan mad'u dalam ruang keagamaan masyarakat lokal.

### D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dari sisi akademik, praktis, dan sosial-kultural, sebagai berikut:

#### 1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur dalam bidang ilmu komunikasi dakwah, khususnya dalam pendekatan kualitatif yang menyoroti aspek komunikasi interpersonal dalam konteks lokal. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menjadi bahan referensi bagi mahasiswa dan peneliti yang tertarik pada kajian komunikasi Islam dan pengembangan dakwah komunitas.

#### 2. Manfaat Praktis

Bagi para dai dan pelaku dakwah, penelitian ini dapat memberikan gambaran tentang pentingnya strategi komunikasi yang kontekstual, komunikatif, dan partisipatif dalam kegiatan dakwah. Hal ini menjadi acuan dalam merancang metode dakwah yang lebih efektif dan sesuai dengan karakteristik jamaah.

#### 3. Manfaat Sosial

Bagi masyarakat umum, khususnya jamaah majelis taklim, penelitian ini dapat meningkatkan pemahaman tentang pentingnya komunikasi dalam dakwah serta mendorong keterlibatan aktif dalam kegiatan keagamaan. Selain itu, studi ini juga dapat memberikan kontribusi terhadap penguatan nilai-nilai Islam yang moderat dan inklusif dalam kehidupan sosial.

### E. Ruang Lingkup Permasalahan

Agar kajian dalam penelitian ini tidak meluas ke aspek-aspek yang berada di luar

fokus utama, maka ruang lingkup permasalahan dibatasi pada kajian mengenai komunikasi dakwah yang dilakukan oleh Ustadz Marjuan di beberapa majelis taklim di Kota Muara Teweh. Penelitian ini tidak menelaah isi atau doktrin keagamaan yang disampaikan secara mendalam, tetapi lebih menekankan pada aspek komunikatif, seperti gaya bahasa, media yang digunakan, respons jamaah, dan konteks sosial yang membentuk dinamika dakwah tersebut.

Penelitian juga membatasi objek kajian pada interaksi dakwah Ustadz Marjuan di forum majelis taklim, bukan pada ceramah di luar itu seperti khutbah Jumat, pengajian akbar, atau siaran digital. Dengan pembatasan ini, diharapkan data yang diperoleh dapat difokuskan secara mendalam pada fenomena komunikasi dalam ruang yang khas, yaitu majelis taklim sebagai institusi sosial keagamaan berbasis komunitas.

#### F. Definisi Operasional

Untuk menghindari kesalahpahaman dan memperjelas arah penelitian, maka digunakan definisi operasional terhadap istilah-istilah kunci dalam penelitian ini:

##### 1. Komunikasi Dakwah

Yang dimaksud dengan komunikasi dakwah dalam penelitian ini adalah proses penyampaian pesan-pesan keislaman oleh Ustadz Marjuan kepada jamaah majelis taklim secara langsung, baik secara lisan maupun nonverbal, dengan tujuan membina pemahaman keagamaan, meningkatkan kesadaran spiritual, serta menanamkan nilai-nilai Islam yang relevan dengan kehidupan sehari-hari. Komunikasi ini mencakup interaksi dua arah antara dai dan jamaah, serta penggunaan strategi dan media tertentu dalam menyampaikan pesan dakwah.

##### 2. Majelis Taklim di Kota Muara Teweh

Merujuk pada kelompok pengajian rutin yang dipimpin oleh Ustadz Marjuan di berbagai lokasi di Kota Muara Teweh, seperti Masjid Miftahul Jannah, Masjid Al-Huda, Langgar Nida'ul Khair, dan beberapa lokasi lainnya. Majelis taklim ini bersifat terbuka bagi masyarakat umum, terdiri dari jamaah laki-laki dan perempuan dari berbagai latar belakang usia dan pekerjaan. Penelitian memfokuskan pada majelis yang memiliki intensitas kegiatan reguler dan interaksi yang cukup antara dai dan jamaah.

#### G. Signifikansi Penelitian

Penelitian ini memiliki signifikansi yang cukup penting dalam konteks komunikasi Islam, khususnya di tingkat lokal. Pertama, penelitian ini dapat memperlihatkan bagaimana seorang dai mampu mengelola komunikasi dakwah yang efektif dalam lingkungan sosial yang plural dan dinamis. Kedua, dari sisi keilmuan, kajian ini mengisi

kekosongan literatur mengenai komunikasi dakwah berbasis komunitas di daerah-daerah yang kurang terekspos secara nasional, seperti Kota Muara Teweh. Ketiga, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam pengembangan program pembinaan keagamaan yang bersifat kontekstual dan berbasis pada pendekatan komunikasi interpersonal.

Dalam konteks sosiologis, keberadaan majelis taklim memiliki posisi yang sangat penting sebagai pusat pembelajaran agama Islam yang bersifat nonformal namun memiliki daya jangkau dan pengaruh yang luas dalam masyarakat. Majelis taklim bukan hanya menjadi ruang untuk menyampaikan ilmu agama, tetapi juga berfungsi sebagai media sosial untuk mempererat ukhuwah Islamiyah, menguatkan solidaritas, serta menjadi ajang internalisasi nilai-nilai keislaman secara kultural. Keberhasilan sebuah majelis taklim dalam menyampaikan pesan-pesan keislaman, salah satunya ditentukan oleh kompetensi komunikasi dai dalam menyampaikan materi dakwah.

Fenomena komunikasi dakwah dalam majelis taklim juga tidak bisa dilepaskan dari kompleksitas interaksi antara penyampai pesan (dai) dan penerima pesan (jamaah). Interaksi ini dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti tingkat pendidikan, usia, pengalaman keagamaan, hingga kondisi sosial ekonomi jamaah. Oleh karena itu, efektivitas komunikasi dakwah sangat bergantung pada kemampuan dai dalam membangun pendekatan komunikatif yang adaptif terhadap karakteristik audien. Di sinilah pentingnya memahami strategi dan pola komunikasi yang digunakan, sebagaimana yang tercermin dalam dakwah Ustadz Marjuan di Kota Muara Teweh.

Dengan adanya kajian ini, peneliti berharap dapat memperlihatkan bagaimana proses komunikasi dakwah tidak bersifat statis dan seragam, melainkan dinamis dan kontekstual. Hal ini penting untuk dipahami, karena dalam menghadapi tantangan dakwah masa kini yang kian kompleks—baik dari segi perkembangan teknologi informasi maupun keragaman pemahaman keislaman—dibutuhkan model komunikasi dakwah yang mampu menjangkau kebutuhan spiritual masyarakat secara lebih inklusif dan dialogis.

Di tengah era digital yang mempercepat arus informasi dan memperluas akses masyarakat terhadap berbagai wacana keagamaan, kehadiran sosok dai lokal seperti Ustadz Marjuan tetap menjadi pilar penting dalam membimbing umat secara langsung. Hal ini membuktikan bahwa komunikasi dakwah tatap muka masih memiliki relevansi tinggi, terutama dalam menjaga otentisitas pesan dan menciptakan kedekatan emosional. Pendekatan personal yang dilakukan melalui majelis taklim mencerminkan

praktik dakwah yang membumi, sesuai konteks sosial, dan mampu menjawab kebutuhan spiritual masyarakat secara nyata dan berkelanjutan.

### **Tinjauan Pustaka**

#### **A. Kajian Teori**

##### **1. Teori Komunikasi dalam Dakwah**

Dalam konteks komunikasi dakwah, pemahaman terhadap teori komunikasi sangatlah penting karena dakwah sendiri merupakan bentuk komunikasi yang khas dan bertujuan. Salah satu teori dasar yang sering digunakan untuk menganalisis komunikasi adalah Model Komunikasi Lasswell, yang menguraikan proses komunikasi menjadi lima unsur: Who says what in which channel to whom with what effect (Lasswell, 1948). Dalam perspektif dakwah, model ini bisa diterjemahkan sebagai berikut: siapa yang menyampaikan pesan dakwah, apa isi pesannya, melalui media apa pesan tersebut disampaikan, kepada siapa pesan itu ditujukan, dan dampak apa yang dihasilkan dari proses dakwah tersebut.

Pendekatan ini menjadi penting karena komunikasi dakwah bukan sekadar penyampaian informasi keagamaan, tetapi bertujuan mempengaruhi, mengubah, dan membina perilaku keagamaan masyarakat. Komunikator dakwah (dai) tidak hanya dituntut memahami pesan, tetapi juga memahami audiens serta kondisi sosial budaya tempat dakwah berlangsung (Aziz, 2019). Dengan demikian, keberhasilan komunikasi dakwah sangat ditentukan oleh kemampuan komunikator dalam menyesuaikan pesan dengan konteks dan karakteristik mad'u (objek dakwah).

Di sisi lain, teori Uses and Gratifications (Katz, Blumler, & Gurevitch, 1973) juga dapat diadaptasi untuk memahami bagaimana jamaah atau audiens majelis taklim memanfaatkan kegiatan dakwah untuk memenuhi kebutuhan spiritual, sosial, maupun kognitif mereka. Dalam konteks majelis taklim Ustadz Marjuan, jamaah bukanlah objek pasif, melainkan subjek aktif yang memiliki motivasi untuk hadir dan mendapatkan nilai-nilai tertentu dari proses dakwah tersebut.

##### **2. Komunikasi Dakwah sebagai Praktik Sosial**

Komunikasi dakwah bukan hanya persoalan menyampaikan ajaran Islam secara normatif, tetapi juga praktik sosial yang melibatkan dinamika hubungan antara dai dan mad'u. Dalam hal ini, komunikasi dakwah harus mampu menyesuaikan diri dengan konteks sosiokultural, ekonomi, dan psikologis dari audiens. Teori komunikasi interaksional atau transactional communication model menggambarkan bahwa proses komunikasi adalah hubungan dua arah yang dinamis antara pengirim dan penerima

pesan, yang saling memberi umpan balik dan membentuk makna bersama dalam konteks tertentu (Mulyana, 2016).

Ustadz Marjuan, sebagai seorang komunikator dakwah di lingkungan masyarakat lokal Muara Teweh, berperan tidak hanya sebagai penyampai pesan keagamaan, tetapi juga sebagai fasilitator spiritual, motivator sosial, dan bahkan kadang sebagai mediator dalam menyelesaikan persoalan kehidupan sehari-hari masyarakat. Hal ini menegaskan bahwa komunikasi dakwah bersifat dialogis, partisipatoris, dan harus mampu menyesuaikan diri dengan realitas kehidupan jamaah.

Lebih lanjut, dalam konteks komunikasi dakwah interpersonal, efektivitas tidak hanya diukur dari kepatuhan jamaah terhadap isi ceramah, tetapi juga dari seberapa jauh terjadi perubahan pemahaman, sikap, dan perilaku yang selaras dengan pesan-pesan Islam. Oleh karena itu, dibutuhkan keterampilan komunikasi interpersonal yang meliputi empati, kecakapan mendengar aktif, kemampuan membaca bahasa tubuh, serta kemampuan merespons secara tepat dan santun. Semua elemen ini berkontribusi dalam membangun kedekatan emosional antara dai dan jamaah, sebagaimana yang diperlihatkan oleh Ustadz Marjuan dalam aktivitas majelis taklimnya.

### 3. Majelis Taklim sebagai Media Dakwah Komunitas

Majelis taklim merupakan salah satu bentuk kelembagaan keagamaan informal yang memiliki peran signifikan dalam membentuk religiositas masyarakat. Menurut Azyumardi Azra (2004), majelis taklim menjadi simpul penting dalam pendidikan Islam nonformal yang hidup di tengah masyarakat dan berakar kuat dalam tradisi sosial keislaman di Indonesia. Sebagai forum pembelajaran keagamaan yang terbuka bagi masyarakat umum, terutama ibu rumah tangga dan masyarakat awam, majelis taklim memiliki posisi strategis dalam proses transformasi sosial dan spiritual masyarakat.

Dalam perspektif komunikasi, majelis taklim dapat dipandang sebagai ruang publik religius (religious public sphere) di mana terjadi proses penyampaian, pertukaran, dan pemaknaan ulang terhadap pesan-pesan agama. Ciri khas majelis taklim adalah adanya kedekatan emosional dan keterikatan komunitas antara penceramah (dai) dan jamaah. Hal ini menciptakan komunikasi yang lebih cair, dialogis, dan memungkinkan terjadinya internalisasi nilai-nilai keagamaan secara lebih mendalam.

Dalam penelitian sebelumnya, Syarifudin (2020) menemukan bahwa efektivitas komunikasi dakwah dalam majelis taklim sangat ditentukan oleh kemampuan dai membangun hubungan interpersonal yang harmonis dengan jamaah. Pendekatan yang persuasif, santun, dan menyentuh aspek psikologis jamaah lebih banyak memberi dampak



dibandingkan pendekatan verbal semata. Hal ini diperkuat oleh studi dari Kartika & Mulyadi (2018) yang menyatakan bahwa komunikasi dakwah yang mengandung unsur emosional, kultural, dan edukatif memiliki peluang lebih besar untuk diterima dan diinternalisasi oleh audien.

Dalam konteks Ustadz Marjuan, majelis taklim yang dipimpinnya menjadi pusat konsolidasi dakwah komunitas. Dakwah beliau bukan hanya terfokus pada aspek teologis, tetapi juga mencakup isu-isu sosial, seperti pendidikan anak, kehidupan rumah tangga, ekonomi keluarga, bahkan masalah sosial kemasyarakatan lainnya. Pendekatan ini sejalan dengan konsep dakwah holistik yang menempatkan ajaran Islam sebagai solusi atas berbagai permasalahan kehidupan manusia.

#### 4. Pendekatan Strategis dalam Komunikasi Dakwah

Komunikasi dakwah yang efektif memerlukan strategi yang tidak hanya menyentuh sisi intelektual jamaah, tetapi juga sisi emosional dan spiritual. Dalam literatur komunikasi dakwah, terdapat beberapa pendekatan strategis yang kerap digunakan oleh para dai untuk mencapai keberhasilan dakwah. Salah satunya adalah pendekatan hikmah dan mau'izhah hasanah, sebagaimana termaktub dalam Al-Qur'an surah An-Nahl [16]: 125 yang berbunyi:

“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik, dan bantahlah mereka dengan cara yang baik.”

Ayat tersebut mengandung prinsip-prinsip fundamental dalam dakwah Islam: penyampaian pesan yang bijaksana (hikmah), pemberian nasihat dengan cara yang baik dan menyentuh hati (mau'izhah hasanah), serta argumentasi yang santun dan konstruktif (mujadalah bi al-lati hiya ahsan). Ketiga prinsip ini memiliki implikasi langsung terhadap pendekatan komunikasi yang digunakan dalam dakwah, khususnya di ruang-ruang seperti majelis taklim.

Menurut Quraish Shihab (2007), hikmah bukan sekadar kecerdasan intelektual, tetapi lebih kepada kemampuan memahami konteks dan menyampaikan pesan dengan cara yang paling tepat sesuai dengan situasi dan kondisi jamaah. Maka, seorang dai harus cakap secara kontekstual, memahami keadaan sosial dan psikologis audiennya, serta mampu menyesuaikan materi dakwah agar relevan dan tidak terasa menggurui.

Dalam praktiknya, Ustadz Marjuan memperlihatkan kecenderungan menggunakan pendekatan ini. Ia sering memulai ceramah dengan menyampaikan realitas sosial masyarakat setempat, lalu mengaitkannya dengan nilai-nilai Islam, dan diakhiri dengan ajakan untuk refleksi dan perubahan perilaku. Gaya penyampaian yang bersahaja,

pemilihan bahasa yang komunikatif, dan penggunaan ilustrasi yang dekat dengan kehidupan sehari-hari menjadikan komunikasi dakwah beliau tidak hanya informatif, tetapi juga transformatif.

Selain itu, strategi dakwah juga dapat melibatkan media-media alternatif seperti tulisan, media visual, atau bahkan media sosial. Namun dalam konteks majelis taklim tradisional, kekuatan utama masih terletak pada komunikasi lisan yang dilakukan secara langsung dan berulang-ulang. Repetisi dalam penyampaian dakwah, menurut Abu Daud dan At-Tirmidzi dalam kitab hadits mereka, merupakan metode efektif dalam mendalami pemahaman dan menguatkan pesan dalam ingatan jamaah.

#### 5. Faktor Penentu Efektivitas Komunikasi Dakwah

Banyak faktor yang memengaruhi efektivitas komunikasi dakwah, baik dari sisi komunikator, pesan, media, maupun audiens. Menurut Asep Syamsul M. Romli (2013), terdapat beberapa indikator efektivitas komunikasi dakwah yang meliputi:

1. Kredibilitas dai, baik dari sisi keilmuan, akhlak, maupun konsistensi antara ucapan dan tindakan.
2. Relevansi pesan, yaitu kesesuaian isi dakwah dengan kebutuhan dan kondisi sosial audiens.
3. Kejelasan bahasa, penggunaan bahasa yang mudah dipahami oleh jamaah dari berbagai latar belakang.
4. Keterlibatan emosional, yaitu kemampuan dai membangun ikatan batin dengan jamaah melalui empati dan perhatian personal.
5. Umpan balik (feedback), baik dalam bentuk respons verbal, pertanyaan, maupun perubahan perilaku jamaah.

Dalam konteks ini, Ustadz Marjuan dikenal sebagai sosok dai yang dekat dengan jamaahnya. Ia tidak hanya berbicara dari atas mimbar, tetapi juga terlibat aktif dalam kehidupan sosial jamaah, seperti menghadiri acara keagamaan, memberikan bantuan sosial, dan menjadi tempat bertanya dalam berbagai persoalan. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi dakwah yang dilakukan tidak berhenti pada tahap penyampaian pesan, tetapi terus berlangsung dalam hubungan sosial yang berkelanjutan. Dengan demikian, efektivitas komunikasi dakwah sangat ditentukan oleh integrasi antara kepribadian dai, strategi komunikasi yang digunakan, serta sensitivitas terhadap kebutuhan dan dinamika sosial jamaah yang dihadapi.

## Metodologi

#### A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, yaitu pendekatan yang menekankan pada pemahaman mendalam terhadap fenomena komunikasi dakwah yang dilakukan oleh Ustadz Marjuan dalam konteks majelis taklim di Kota Muara Teweh. Pendekatan kualitatif digunakan karena objek penelitian ini berkaitan dengan realitas sosial, simbolik, dan makna yang tidak dapat diukur secara kuantitatif. Penelitian ini tidak berfokus pada angka atau statistik, melainkan pada proses interaksi, makna komunikasi, serta respons emosional dan spiritual yang terjadi dalam praktik dakwah secara alami dan kontekstual.

Menurut Bogdan dan Taylor (1975), pendekatan kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Pendekatan ini cocok digunakan dalam penelitian komunikasi interpersonal, khususnya dalam konteks keagamaan, karena memungkinkan peneliti untuk menggali pengalaman subjektif para pelaku komunikasi dalam konteks tertentu.

Jenis penelitian ini adalah studi lapangan (field research) dengan model studi kasus tunggal. Studi kasus dipilih karena penelitian ini berfokus pada satu objek atau entitas yang diteliti secara mendalam, yaitu praktik komunikasi dakwah oleh satu tokoh (Ustadz Marjuan) dalam lingkup kegiatan majelis taklim tertentu. Dengan pendekatan studi kasus, peneliti dapat mengungkap dinamika sosial, strategi komunikasi, dan konteks sosiokultural yang melatarbelakangi efektivitas dakwah yang dilakukan oleh subjek penelitian.

#### B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Muara Teweh, Kabupaten Barito Utara, Kalimantan Tengah. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada aktivitas dakwah yang konsisten dilakukan oleh Ustadz Marjuan di beberapa majelis taklim yang tersebar di wilayah tersebut. Majelis taklim yang menjadi fokus dalam penelitian ini antara lain di Masjid Miftahul Jannah, Masjid Al-Huda, Langgar Nida'ul Khair, dan beberapa tempat pengajian lainnya yang aktif dalam pembinaan keagamaan masyarakat.

Waktu pelaksanaan penelitian dilakukan selama dua bulan, yakni pada Januari hingga Februari 2023. Waktu ini dipilih dengan mempertimbangkan jadwal pengajian rutin Ustadz Marjuan yang umumnya berlangsung secara mingguan. Selama kurun waktu tersebut, peneliti melakukan serangkaian observasi dan wawancara mendalam terhadap kegiatan dakwah yang dilakukan oleh subjek penelitian.

#### C. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah Ustadz Marjuan, seorang dai lokal yang aktif melakukan dakwah di Kota Muara Teweh. Pemilihan subjek didasarkan pada popularitas dan

konsistensinya dalam mengelola berbagai majelis taklim serta pengaruhnya dalam membentuk pemahaman dan perilaku keagamaan masyarakat.

Objek penelitian ini adalah pola dan strategi komunikasi dakwah yang diterapkan oleh Ustadz Marjuan dalam majelis taklim. Objek ini meliputi gaya komunikasi, metode penyampaian pesan, interaksi verbal dan nonverbal, serta respon jamaah terhadap materi dan cara penyampaian dakwah.

#### D. Sumber dan Jenis Data

Data dalam penelitian ini dikategorikan menjadi dua jenis, yaitu:

##### 1. Data Primer

Data primer diperoleh langsung dari pengamatan dan wawancara yang dilakukan terhadap Ustadz Marjuan dan beberapa jamaah yang aktif mengikuti majelis taklim. Data ini mencakup interaksi dakwah, strategi komunikasi, isi ceramah, serta tanggapan atau persepsi jamaah.

##### 2. Data Sekunder

Data sekunder diperoleh dari dokumen, literatur, artikel ilmiah, dan sumber tertulis lainnya yang mendukung analisis, termasuk teori-teori komunikasi, konsep dakwah, dan kajian tentang majelis taklim. Beberapa data pendukung juga diperoleh dari dokumentasi kegiatan majelis, catatan pengajian, dan arsip digital.

#### E. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang valid dan dapat dipertanggungjawabkan, peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data berikut:

##### 1. Observasi Partisipatif

Observasi dilakukan secara langsung oleh peneliti dengan menghadiri beberapa majelis taklim yang dipimpin oleh Ustadz Marjuan. Peneliti berperan sebagai pengamat non-intervensif, artinya tidak mengganggu jalannya kegiatan, tetapi mencatat proses komunikasi dakwah yang berlangsung. Hal-hal yang diamati meliputi:

- Gaya penyampaian materi dakwah.
- Bahasa tubuh dan ekspresi nonverbal dai.
- Interaksi dua arah antara dai dan jamaah.
- Respon spontan jamaah terhadap isi dakwah.

Observasi ini dilakukan secara sistematis dengan menggunakan lembar observasi yang telah disiapkan sebelumnya.

##### 2. Wawancara Mendalam

Peneliti melakukan wawancara mendalam (in-depth interview) dengan dua kelompok informan, yakni:

- Ustadz Marjuan sebagai narasumber utama. Wawancara ini menggali latar belakang beliau dalam berdakwah, strategi yang digunakan, alasan pemilihan metode tertentu, serta pengalamannya dalam menghadapi tantangan komunikasi dakwah.
- Jamaah majelis taklim yang terdiri dari berbagai kalangan, seperti ibu rumah tangga, remaja, dan warga senior. Wawancara ini bertujuan untuk mengetahui persepsi mereka terhadap gaya dakwah Ustadz Marjuan, efektivitas penyampaian pesan, serta dampaknya dalam kehidupan keagamaan mereka.

Teknik wawancara yang digunakan bersifat semi-terstruktur, agar peneliti dapat menggali informasi sesuai dengan fokus penelitian namun tetap memberi ruang bagi narasumber untuk berbicara leluasa.

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi digunakan untuk memperkuat data observasi dan wawancara. Dokumentasi yang dikumpulkan meliputi:

- Foto kegiatan pengajian.
- Video ceramah Ustadz Marjuan (jika tersedia).
- Catatan atau buku pengajian yang digunakan.
- Brosur atau jadwal majelis taklim.
- Transkrip wawancara.

Dokumen-dokumen ini berfungsi sebagai data pendukung dan bukti visual yang memperkaya analisis.

### F. Teknik Analisis Data

Setelah data terkumpul, langkah berikutnya adalah analisis data. Penelitian ini menggunakan model analisis data interaktif menurut Miles dan Huberman (1994) yang mencakup tiga tahap utama:

#### 1. Reduksi Data (Data Reduction)

Pada tahap ini, peneliti menyortir data berdasarkan relevansi dengan fokus penelitian. Data yang diperoleh dari observasi, wawancara, dan dokumentasi diseleksi, disusun, dan dikategorikan sesuai tema seperti strategi komunikasi, gaya dakwah, dan respon jamaah. Tujuannya adalah menyederhanakan data yang kompleks agar dapat dianalisis secara mendalam.

#### 2. Penyajian Data (Data Display)

Data yang telah direduksi disajikan dalam bentuk naratif dan tabel deskriptif, jika diperlukan. Penyajian ini memudahkan pembaca memahami hubungan antar konsep dan pola komunikasi dakwah yang ditemukan. Misalnya, data tentang cara Ustadz Marjuan memulai ceramah akan

disandingkan dengan tanggapan jamaah secara naratif.

### 3. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Peneliti kemudian menarik kesimpulan berdasarkan pola-pola yang muncul dari data yang dianalisis. Kesimpulan ini tidak bersifat final sebelum dilakukan verifikasi melalui triangulasi data, yaitu membandingkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk memastikan validitas dan konsistensinya. Jika ada inkonsistensi, peneliti akan melakukan klarifikasi ulang kepada informan terkait.

### G. Uji Keabsahan Data

Untuk memastikan validitas data, penelitian ini menggunakan empat kriteria yang diajukan oleh Lincoln dan Guba (1985), yaitu:

#### 1. Kredibilitas (Credibility)

Peneliti melakukan triangulasi sumber dan metode, yakni membandingkan data dari observasi, wawancara, dan dokumentasi. Selain itu, peneliti juga melakukan member check, yaitu mengonfirmasi kembali hasil wawancara kepada informan untuk memastikan keakuratan interpretasi.

#### 2. Transferabilitas (Transferability)

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan oleh pembaca untuk konteks dakwah yang serupa, terutama dalam komunitas keagamaan berbasis majelis taklim. Peneliti mendeskripsikan konteks penelitian secara rinci agar pembaca dapat menilai relevansi dengan konteks lain.

#### 3. Dependabilitas (Dependability)

Untuk menjamin konsistensi data, peneliti mendokumentasikan setiap tahapan proses penelitian secara sistematis dan transparan. Catatan lapangan, transkrip wawancara, dan proses reduksi data disusun sedemikian rupa agar dapat direplikasi oleh peneliti lain.

#### 4. Konfirmabilitas (Confirmability)

Peneliti berupaya menjaga objektivitas selama proses analisis data. Seluruh temuan disandarkan pada data yang sah, bukan opini pribadi peneliti. Dokumen pendukung juga dilampirkan sebagai bukti objektivitas analisis.

### H. Refleksi Metodologis

Selama proses penelitian, peneliti menyadari bahwa pendekatan kualitatif menuntut keterlibatan emosional dan intelektual yang tinggi. Dalam hal ini, membangun kedekatan dengan subjek dan partisipan menjadi hal yang krusial agar proses pengumpulan data berjalan dengan lancar. Peneliti tidak hanya bertindak sebagai pengamat, tetapi juga sebagai peserta yang mencoba memahami dinamika dakwah dari dalam. Pendekatan ini memerlukan

sensitivitas terhadap bahasa, simbol, dan gestur yang sering kali bersifat implisit dalam konteks dakwah.

Keterbatasan utama dalam penelitian ini terletak pada ruang lingkup yang sempit, yakni hanya pada satu tokoh dan komunitas dakwah tertentu. Namun, hal ini diimbangi dengan kedalaman data yang diperoleh melalui observasi langsung dan wawancara intensif. Oleh karena itu, hasil penelitian ini diharapkan memiliki validitas ekologis yang tinggi, meskipun tidak dapat digeneralisasi secara luas.

Penelitian ini juga menjadi refleksi akan pentingnya pendekatan komunikasi yang adaptif, humanis, dan kontekstual dalam dakwah Islam. Pemilihan metode kualitatif tidak hanya tepat dari segi teknis, tetapi juga secara filosofis mencerminkan semangat dakwah yang menghargai kemanusiaan dan dialog.

## **Hasil dan Pembahasan**

### **A. Gambaran Umum Lokasi dan Subjek Penelitian**

Kota Muara Teweh merupakan ibu kota Kabupaten Barito Utara di Provinsi Kalimantan Tengah, dengan karakter masyarakat yang religius dan memiliki tingkat partisipasi keagamaan yang tinggi. Dalam kehidupan sosial masyarakatnya, kegiatan pengajian atau majelis taklim merupakan tradisi yang terpelihara dengan baik dan berlangsung secara rutin di berbagai masjid dan langgar.

Ustadz Marjuan, sebagai subjek utama penelitian ini, adalah salah satu figur dai yang sangat aktif dan populer di kalangan masyarakat Kota Muara Teweh. Beliau dikenal karena kemampuan retorikanya yang kuat, pendekatan komunikatif yang bersahaja, serta gaya penyampaian dakwah yang menyentuh kehidupan sehari-hari masyarakat. Kegiatan dakwah beliau berlangsung di beberapa lokasi tetap, seperti Masjid Miftahul Jannah dan Langgar Nida'ul Khair, dengan jamaah yang berasal dari berbagai latar belakang: ibu rumah tangga, karyawan, pensiunan, pemuda, dan pelajar.

Majelis taklim yang diasuh oleh Ustadz Marjuan biasanya dilaksanakan pada malam hari setelah salat Magrib atau Isya. Materi yang disampaikan mencakup tafsir Al-Qur'an, hadits, fiqh ibadah, akhlak, serta nasihat-nasihat kehidupan. Suasana pengajian bersifat informal dan penuh kekeluargaan, yang memungkinkan terjadinya interaksi dua arah antara dai dan jamaah. Dalam beberapa kesempatan, jamaah juga diperkenankan bertanya atau berdiskusi langsung dengan beliau, bahkan di luar waktu pengajian formal.

## B. Pola Komunikasi Dakwah Ustadz Marjuan

Dalam kajian ini, ditemukan bahwa komunikasi dakwah Ustadz Marjuan menunjukkan karakteristik khas yang menggabungkan pendekatan interpersonal, penyampaian berbasis pengalaman, dan kemampuan adaptif terhadap kondisi sosial jamaah. Pola komunikasi yang digunakan dapat dijabarkan melalui tiga aspek utama: strategi komunikasi verbal, penggunaan komunikasi nonverbal, dan penciptaan suasana dakwah yang partisipatif.

### 1. Komunikasi Verbal: Bahasa yang Akrab dan Reflektif

Dari hasil observasi di lapangan, Ustadz Marjuan sering menggunakan gaya bahasa yang akrab dan sederhana. Pilihan katanya tidak banyak menggunakan istilah-istilah Arab atau teologis yang kompleks. Justru, beliau menyampaikan nilai-nilai agama melalui perumpamaan atau kisah nyata yang terjadi di sekitar masyarakat. Contohnya, saat membahas pentingnya salat berjamaah, beliau tidak serta-merta menyampaikan dalil-dalil secara tekstual, tetapi menceritakan bagaimana kebersamaan jamaah dapat mempererat hubungan antarwarga dan mengurangi konflik sosial di lingkungan tempat tinggal.

Gaya bahasa seperti ini sejalan dengan prinsip dakwah bil hikmah, yakni menyampaikan pesan dengan cara yang bijaksana dan mudah diterima oleh audiens. Menurut teori komunikasi persuasif, bahasa yang mudah dipahami dan disesuaikan dengan latar belakang audiens memiliki daya pengaruh yang lebih tinggi dibandingkan komunikasi satu arah yang kaku dan normatif. Dalam praktiknya, Ustadz Marjuan sering menyisipkan humor-humor ringan yang justru memperkuat atensi jamaah terhadap pesan dakwah yang disampaikan.

### 2. Komunikasi Nonverbal: Gestur, Ekspresi, dan Bahasa Tubuh

Salah satu keunggulan komunikasi dakwah Ustadz Marjuan terletak pada kemampuannya memadukan komunikasi verbal dan nonverbal. Saat menyampaikan materi, beliau menggunakan ekspresi wajah yang sesuai dengan isi pesan. Ketika membahas topik yang menyentuh persoalan moral atau dosa sosial, misalnya, ekspresi wajah beliau berubah menjadi serius, menunjukkan empati dan kesungguhan. Namun saat membahas persoalan keluarga, rumah tangga, atau hubungan sosial yang hangat, ekspresinya berubah menjadi lebih santai dan ramah.

Selain ekspresi wajah, gerakan tangan dan perubahan intonasi juga menjadi alat bantu komunikasi yang sangat efektif. Ketika ingin menegaskan suatu hal, beliau akan memperlambat tempo bicara, mengarahkan pandangan ke jamaah secara bergantian,



dan menganggukkan kepala untuk menandai pentingnya pesan yang baru disampaikan. Bahasa tubuh seperti ini, menurut Burgoon dan Guerrero (2013), dapat memperkuat intensitas pesan dan meningkatkan kredibilitas komunikator di mata audiens.

Dalam konteks dakwah, komunikasi nonverbal tidak hanya berfungsi sebagai pelengkap, tetapi juga sebagai penguat makna yang tidak selalu bisa diungkapkan dengan kata-kata. Dalam beberapa kesempatan, peneliti mencatat bahwa keheningan sejenak yang dilakukan Ustadz Marjuan usai menyampaikan nasihat tertentu memberikan ruang refleksi yang dalam bagi jamaah.

### 3. Interaksi Dua Arah dan Partisipasi Jamaah

Ciri lain dari pola komunikasi dakwah Ustadz Marjuan adalah terciptanya suasana interaktif dan terbuka. Meskipun majelis taklim dipimpin secara hierarkis dengan ustadz sebagai komunikator utama, tetapi beliau selalu memberi kesempatan kepada jamaah untuk menyampaikan tanggapan, pertanyaan, bahkan kritik. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi dakwah tidak dimaknai sebagai proses satu arah, melainkan dialogis dan partisipatif.

Sebagai contoh, dalam salah satu majelis taklim yang diamati, setelah menyampaikan materi tentang pentingnya menjaga lisan, Ustadz Marjuan bertanya kepada jamaah, “Apa kira-kira dosa lisan yang sering tanpa sadar kita lakukan di pasar?” Pertanyaan ini mendorong beberapa jamaah angkat tangan, memberikan contoh dari pengalaman pribadi mereka, yang kemudian dijadikan bahan diskusi bersama. Teknik seperti ini tidak hanya membangun kedekatan antara dai dan jamaah, tetapi juga menciptakan ruang belajar yang dinamis dan kontekstual.

Dalam komunikasi dakwah, partisipasi aktif dari audiens bukan hanya menandai keberhasilan komunikasi, tetapi juga menjadi indikator keterlibatan spiritual. Jamaah yang merasa didengar, dihargai, dan dilibatkan cenderung akan memiliki kedekatan emosional dengan dai, yang dalam jangka panjang akan memperkuat keberhasilan internalisasi nilai-nilai dakwah.

### 4. Konteks Sosial Budaya sebagai Pertimbangan Komunikatif

Keberhasilan komunikasi dakwah Ustadz Marjuan tidak bisa dilepaskan dari kemampuannya membaca konteks sosial budaya masyarakat Muara Teweh. Beliau memahami struktur sosial, adat istiadat, serta kecenderungan psikologis jamaahnya. Misalnya, dalam ceramahnya kepada jamaah lansia, beliau lebih banyak menggunakan bahasa daerah, metafora lokal, dan kisah hidup yang relevan dengan pengalaman

mereka.

Sementara itu, pada pengajian yang diikuti oleh anak-anak muda atau remaja, Ustadz Marjuan akan mengaitkan tema ceramah dengan isu-isu aktual seperti media sosial, pergaulan bebas, atau tantangan moral generasi digital. Penyesuaian semacam ini merupakan bagian dari prinsip kontekstualisasi dakwah, yaitu strategi dakwah yang mempertimbangkan variabel sosial sebagai bagian dari proses penyampaian pesan.

Kontekstualisasi ini didukung oleh teori komunikasi konvergensi, yang menekankan pentingnya penciptaan makna bersama antara komunikator dan komunikan. Dalam praktik dakwah, makna keislaman tidak hanya disampaikan secara tekstual, tetapi juga dinegosiasikan melalui contoh nyata yang relevan dan dekat dengan keseharian mad'u.

#### 5. Respons Jamaah terhadap Dakwah Ustadz Marjuan

Berdasarkan hasil wawancara dengan sejumlah jamaah dari berbagai usia dan latar belakang, diperoleh informasi bahwa mayoritas dari mereka merasa sangat terbantu oleh cara dakwah Ustadz Marjuan. Mereka mengaku lebih mudah memahami ajaran Islam karena disampaikan dengan bahasa yang mudah, tidak menghakimi, dan sering dikaitkan dengan persoalan hidup sehari-hari.

Beberapa jamaah menyatakan bahwa setelah mengikuti pengajian secara rutin, mereka merasa lebih termotivasi untuk memperbaiki ibadah, memperkuat hubungan sosial, dan lebih berhati-hati dalam berbicara. Ada pula yang mengatakan bahwa kehadiran Ustadz Marjuan memberi semangat baru dalam kehidupan rumah tangga mereka, terutama karena sering mendapatkan nasihat-nasihat yang membumi dan aplikatif.

Hal ini memperkuat teori efek komunikasi, di mana komunikasi yang efektif akan memunculkan perubahan pada aspek kognitif, afektif, dan psikomotorik penerima pesan. Dalam konteks ini, komunikasi dakwah yang dilakukan oleh Ustadz Marjuan telah menyentuh ketiga aspek tersebut: memberikan pemahaman baru, membangkitkan perasaan spiritual, dan mendorong perubahan perilaku ke arah yang lebih baik.

#### C. Dinamika Media dan Metode dalam Komunikasi Dakwah

Dalam pelaksanaan kegiatan dakwahnya, Ustadz Marjuan menerapkan berbagai metode komunikasi yang tidak hanya mengandalkan ceramah satu arah, tetapi juga pendekatan yang lebih fleksibel, seperti tanya-jawab, studi kasus, dan refleksi kelompok. Penggunaan metode yang bervariasi ini menyesuaikan dengan tipe audiens dan tema kajian yang dibawakan. Pada forum yang lebih didominasi oleh ibu-ibu

rumah tangga, misalnya, metode yang digunakan cenderung naratif dan aplikatif—banyak mengangkat cerita keseharian yang dapat dipetik hikmahnya secara langsung. Adapun media yang digunakan sebagian besar adalah media konvensional, yakni mikrofon, pengeras suara, dan kitab-kitab kuning klasik serta kitab tafsir. Ustadz Marjuan sangat jarang menggunakan media digital, karena sebagian besar jamaahnya berasal dari kalangan generasi tua yang belum terbiasa dengan teknologi informasi. Meski demikian, ada beberapa rekaman ceramah yang kemudian diunggah secara sukarela oleh jamaah ke platform media sosial seperti YouTube dan Facebook. Ini menunjukkan bahwa komunikasi dakwah tetap dapat menjangkau ruang digital meskipun tidak dirancang secara eksplisit oleh sang dai.

Jika dibandingkan dengan dai-dai muda di kota besar yang mengandalkan Instagram, TikTok, dan podcast sebagai sarana dakwah, pendekatan Ustadz Marjuan lebih tradisional dan berorientasi komunitas (community-based). Namun pendekatan ini justru memiliki nilai autentisitas yang tinggi karena interaksi yang terjadi berlangsung secara langsung, penuh makna, dan berkelanjutan. Menurut McQuail (2010), komunikasi tatap muka memiliki efek afektif yang lebih besar dibandingkan komunikasi bermediakan teknologi karena menghadirkan keintiman emosional yang lebih kuat.

#### D. Dimensi Spiritualitas dan Pembentukan Identitas Jamaah

Salah satu hasil penting dari penelitian ini adalah ditemukannya dimensi spiritualitas yang berkembang secara bertahap dalam diri jamaah. Para jamaah yang mengikuti pengajian secara rutin menunjukkan peningkatan dalam praktik keagamaan seperti salat berjamaah, puasa sunnah, dan kepedulian sosial. Hal ini membuktikan bahwa komunikasi dakwah bukan hanya memengaruhi pola pikir (kognisi), tetapi juga membentuk kesadaran dan identitas religius dalam diri individu maupun komunitas.

Dalam komunikasi dakwah Ustadz Marjuan, sering kali ditekankan bahwa menjadi Muslim yang baik tidak hanya ditandai dengan banyaknya hafalan atau teori keagamaan, tetapi juga oleh perilaku sosial yang baik: jujur, bertanggung jawab, menyayangi keluarga, dan tidak merugikan orang lain. Penekanan pada aspek moral dan etika ini menjadikan dakwah beliau relevan dengan konteks masyarakat yang mulai jenuh dengan pendekatan dakwah yang terlalu legalistik dan normatif.

Hasil wawancara dengan jamaah menunjukkan bahwa banyak dari mereka merasa lebih percaya diri dalam menjalankan nilai-nilai Islam secara sosial karena mendapat

dorongan dan pembimbingan secara konsisten dari Ustadz Marjuan. Mereka merasa memiliki identitas keagamaan yang tidak hanya bersifat ritual, tetapi juga moral dan sosial. Ini sejalan dengan konsep *religious identity construction* dalam teori komunikasi budaya, di mana pesan agama diterima dan diinternalisasi melalui interaksi sosial yang bermakna.

#### E. Perbandingan dengan Penelitian Sebelumnya

Jika dibandingkan dengan penelitian-penelitian sebelumnya, hasil studi ini memperlihatkan beberapa perbedaan dan persamaan. Penelitian oleh Arifianto (2020) tentang pola komunikasi dai di Majelis Taklim Nurul Hikmah, misalnya, menunjukkan bahwa keberhasilan dakwah dipengaruhi oleh kemampuan dai dalam menggunakan analogi dan ilustrasi kehidupan nyata. Hal serupa juga dilakukan oleh Ustadz Marjuan, namun dengan intensitas interaktif yang lebih tinggi.

Sementara itu, studi oleh Hasan (2018) tentang komunikasi dakwah di lingkungan pesantren menekankan pentingnya struktur dan otoritas dalam mendukung efektivitas dakwah. Namun dalam konteks Ustadz Marjuan, otoritas beliau tidak dibangun atas dasar institusionalisasi, tetapi lebih karena reputasi personal dan keterlibatannya dalam kehidupan sosial masyarakat. Ini menunjukkan bahwa keberhasilan komunikasi dakwah bisa dicapai baik melalui pendekatan struktural maupun pendekatan relasional.

Dari sisi pendekatan komunikasi, beberapa peneliti terdahulu banyak mengadopsi teori komunikasi massa atau komunikasi organisasi. Namun penelitian ini lebih berfokus pada komunikasi interpersonal yang sifatnya partisipatif dan berbasis komunitas. Hal ini memperkaya perspektif keilmuan dalam studi komunikasi dakwah yang selama ini lebih banyak menekankan pada komunikasi media.

#### F. Implikasi Teoritis dan Praktis

Dari sisi teoritis, penelitian ini memperkuat pemahaman bahwa komunikasi dakwah tidak bisa dilepaskan dari konteks sosial, budaya, dan psikologis jamaah. Komunikasi yang efektif adalah komunikasi yang tidak hanya menginformasikan, tetapi juga menginspirasi dan mendorong transformasi. Model komunikasi satu arah yang hanya menekankan pada transfer informasi sudah saatnya dikritisi dan digantikan dengan model komunikasi dialogis yang lebih humanis.

Berdasarkan data lapangan, strategi komunikasi dakwah Ustadz Marjuan mengandung prinsip-prinsip utama komunikasi efektif menurut Robbins (2006), yakni: (1) kejelasan pesan, (2) kredibilitas komunikator, (3) kesesuaian saluran, dan

(4) adanya umpan balik. Dengan kata lain, efektivitas dakwah bukan ditentukan oleh kelengkapan materi semata, tetapi juga oleh kecakapan komunikator dalam menyampaikan pesan secara empatik, relevan, dan partisipatif.

Secara praktis, penelitian ini memberikan rekomendasi bagi para dai, pendidik, dan aktivis dakwah untuk memperhatikan unsur-unsur berikut:

1. Menyesuaikan gaya komunikasi dengan karakteristik jamaah.
2. Membangun hubungan emosional dan keterlibatan aktif dalam kehidupan sosial jamaah.
3. Menggunakan media yang sesuai dengan kebiasaan dan kemampuan audiens.
4. Melibatkan jamaah dalam diskusi, tanya-jawab, dan refleksi bersama.
5. Mengintegrasikan pesan agama dengan realitas sosial, bukan sekadar teks keagamaan.

#### G. Hambatan dan Tantangan dalam Komunikasi Dakwah

Dalam proses pelaksanaan dakwah, Ustadz Marjuan juga menghadapi beberapa hambatan yang memengaruhi efektivitas komunikasi. Hambatan tersebut antara lain:

##### 1. Perbedaan tingkat pendidikan jamaah

Dalam satu forum pengajian, kadang-kadang terdapat jamaah dengan latar belakang pendidikan tinggi dan jamaah dengan tingkat pendidikan dasar. Hal ini menuntut dai untuk menyeimbangkan penyampaian materi agar dapat diterima oleh semua kalangan tanpa terkesan terlalu akademik maupun terlalu dangkal.

##### 2. Keterbatasan waktu dan tempat

Kegiatan majelis taklim biasanya dilakukan di sela-sela waktu bekerja atau setelah salat Isya. Ini menyebabkan dai harus menyampaikan materi dalam waktu yang terbatas, sementara banyak jamaah yang mengharapkan pembahasan yang mendalam.

##### 3. Kejenuhan tema-tema dakwah

Jika tidak dilakukan inovasi dalam pendekatan atau pengemasan pesan, jamaah bisa merasa bosan atau merasa “sudah tahu.” Untuk itu, dai dituntut terus belajar, menggali metode baru, serta memperkaya khazanah dakwah agar tidak stagnan.

##### 4. Minimnya dukungan teknologi

Meskipun media digital mulai digunakan oleh sebagian jamaah untuk mendokumentasikan ceramah, namun belum ada upaya sistematis dari dai atau pengurus majelis taklim untuk mengelola dakwah secara daring.

Hambatan-hambatan ini sebenarnya dapat diatasi melalui kolaborasi, pelatihan dai, penguatan kelembagaan majelis taklim, serta pemanfaatan teknologi secara adaptif

dan bertahap.

#### H. Refleksi Kritis terhadap Peran Dai dalam Komunikasi Dakwah Komunitas

Peran dai seperti Ustadz Marjuan dalam masyarakat lokal menunjukkan bahwa keberhasilan dakwah bukan semata-mata ditentukan oleh popularitas atau keberadaan di media sosial, tetapi lebih pada kebermaknaan relasi yang dibangun dengan jamaah. Dalam komunitas kecil seperti Muara Teweh, pendekatan dakwah yang personal, konsisten, dan disertai keteladanan hidup jauh lebih berpengaruh dibandingkan pendekatan yang bersifat massal dan seragam.

Dakwah berbasis komunitas seperti ini menuntut kepekaan sosial dan kemampuan membaca kebutuhan rohani masyarakat. Seorang dai dituntut untuk tidak hanya menyampaikan ilmu, tetapi juga menjadi pendamping spiritual yang hadir dalam keseharian umatnya. Dalam konteks ini, dakwah menjadi lebih dari sekadar komunikasi—ia menjadi bentuk pelayanan, keterlibatan, dan kontribusi sosial.

Refleksi ini menegaskan pentingnya membangun sistem kaderisasi dai di tingkat lokal, yang tidak hanya fokus pada kemampuan keilmuan, tetapi juga keterampilan komunikasi, empati, dan integritas pribadi. Dengan demikian, dakwah Islam akan tetap hidup, dinamis, dan mampu menyesuaikan diri dengan perubahan zaman tanpa kehilangan esensi nilai-nilainya. Melalui pendekatan yang humanis dan komunikatif, Ustadz Marjuan telah membuktikan bahwa dakwah yang efektif lahir dari kedekatan, pemahaman konteks, serta kemampuan berempati terhadap realitas kehidupan jamaah.

### **Simpulan**

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dipaparkan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa pola komunikasi dakwah yang diterapkan oleh Ustadz Marjuan di Kota Muara Teweh merupakan contoh konkrit dari praktik dakwah yang kontekstual, humanis, dan efektif dalam menjangkau masyarakat akar rumput. Keberhasilan beliau dalam menyampaikan pesan-pesan keislaman tidak hanya terletak pada penguasaan materi keagamaan, tetapi terutama pada kecakapan komunikasi yang mencerminkan kepekaan terhadap kondisi sosial, budaya, dan psikologis jamaahnya.

Strategi komunikasi dakwah yang digunakan mencakup pemilihan bahasa yang mudah dipahami, penyampaian materi secara naratif dan reflektif, serta penciptaan suasana dialogis yang mendorong partisipasi aktif dari jamaah. Selain itu, kekuatan

komunikasi nonverbal seperti gestur, intonasi, ekspresi wajah, dan bahasa tubuh juga turut memperkuat penyampaian pesan dan meningkatkan kredibilitas dakwah.

Penelitian ini juga menegaskan bahwa komunikasi dakwah tidak bisa dilepaskan dari konteks sosial dan budaya lokal. Kemampuan seorang dai dalam membaca situasi, mengenal karakter audiens, serta mengemas pesan keislaman dalam bentuk yang aplikatif menjadi kunci keberhasilan internalisasi nilai-nilai agama dalam kehidupan masyarakat. Respons positif jamaah terhadap pengajian yang dipimpin oleh Ustadz Marjuan menunjukkan bahwa dakwah yang dekat dengan realitas dan disampaikan secara persuasif mampu membentuk kesadaran spiritual sekaligus memperkuat identitas keagamaan masyarakat.

## B. Saran

Berdasarkan temuan-temuan dalam penelitian ini, terdapat beberapa saran yang dapat diajukan sebagai bentuk kontribusi praktis dan akademis:

### Bagi Dai dan Praktisi Dakwah

Perlu memperhatikan aspek komunikasi interpersonal dalam berdakwah. Pemilihan kata, gaya penyampaian, dan kepekaan terhadap audiens merupakan kunci untuk menjadikan dakwah lebih menyentuh dan relevan. Selain itu, keterlibatan sosial dan keteladanan hidup juga harus dijadikan bagian integral dari dakwah.

### Bagi Lembaga Keagamaan

Disarankan untuk memberikan pelatihan komunikasi dakwah kepada para dai lokal agar mereka memiliki keterampilan dalam menyampaikan pesan agama secara efektif dan kontekstual. Lembaga juga perlu memfasilitasi kolaborasi antar majelis taklim agar tercipta pertukaran pengalaman dan inovasi dalam metode dakwah.

### Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan untuk mengembangkan penelitian ini dengan memperluas lokasi kajian dan membandingkan pola komunikasi dakwah antara dai di wilayah perkotaan dan pedesaan. Penelitian kuantitatif juga dapat digunakan untuk mengukur efektivitas komunikasi dakwah dari aspek perubahan perilaku jamaah secara lebih terstruktur.

### Bagi Pengembangan Ilmu Komunikasi Islam

Perlu penguatan kajian tentang komunikasi dakwah berbasis komunitas agar tidak terjebak dalam pendekatan media semata. Studi-studi semacam ini penting dalam merumuskan model dakwah yang adaptif, inklusif, dan berakar pada budaya lokal yang kuat.

## Referensi

- Abdullah, M. A. (2015). Islam sebagai ilmu: Epistemologi, metodologi dan etika dalam studi Islam. Pustaka Pelajar.
- Abdullah, M. A. (2016). Studi Islam: Normatif atau historis? Pustaka Pelajar.
- Ali, M. (1987). Sosiologi pendidikan. Angkasa.
- Arifin, H. M. (1993). Ilmu dakwah. Pustaka Pelajar.
- Arifin, H. M. (1997). Pedoman penelitian untuk penulisan skripsi, tesis dan disertasi. Remaja Rosda Karya.
- Arikunto, S. (2006). Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik. Rineka Cipta.
- Aziz, A. (2004). Komunikasi dakwah. Bumi Aksara.
- Berlo, D. K. (1960). The process of communication. Holt, Rinehart and Winston.
- Effendy, O. U. (2003). Ilmu komunikasi: Teori dan praktek. Remaja Rosdakarya.
- Effendy, O. U. (2006). Komunikasi antara manusia. Mandar Maju.
- Fiske, J. (1990). Pengantar ilmu komunikasi. Gramedia.
- Hamzah, A. (2006). Komunikasi dakwah. Kencana Prenada Media Group.
- Hasan, A. (2003). Pokok-pokok ilmu dakwah. Al-Ma'arif.
- Jalaluddin, R. (2007). Psikologi komunikasi. Remaja Rosda Karya.
- Kriyantono, R. (2006). Teknik praktis riset komunikasi. Kencana Prenada Media Group.
- Littlejohn, S. W. (1999). Theories of human communication (6th ed.). Wadsworth Publishing Company.
- Lubis, N. (2003). Metodologi penelitian dakwah. RajaGrafindo Persada.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1992). Analisis data kualitatif. UI Press.
- Morissan. (2013). Teori komunikasi individu hingga massa. Kencana Prenada Media Group.
- Muhadjir, N. (2000). Metodologi penelitian kualitatif. Rake Sarasin.
- Mulyana, D. (2005). Ilmu komunikasi: Suatu pengantar. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2007). Metodologi penelitian kualitatif. Remaja Rosdakarya.
- Nawawi, H. (1991). Metode penelitian bidang sosial. Gadjah Mada University Press.
- Rakhmat, J. (2008). Psikologi komunikasi. Remaja Rosdakarya.
- Ritzer, G. (2011). Teori sosiologi: Dari teori sosiologi klasik sampai perkembangan mutakhir postmodern. Kreasi Wacana.
- Rohmat, A. (2012). Komunikasi dan dakwah. UIN Press.
- Syaiful, A. (2001). Ilmu pendidikan Islam. Logos Wacana Ilmu.
- Yusof, H. (2010). Pengantar komunikasi dakwah. UIA Press.