

**STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF
PANITIA DALAM KEGIATAN KHITANAN MAULID DI
MASJID AL-MUTTAQIN MEDONO, KOTA PEKALONGAN**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Tugas Akhir dan Melengkapi
Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)
dalam Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam



Oleh:

MUHAMMAD MUALAQUR ROMADHANI

NIM. 3421054

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
2025**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Mualaqur Romadhani

NIM : 3421054

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Ushuluddin, Adab dan Dakwah

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi dengan judul **“Strategi Komunikasi Persuasif Panitia dalam Kegiatan Khitanan Maulid di Masjid Al-Muttaqin Medono, Kota Pekalongan”** adalah benar hasil karya penulis berdasarkan hasil penelitian. Semua sumber yang digunakan dalam penelitian ini telah dicantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Apabila di kemudian hari pernyataan ini terbukti tidak benar, maka penulis bersedia menerima sanksi yang berlaku di Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Pekalongan, 26 Mei 2025

Yang Menyatakan



MUHAMMAD MUALAQUR ROMADHANI
NIM. 3421054

NOTA PEMBIMBING

Kholid Noviyanto, M.A.Hum
Rowolaku, Kec. Kajen, Kabupaten Pekalongan, Jawa Tengah 51161,
Indonesia

Lamp : 4 (Empat) eksemplar
Hal : Naskah Skripsi Sdr. Muhammad Mualaqur Romadhani

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah
c.q Ketua Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam
di-

PEKALONGAN

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini kami kirimkan naskah skripsi saudara:

Nama : Muhammad Mualaqur Romadhani
NIM : 3421054
Judul : Strategi Komunikasi Persuasif Panitia dalam Kegiatan Khitanan Maulid di Masjid Al-Muttaqin Medono, Kota Pekalongan.

Dengan ini saya mohon agar skripsi saudara/i tersebut dapat segera dimunaqasyahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 20 Mei 2025

Pembimbing,


Kholid Noviyanto, M.A.Hum
NIP. 198810012019031008



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH
 Jl. Pahlawan KM 5 Rowolaku Kajen Kab. Pekalongan Kode Pos 51161
 Website: fuad.uingusdur.ac.id | Email : fuad@uingusdur.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Universitas Islam Negeri

K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi saudara:

Nama : **MUHAMMAD MUALAQUR ROMADHANI**

NIM : **3421054**

Judul Skripsi : **STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF PANITIA
DALAM KEGIATAN KHITANAN MAULID DI MASJID
AL-MUTTAQIN MEDONO, KOTA PEKALONGAN**

yang telah diujikan pada Hari Kamis, 8 Juli 2025 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos) dalam Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Dewan Penguji

Penguji I

Viki Marava, M.S.I.
NIP. 199001312018012002

Penguji II

Dr. Adi Abdullah Muslim, M.A.Hum
NIP. 198601082019031006

Pekalongan, 14 Juli 2025

Disahkan Oleh
Dekan



Dr. Tri Astatik Harvati, M.Ag
NIP. 197411182000032001

PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan adalah sistem transliterasi arab-latin berdasarkan SKB Menteri Agama dan Menteri P&K RI No. 158/1987 dan No. 0543 b/U/1987 tertanggal 22 Januari 1988. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam kamus linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	-	tidak dilambangkan
ب	Bā	b	-
ت	Tā	t	-
ث	Śā	s	s (dengan titik di atasnya)
ج	Jīm	j	-
ح	Hā	h	h (dengan titik di bawahnya)
خ	Khā	kh	-
د	Dal	d	-
ذ	Żal	z	z (dengan titik di atasnya)
ر	Rā	r	-
ز	Zai	z	-
س	Sīn	s	-
ش	Syīn	sy	-
ص	Şād	ş	s (dengan titik di bawahnya)

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ض	Dād	d	d (dengan titik di bawahnya)
ط	Ṭā	t	t (dengan titik di bawahnya)
ظ	Zā	z	z (dengan titik di bawahnya)
ع	ʿAin	ʿ	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	g	-
ف	Fā	f	-
ق	Qāf	q	-
ك	Kāf	k	-
ل	Lām	l	-
م	Mīm	m	-
ن	Nūn	n	-
و	Wāwu	w	-
هـ	Hā	h	-
ء	Hamzah	ʾ	apostrof, tetapi lambang ini tidak dipergunakan untuk hamzah di awal kata
ي	Yā	y	-

B. Konsonan Rangkap

Konsonan rangkap, termasuk tanda *syaddah*, ditulis rangkap.

Contoh: أحمدية ditulis *Ahmadiyyah*

C. Tā Marbutah di akhir kata

1. Bila dimatikan ditulis *h*, kecuali untuk kata-kata Arab yang sudah terserap menjadi bahasa Indonesia, seperti *salat*, *zakat*, dan sebagainya.

Contoh: جماعة ditulis *jamā'ah*

2. Bila dihidupkan ditulis *t*

Contoh: كرامة الأولياء ditulis *karāmatul-auliyā'*

D. Vokal Pendek

Fathah ditulis *a*, kasrah ditulis *i*, dan dammah ditulis *u*

E. Vokal Panjang

A panjang ditulis *ā*, i panjang ditulis *ī*, dan u panjang ditulis *ū*, masing-masing dengan tanda hubung (-) di atasnya.

F. Vokal Rangkap

Fathah + yā tanpa dua titik yang dimatikan ditulis *ai*

Fathah + wāwu mati ditulis *au*

G. Vokal-vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof (')

Contoh: أنتم ditulis *a'antum*

مؤنث ditulis *mu'annaś*

H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf qamariyah ditulis *al-*

Contoh: القرآن ditulis *Al-Qura'ān*

2. Bila diikuti huruf syamsiyyah, huruf *l* diganti dengan huruf syamsiyyah yang mengikutinya.

Contoh: الشيعة ditulis *asy-Syī'ah*

I. Huruf Besar

Penulisan huruf besar disesuaikan dengan EYD

J. Kata dalam rangkaian frasa atau kalimat

1. Ditulis kata per kata, atau

2. Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dalam rangkaian tersebut.

Contoh: شيخ الإسلام ditulis *Syaikh al-Islām* atau *Syakhul-Islām*

PERSEMBAHAN

Puji syukur Alhamdulillah saya ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan ridha-Nya. Sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan baik. Sholawat serta salam tidak lupa senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Agung Nabi Muhammad SAW.

Penulis menyadari bahwa selesainya skripsi sebagai tugas akhir ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, baik berupa saran, dan bimbingan. Suatu kebanggaan bagi saya untuk mempersembahkan skripsi ini kepada:

1. Allah SWT, karena hanya atas izin dan karunia-Nya lah maka skripsi ini dapat dibuat dan selesai pada waktu yang tepat.
2. Kedua orangtua saya, Bapak Murip dan Ibu Kholimah yang siap merelakan segalanya untuk anak-anaknya tanpa mengenal kata lelah serta adik turut serta mendampingi proses saya.
3. Dosen pembimbing Akademik saya, Bapak H. Misbakhudin, Lc., M.A yang telah membimbing, memberikan arahan dan semangat serta motivasi hingga selesai perkuliahannya.
4. Dosen pembimbing skripsi saya, Bapak Kholid Noviyanto, M.A.Hum Yang telah membimbing saya dalam menyelesaikan karya ilmiah ini dengan kesabarannya.
5. Seluruh pimpinan dan staff jurusan KPI tahun 2025 yang telah membantu dalam mengurus administrasi perkuliahan
6. Segenap panitia khitanan maulid di Masjid Al-Muttaqin Medono, serta orang tua peserta yang sudah menyempatkan waktunya.

MOTTO

MAN JADDA WAJADA

“Siapa yang bersungguh-sungguh pasti akan berhasil”

(Kitab Ta'lim Muta'alim)



ABSTRAK

Mualaqur Romadhani. Muhammad. 2025: Strategi Komunikasi Persuasif Panitia dalam Kegiatan Khitanan Maulid di Masjid Al-Muttaqin Medono, Kota Pekalongan. Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Usuluddin Adab dan Dakwah, Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Pembimbing: Kholid Noviyanto, M.A.Hum

Kata Kunci: Komunikasi Persuasif, Strategi Komunikasi, Khitanan Maulid, Partisipasi Masyarakat.

Khitanan maulid di Masjid Al-Muttaqin Medono merupakan kegiatan sosial keagamaan tahunan yang memberikan layanan khitan gratis bagi masyarakat, khususnya warga Kelurahan Medono. Meskipun panitia telah menerapkan berbagai strategi komunikasi persuasif, partisipasi atau minat masyarakat Medono dalam kegiatan ini pada tahun-tahun sebelumnya, khususnya hingga tahun 2023, masih tergolong rendah. Kondisi ini menunjukkan adanya tantangan dalam efektivitas penyampaian pesan dan pendekatan komunikasi yang dilakukan panitia. Oleh karena itu, penelitian ini berfokus untuk mengkaji strategi komunikasi persuasif yang diterapkan oleh panitia, serta mengevaluasi efektivitas strategi tersebut dan mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi keputusan masyarakat untuk berpartisipasi dalam kegiatan khitanan maulid.

Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian *field research*, menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teori yang digunakan adalah Teori Strategi Komunikasi Persuasif AIDDA dan Teori Penilaian Sosial. Teori Strategi Komunikasi Persuasif AIDDA membahas bagaimana *Attention* (perhatian), *Interest* (minat), *Desire* (keinginan), *Decision* (keputusan), dan *Action* (tindakan). Sedangkan Teori Penilaian Sosial menjelaskan bagaimana masyarakat menerima, menolak, atau tetap netral terhadap ajakan panitia berdasarkan kategori *latitude of acceptance*, *latitude of rejection*, dan *latitude of noncommitment*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa panitia Masjid Al-Muttaqin menerapkan strategi komunikasi persuasif melalui strategi formal dan informal. Strategi formal meliputi pembentukan panitia khusus, pemanfaatan media digital, pengumuman di masjid, serta penyebaran poster dan banner. Sementara strategi informal dilakukan lewat rekomendasi kerabat, keterlibatan tenaga medis, dan pemberian insentif seperti pesangon dan adanya pawai. Namun, faktor paling efektif dalam menarik minat masyarakat adalah adanya pawai khitan. Sebagian besar peserta, mengikuti kegiatan ini karena suasana meriah dari pawai. Pada tahun 2021–2022, pawai berlangsung sederhana karena pembatasan pandemi. Puncaknya terjadi pada 2023 saat pawai digelar besar-besaran, melibatkan drumband, remaja mushola, dan sekolah. Hal ini berdampak pada peningkatan signifikan peserta dari Medono pada tahun 2024. Dengan demikian, pawai menjadi elemen kunci dalam keberhasilan strategi komunikasi persuasif panitia

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Allah SWT, yang telah menganugerahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas skripsi dengan judul “Strategi Komunikasi Persuasif Panitia dalam Kegiatan Khitanan Maulid di Masjid Al-Muttaqin Medono, Kota Pekalongan”. Shalawat serta salam tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW., semoga kita senantiasa mendapatkan syafaat dihari akhir kelak. Amiin..

Dalam penyusunan skripsi ini tidak sedikit bantuan dan dukungan yang penulis terima dari berbagai pihak. Dengan kerendahan hati, penulis mengucapkan terimakasih sebanyak-banyaknya kepada :

1. Rektor Universitas Islam Negeri K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag., yang telah memimpin dan mengelola penyelenggaraan pendidikan sebagaimana mestinya.
2. Dekan Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah Universitas Islam Negeri K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan Dr. Tri Astutik Haryati, M.Ag., Beserta staf dekan, yang telah mengkordinir penyelenggaraan pendidikan, penelitian dan pengabdian masyarakat di fakultas.
3. Ketua Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan Mukoyimah, M.Sos. serta Sekertaris Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Dimas Prasetya, M.A yang selalu memfasilitasi, ikhlas, memberikan contoh yang baik dan tidak pernah lelah memotivasi.

4. Dosen Pembimbing Skripsi Kholid Noviyanto, M.A.Hum yang telah berkenan meluangkan waktunya dan arahan untuk memberikan bimbingan dan motivasi penulis dalam menyelesaikan skripsi.
5. Dosen Pembimbing Akademik Bapak H. Misbakhudin, Lc., M.A yang senantiasa memberikan bimbingan dan motivasi kepada penulis selama masa studi.
6. Seluruh dosen Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan yang telah memberikan ilmunya kepada penulis dalam kegiatan belajar di bangku perkuliahan.
7. Seluruh Civitas Akademika Universitas Islam Negeri K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan yang telah memberikan dukungan fasilitas dan pelayanan dengan baik kepada mahasiswa.
8. Ibu, Bapak dan segenap keluarga yang selalu mendo'akan, mendukung, dan memberikan semangat tanpa henti.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak luput dari kesalahan dan kekurangan. Penulis sangat mengharapkan kritik dan saran untuk perbaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua. Amiin ...

Pekalongan, 26 Mei 2025

Penulis

DAFTAR ISI

COVER	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI	v
PERSEMBAHAN	viii
MOTTO	ix
ABSTRAK	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
E. Tinjauan Pustaka.....	6
1. Teori Strategi Komunikasi Persuasif AIDDA.....	6
2. Teori Penilaian Sosial.....	7
3. Sosialisasi Kegiatan Masjid Al-Muttaqin.....	8
F. Penelitian Relevan	9
G. Kerangka Berpikir.....	15
H. Metode Penelitian	17
I. Teknik Analisis Data.....	21
J. Sistematika Penulisan	23
BAB II LANDASAN TEORI	24
A. Komunikasi Persuasif	24
1. Pengertian Komunikasi Persuasif.....	24
2. Unsur-unsur Komunikasi Persuasif.....	26
3. Model Komunikasi Persuasif	28
4. Hambatan Komunikasi Persuasif.....	30
B. Strategi Komunikasi.....	31
1. Pengertian Strategi Komunikasi	31
2. Efektivitas Strategi Komunikasi.....	34
C. Teori Strategi Komunikasi Persuasif AIDDA	35
1. <i>Attention</i>	36
2. <i>Interest</i>	36
3. <i>Desire</i>	36
4. <i>Decision</i>	36
5. <i>Action</i>	36
D. Teori Penilaian Sosial	37

1. <i>Latitude of Acceptance</i>	37
2. <i>Latitude of Noncommitment</i>	38
3. <i>Latitude of Rejection</i>	39
BAB III GAMBARAN UMUM KHITANAN MAULID DI MASJID AL-MUTTAQIN MEDONO	41
A. Gambaran Umum.....	41
1. Sejarah Khitan di Masjid Al-Muttaqin.....	41
2. Data Peserta Khitan.....	43
3. Rangkaian Kegiatan.....	48
B. Strategi Komunikasi Persuasif Panitia Masjid Al-Muttaqin dalam Kegiatan Khitanan Maulid.....	51
1. Strategi Formal.....	52
2. Strategi Informal.....	58
C. Persepsi Masyarakat Medono Terhadap Kegiatan Khitanan Maulid di Masjid Al-Muttaqin Medono.....	65
1. Kelompok yang Menerima.....	66
2. Kelompok yang Menolak.....	70
3. Kelompok yang Netral.....	71
BAB IV ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF PANITIA DALAM KEGIATAN KHITANAN MAULID DI MASJID AL-MUTTAQIN MEDONO, KOTA PEKALONGAN	73
A. Analisis Strategi Komunikasi Persuasif Panitia dalam Kegiatan Khitanan Maulid di Masjid Al-Muttaqin Medono Berdasarkan Teori Strategi Komunikasi Persuasif AIDDA	74
1. <i>Attention</i>	76
2. <i>Interest</i>	77
3. <i>Desire</i>	77
4. <i>Decision</i>	77
5. <i>Action</i>	78
B. Analisis Persepsi Masyarakat Medono Terhadap Kegiatan Khitanan Maulid di Masjid Al-Muttaqin Berdasarkan Teori Penilaian Sosial	79
1. <i>Latitude of Acceptance</i>	79
2. <i>Latitude of Noncommitment</i>	81
3. <i>Latitude of Rejection</i>	82
BAB V PENUTUP	84
A. Kesimpulan	84
B. Saran	87
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN	99

DAFTAR TABEL

Tabel 1.3 Data Peserta Khitan Tahun 2023.....	46
Tabel 2.3 Data Peserta Khitan Tahun 2024.....	48



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Berfikir.....	44
Gambar 1.3 Khataman Al-Qur'an di Masjid Al-Muttaqin.....	47
Gambar 2.3 Pawai Khitanan Maulid.	48
Gambar 3.3 Proses Khitanan Maulid di MSI 14 Medono.....	49
Gambar 4.3 Pengajian Umum di Masjid Al-Muttaqin.....	49
Gambar 5.3 Panitia Khitanan Maulid.....	51
Gambar 6.3 Pemanfaatan Media Digital <i>WhatsApp</i>	52
Gambar 7.3 Poster Kegiatan Peringatan Maulid.....	54
Gambar 8.3 Proses Khitanan Maulid di MSI 14 Medono.	57
Gambar 9.3 Peserta Khitanan Maulid.	58
Gambar 10.3 Pawai Khitanan Maulid.	60



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Khitan merupakan salah satu praktik penting dalam ajaran Islam yang tidak hanya memiliki nilai kesehatan, tetapi juga menjadi bagian dari identitas keagamaan dan sosial umat Muslim. Dalam masyarakat Indonesia, khitan sering kali dilaksanakan secara kolektif dan seremonial, terutama dalam bentuk khitanan massal yang diadakan pada momen-momen keagamaan seperti Maulid Nabi. Kegiatan ini tidak hanya menjadi ajang pelayanan sosial dan kesehatan, tetapi juga bentuk dakwah dan penguatan hubungan sosial antarwarga.¹

Dalam Islam, khitan termasuk bagian dari fitrah yang dianjurkan. Sebagaimana sabda Rasulullah SAW:

الْبُرَّةُ خُسْرٌ : الْخِتَانُ وَالْإِسْبِطُ وَتَنْفُ الْإِبْطِ وَتَقْلِيُّ الْاَظْفَارِ وَقَصُّ الشَّارِبِ

Artinya: “Lima dari fitrah yaitu khitan, istihdad (mencukur bulu kemaluan), mencabut bulu ketiak, memotong kuku dan mencukur kumis” (HR. Bukhari).²

Hadis ini menegaskan bahwa khitan adalah bagian dari penyucian diri secara fisik dan spiritual, yang menjadi dasar penting dalam kehidupan seorang Muslim. Salah satu bentuk implementasi dari ajaran tersebut adalah kegiatan khitanan massal dalam rangka Maulid Nabi yang rutin

¹ Turini, Suwandi, Willy Eka Septian, & Mohammad Umar Fakhruddin, —Bakti Sosial Khitanan Masal dalam Rangka Maulid Nabi,|| Jurnal Pengabdian UCIC 1, 2023, Hlm 112.

² Al-Bukhari, Shahih al-Bukhari, hadis no. 5891, dalam Kitab al-Libas, Bab al-Khitan, terj. Departemen Agama RI (Jakarta: Pustaka Amani, 2000), jilid 7, hlm. 125.

diselenggarakan oleh panitia Masjid Al-Muttaqin di Kelurahan Medono, Kota Pekalongan. Kegiatan ini tidak hanya menjadi bentuk ibadah dan layanan sosial, tetapi juga merupakan praktik komunikasi sosial keagamaan yang melibatkan masyarakat secara langsung. Dalam kegiatan khitanan maulid di Masjid Al-Muttaqin, panitia telah menerapkan berbagai strategi komunikasi persuasif untuk mengajak masyarakat Medono berpartisipasi dalam kegiatan ini.³

Namun, tingkat partisipasi masyarakat Medono tercatat lebih rendah dibandingkan dengan peserta dari luar wilayah, khususnya pada tahun 2021 hingga 2023. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara upaya promosi yang dilakukan dengan tingkat partisipasi masyarakat setempat. Menariknya, pada tahun 2024 terjadi peningkatan jumlah peserta dari Medono, yang menjadi indikasi bahwa strategi komunikasi yang diterapkan mulai menunjukkan hasil positif. Fakta ini membuka ruang untuk diteliti lebih lanjut bagaimana peran komunikasi persuasif memengaruhi tingkat partisipasi masyarakat lokal dalam kegiatan khitanan maulid.⁴

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini menjadi penting untuk mengkaji secara lebih mendalam strategi komunikasi persuasif yang diterapkan oleh panitia Masjid Al-Muttaqin dalam kegiatan khitanan maulid di Kelurahan Medono, Kota Pekalongan. Perubahan pola

³ Zamghoni, Pengurus Khitanan maulid, Wawancara Via WhatsApp. Pekalongan, 11 Januari 2025.

⁴ Zamghoni, Pengurus Khitanan maulid, Wawancara Via WhatsApp. Pekalongan, 11 Januari 2025.

partisipasi masyarakat dari tahun ke tahun terutama rendahnya partisipasi warga Medono pada tahun 2021 sampai 2023 dan peningkatan signifikan pada tahun 2024 mengindikasikan bahwa strategi komunikasi yang digunakan memiliki pengaruh terhadap keterlibatan masyarakat lokal. Meskipun panitia telah mengupayakan berbagai metode komunikasi, data yang ada menunjukkan adanya dinamika dalam efektivitas penyampaian pesan serta penerimaannya oleh masyarakat setempat.⁵

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam bagaimana strategi komunikasi persuasif dijalankan oleh panitia dalam menyampaikan informasi, membangun kredibilitas, dan memengaruhi keputusan masyarakat untuk berpartisipasi. Selain itu, penelitian ini juga mengevaluasi sejauh mana strategi tersebut dalam meningkatkan keterlibatan masyarakat Medono dalam kegiatan khitanan maulid. Daya tarik penelitian ini terletak pada analisis strategis terhadap praktik komunikasi persuasif dalam konteks kegiatan sosial keagamaan berbasis komunitas.

Dengan menggunakan Teori Strategi Komunikasi Persuasif AIDDA dan Teori Penilaian Sosial, penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman yang komprehensif terhadap respons masyarakat terhadap pesan komunikasi yang disampaikan baik yang diterima, ditolak,

⁵ Zamghoni, Pengurus Khitanan maulid, Wawancara Via WhatsApp. Pekalongan, 11 Januari 2025.

maupun direspon secara netral.⁶ Keunikan penelitian ini juga tercermin dari upayanya merumuskan rekomendasi konkret yang dapat diterapkan untuk meningkatkan efektivitas strategi komunikasi persuasif dalam kegiatan serupa. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam ranah komunikasi persuasif, tetapi juga menawarkan solusi praktis yang dapat digunakan oleh panitia atau komunitas lain untuk meningkatkan partisipasi masyarakat melalui penerapan strategi komunikasi yang lebih tepat sasaran. Oleh karena itu, judul ini penting untuk diteliti agar dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai dinamika komunikasi dan keterlibatan masyarakat dalam kegiatan sosial keagamaan yang berbasis komunitas.

⁶ Zaenal Mukarom, *Teori-Teori Komunikasi*, (Bandung: Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung), Hlm. 88.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana strategi komunikasi persuasif panitia Masjid Al-Muttaqin dalam kegiatan khitanan maulid di Kelurahan Medono, Kota Pekalongan?
2. Bagaimana persepsi masyarakat Medono terhadap kegiatan khitanan maulid di Masjid Al-Muttaqin?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi persuasif panitia Masjid Al-Muttaqin dalam kegiatan khitanan maulid di Kelurahan Medono, Kota Pekalongan!
3. Untuk mengetahui bagaimana persepsi masyarakat Medono terhadap kegiatan khitanan maulid di Masjid Al-Muttaqin!

D. Manfaat penelitian

1. Manfaat Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan bisa memberikan kontribusi baru untuk perkembangan ilmu pengetahuan di bidang komunikasi, terutama dalam pemahaman strategi komunikasi, dan komunikasi persuasif.

2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis ini dapat menjadi pedoman bagi Panitia Masjid Al-Muttaqin saat merencanakan strategi komunikasi persuasif untuk meningkatkan partisipasi peserta dalam kegiatan khitanan maulid. Selain itu, hasil penelitian ini dapat memberikan

kontribusi berharga kepada panitia dalam hal perencanaan perekrutan peserta dalam acara tersebut. Selain manfaat bagi masjid dan panitia, penelitian ini juga berpotensi untuk memperluas pengetahuan dan pengalaman peneliti dalam aplikasi konsep-konsep komunikasi.

E. Tinjauan Pustaka/Teori yang Digunakan

1. Teori Strategi Komunikasi Persuasif AIDDA

Teori strategi komunikasi persuasif AIDDA merupakan model komunikasi klasik yang menjelaskan proses psikologis yang dilalui oleh khalayak saat menerima pesan persuasif. Model ini pertama kali dikembangkan oleh E. St. Elmo Lewis, seorang praktisi periklanan asal Amerika Serikat pada awal abad ke-20. AIDDA adalah singkatan dari *Attention* (perhatian), *Interest* (minat), *Desire* (keinginan), *Decision* (keputusan), dan *Action* (tindakan).⁷

Model ini menekankan bahwa agar pesan dapat memengaruhi audiens secara efektif, komunikator perlu menyusun pesan dalam urutan yang sistematis. Pertama, pesan harus mampu menarik perhatian audiens agar mereka menyadari keberadaan pesan tersebut. Setelah perhatian didapat, pesan harus mampu menumbuhkan minat, yaitu dengan menampilkan hal-hal yang

⁷ Effendy, Onong Uchjana. Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003, Hlm. 305.

relevan atau menarik bagi audiens. Tahap berikutnya adalah menciptakan keinginan, di mana pesan harus mampu menimbulkan dorongan emosional atau kebutuhan akan sesuatu.⁸

Setelah itu, audiens diarahkan untuk mengambil keputusan, yakni dengan mempertimbangkan manfaat atau urgensi dari tindakan yang ditawarkan. Terakhir, proses komunikasi ini diharapkan menghasilkan tindakan nyata atau respons sesuai dengan tujuan komunikator. Teori ini sering digunakan dalam konteks komunikasi pemasaran, kampanye sosial, maupun promosi kebijakan karena dinilai efektif dalam membentuk sikap dan perilaku audiens secara bertahap dan terukur.⁹

2. Teori Penilaian Sosial (*Social Judgement Theory*).

Teori ini dikembangkan oleh Sherif dan Hovland pada tahun 1961, yang mempelajari bagaimana sikap terbentuk dan berubah melalui komunikasi. Asumsi utamanya adalah bahwa seseorang dapat memahami sikapnya sendiri serta mengetahui perubahan sikap mana yang dapat diterima atau ditolak, karena apa yang dilakukannya akan dinilai oleh orang lain.¹⁰

Teori ini memiliki beberapa aspek utama yang dapat digunakan untuk menganalisis bagaimana sikap terbentuk dan

⁸ Effendy, Onong Uchjana. Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003, Hlm. 305.

⁹ Effendy, Onong Uchjana. Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003, Hlm. 305.

¹⁰ Zaenal Mukarom, Teori-Teori Komunikasi, (Bandung: Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Gunung Djati Bandung), Hlm. 88.

berubah melalui komunikasi yaitu *Latitude of Acceptance* (Rentang Penerimaan), *Latitude of Rejection* (Rentang Penolakan), dan *Latitude of Noncommitment* (Rentang Netral).¹¹ Dalam konteks efektivitas strategi komunikasi teori ini dapat membantu menjelaskan bagaimana penilaian masyarakat terbentuk dan apakah strategi komunikasi panitia mampu mempengaruhi sikap serta pandangan mereka terhadap kegiatan tersebut.

3. Sosialisasi Kegiatan Masjid Al-Muttaqin

Sosialisasi kegiatan merupakan salah satu bentuk komunikasi yang dilakukan oleh lembaga atau organisasi untuk menyampaikan informasi kepada khalayak. Dalam konteks kehidupan keagamaan, masjid memiliki peran tidak hanya sebagai tempat ibadah, tetapi juga sebagai pusat kegiatan sosial dan keagamaan yang melibatkan masyarakat. Oleh karena itu, penyampaian informasi mengenai berbagai kegiatan masjid perlu dilakukan secara sistematis agar masyarakat mengetahui, memahami, dan memiliki kesempatan untuk berpartisipasi.¹² Masjid Al-Muttaqin sebagai salah satu masjid yang aktif di wilayah Kelurahan Medono, Kota Pekalongan, secara rutin melaksanakan berbagai kegiatan yang memerlukan keterlibatan warga. Proses sosialisasi dalam kegiatan masjid dapat dilakukan

¹¹ Syarif, Eddy, Pengaruh Media Sosial terhadap Sikap dan Pendapat Pemuda Mengenai Ujaran Kebencian, *Jurnal Common*, 2019, Hlm. 124.

¹² Delia Ayu Puspita Sari, Mohammad Insan Romadhan, Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana, Strategi Komunikasi Pemerintah Kota Surabaya dalam Mensosialisasikan Media Center Surabaya kepada Masyarakat, *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 2022, Hlm 212.

melalui media cetak, pengumuman langsung, maupun komunikasi lisan dari tokoh masyarakat dan panitia kegiatan. Keberhasilan penyelenggaraan kegiatan keagamaan sangat dipengaruhi oleh sejauh mana informasi tersebut sampai kepada masyarakat secara efektif.¹³

F. Penelitian Relevan

Beberapa penelitian yang serupa dengan yang dilakukan oleh peneliti antara lain:

1. Penelitian berjudul "Strategi Komunikasi Persuasif dalam Berdakwah pada Panitia Komunitas Punk Hijrah di Bandar Lampung" yang ditulis oleh Muhammad Ihsan Solihin pada tahun 2023 membahas strategi komunikasi persuasif yang digunakan oleh panitia Komunitas Punk Hijrah. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan observasi dan wawancara, penelitian ini menemukan bahwa strategi psikodinamika memanfaatkan emosi dan faktor kognitif untuk memengaruhi audiens, strategi sosiokultural membangun hubungan interpersonal antara panitia dan jemaah, serta strategi konstruksi makna menyederhanakan pesan dakwah agar lebih mudah dipahami. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi persuasif yang diterapkan

¹³ Zamghoni, Panitia Khitanan Maulid, Wawancara Via WhatsApp. Pekalongan, 11 Mei 2025.

efektif dalam membimbing anggota komunitas dalam proses hijrah dan membangun pemahaman keagamaan yang lebih baik.¹⁴

Persamaan kedua penelitian ini terletak pada penggunaan metode kualitatif untuk menganalisis strategi komunikasi persuasif dalam memengaruhi audiens, sementara perbedaannya terdapat pada objek dan konteks penelitian, di mana penelitian ini berfokus pada partisipasi masyarakat dalam khitanan maulid, sedangkan penelitian Ihsan Solihin meneliti dakwah dalam komunitas Punk Hijrah.

2. Penelitian berjudul "Strategi Komunikasi Persuasif oleh Komunitas Pemuda Berkain Surabaya dalam Melestarikan Kain Tradisional" yang ditulis oleh Nur Fadhilah Rachmawati dan Gilang Gusti Aji dari Universitas Negeri Surabaya pada tahun 2023. Bertujuan untuk mengungkap tujuan dan strategi yang diterapkan oleh komunitas Pemuda Berkain Surabaya dalam upaya melestarikan kain tradisional Indonesia di kalangan generasi muda.

Penelitian ini menjelaskan bagaimana perkembangan teknologi telah memengaruhi minat masyarakat muda dan mengalihkan perhatian mereka dari warisan budaya lokal, seperti kain tradisional. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus dan paradigma konstruktivis, dan teori

¹⁴ Muhammad Ihsan Solihin, Strategi Komunikasi Persuasif dalam Berdakwah pada Pengurus Komunitas Punk Hijrah di Bandar Lampung, *UIN Raden Intan Lampung*, 2023.

strategi komunikasi persuasif Melvin L. DeFleur dan Sandra J. Ball-Rokeach.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pemuda Berkain Surabaya memiliki tujuan utama untuk meningkatkan pengetahuan generasi muda tentang kain tradisional Indonesia dengan menghubungkan kain tradisional tersebut dengan gaya hidup dan minat generasi muda. Dalam konteks ini, strategi komunikasi persuasif menjadi kunci untuk mengaitkan kain tradisional dengan nilai dan minat yang relevan bagi generasi muda, sehingga mereka dapat lebih menghargai dan melestarikan warisan budaya tersebut.¹⁵

Persamaan dan perbedaan kedua penelitian ini adalah keduanya menggunakan pendekatan kualitatif untuk menganalisis efektivitas komunikasi persuasif. Namun, perbedaannya terletak pada fokus penelitian, di mana penelitian ini lebih menekankan pada sosialisasi pencegahan pernikahan dini oleh BKKBN melalui Forum GenRe, sedangkan penelitian di mana penelitian ini membahas komunikasi persuasif dalam kegiatan khitanan maulid.

3. Penelitian berjudul "Strategi Komunikasi Persuasif Majelis Taklim Khoirunnisa dalam Menarik Minat Warga Melalui Kegiatan Khitobah Ta'tsiriyah" yang ditulis oleh Aisyah Azizatunnida pada tahun 2023 membahas strategi komunikasi persuasif yang

¹⁵ Nur Fadhilah Rachmawati dan Gilang Gusti Aji, Strategi Komunikasi Persuasif oleh Komunitas Pemuda Berkain Surabaya dalam Melestarikan Kain Tradisional, *Jurnal The Commercium*, 2023.

diterapkan oleh Majelis Taklim Khoirunnisa untuk menarik minat warga melalui kegiatan rutin khitobah ta'tsiriyah. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dan teori komunikasi persuasif DeFleur & Ball-Rokeach, penelitian ini mengungkap tiga strategi utama: psikodinamika melalui pendekatan emosional dan media visual, sosiokultural dengan memanfaatkan relasi sosial, serta konstruksi makna untuk menyederhanakan pesan dakwah. Hasilnya menunjukkan bahwa strategi ini efektif dalam meningkatkan partisipasi warga dan memperkuat pemahaman agama mereka.¹⁶

Persamaan kedua penelitian terletak pada penggunaan metode kualitatif dan analisis strategi komunikasi persuasif dalam memengaruhi audiens, sementara perbedaannya terdapat pada objek dan media yang digunakan, di mana penelitian ini membahas strategi komunikasi persuasif dalam kegiatan khitobah ta'tsiriyah secara langsung, sedangkan penelitian Aisyah Azizatunnida meneliti strategi komunikasi Majelis Taklim dalam meningkatkan minat warga terhadap kajian keagamaan.

4. Penelitian dengan judul "Kegiatan Khitanan Maulid dalam Rangka HUT Yayasan Keluarga Batam Bekerja Sama dengan Akademi Kesehatan Kartini Batam dan Rumah Sakit Budi Kemuliaan Batam" yang ditulis oleh Victor Ed Palapessy, Halimaktun

¹⁶ Aisyah Azizatunnida, Strategi Komunikasi Persuasif Majelis Taklim Khoirunnisa dalam Menarik Minat Warga Melalui Kegiatan Khitobah Ta'tsiriyah, *UIN Sunan Gunung Djati Bandung 2023*.

Sakdiah, dan Fitri Febriani pada tahun 2024 membahas tentang pelaksanaan kegiatan khitanan maulid yang diselenggarakan dalam rangka perayaan HUT Yayasan Keluarga Batam.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif untuk mendokumentasikan pelaksanaan kegiatan dan mengevaluasi dampaknya terhadap kesehatan dan kesejahteraan masyarakat setempat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kegiatan ini berhasil meningkatkan akses masyarakat terhadap layanan kesehatan dan memperkuat kerjasama antarlembaga dalam mendukung pembangunan kesehatan di Batam.¹⁷

Persamaan kedua penelitian ini terletak pada penggunaan metode deskriptif untuk mendokumentasikan dan menganalisis suatu kegiatan yang melibatkan interaksi dengan masyarakat. Perbedaannya terletak pada fokus kajian dan konteks penelitian. berfokus pada kegiatan khitanan maulid sebagai bentuk pengabdian masyarakat dan kerjasama antarlembaga di bidang kesehatan, sementara penelitian ini fokus pada strategi komunikasi panitia dalam kegiatan khitanan maulid.

5. Penelitian dengan dengan judul "Strategi Komunikasi Persuasif Orang Tua dalam Membentuk Nilai Keagamaan pada Anak di Desa Kedunglengkong" yang ditulis oleh Afrilia Mustika

¹⁷ Victor E. D. Palapessy, Halimaktun Sakdiah, Fitri Febriani, Kegiatan khitanan maulid dalam rangka HUT Yayasan Keluarga Batam bekerja sama dengan Akademi Kesehatan Kartini Batam dan Rumah Sakit Budi Kemuliaan Batam, *Jurnal Pengabdian Kolaborasi dan Inovasi IPTEKS*, 2024.

Damayanti dan Qoni'ah Nur Wijayanti pada tahun 2024 membahas strategi komunikasi persuasif yang dilakukan oleh orang tua di Desa Kedunglengkong, khususnya di Dusun Badung, dalam membentuk nilai-nilai keagamaan pada anak-anak mereka.

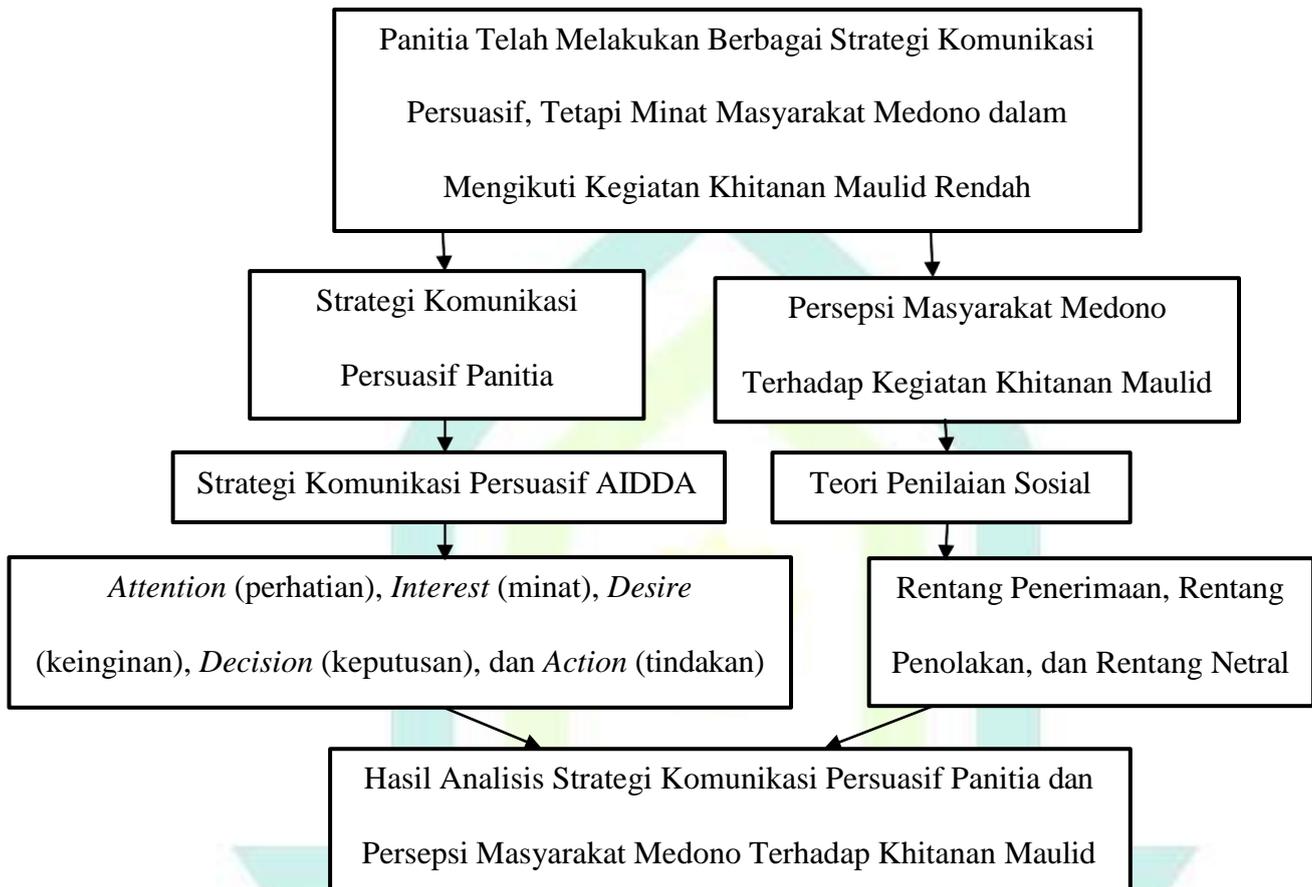
Penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk memahami bagaimana orang tua mempengaruhi anak dalam hal ibadah seperti shalat wajib, membaca Al-Quran, dan puasa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa orang tua menggunakan berbagai cara komunikasi persuasif, seperti mengajak shalat berjamaah, membaca Al-Quran, puasa sunnah bersama, menghadiri pengajian, serta memberikan contoh langsung. Penggunaan komunikasi persuasif ini terbukti efektif dalam membantu anak memahami dan mengamalkan nilai-nilai agama Islam dalam kehidupan sehari-hari.¹⁸

Persamaan kedua penelitian ini terletak pada penggunaan metode kualitatif untuk menganalisis strategi komunikasi persuasif dalam mempengaruhi audiens. Perbedaannya terletak pada fokus dan konteks penelitian. Penelitian Damayanti dan Wijayanti berfokus pada strategi komunikasi persuasif orang tua dalam membentuk nilai keagamaan pada anak di lingkungan keluarga dan

¹⁸ Afrilia Mustika Damayanti, Qoni'ah Nur Wijayanti, Strategi Komunikasi Persuasif Orang Tua dalam Membentuk Nilai Keagamaan pada Anak di Desa Kedunglengkong, *Jurnal Media Akademik*, 2024.

komunitas desa, sementara penelitian ini pada strategi komunikasi persuasif dalam kegiatan khitanan maulid.

G. Kerangka Berfikir



Gambar 1.1
Kerangka Berfikir

Penelitian ini berfokus dari permasalahan utama bahwa meskipun panitia telah melakukan berbagai strategi komunikasi persuasif, tingkat partisipasi masyarakat Kelurahan Medono dalam kegiatan khitanan maulid masih tergolong rendah. Kondisi ini mendorong perlunya kajian lebih mendalam mengenai bagaimana strategi komunikasi persuasif tersebut dirancang dan persepsi masyarakat Medono terhadap kegiatan khitanan

maulid. Penelitian ini menguraikan dua fokus utama. Pertama, strategi komunikasi persuasif yang dilakukan panitia, yang kemudian dianalisis menggunakan Teori Strategi Komunikasi Persuasif AIDDA. Teori ini menitikberatkan pada tiga aspek penting seperti: *Attention* (perhatian), *Interest* (minat), *Desire* (keinginan), *Decision* (keputusan), dan *Action* (tindakan). Kelima aspek ini menjadi dasar untuk menilai sejauh mana masyarakat mempercayai dan menerima pesan-pesan yang disampaikan panitia.

Fokus kedua terkait persepsi masyarakat Medono terhadap kegiatan khitanan maulid, yang dianalisis melalui Teori Penilaian Sosial. Teori ini menjelaskan bagaimana masyarakat merespon pesan komunikasi berdasarkan sikap awal mereka terhadap topik yang disampaikan. Respon tersebut dapat terbagi ke dalam rentang penerimaan, rentang penolakan, dan rentang netral, yang mencerminkan seberapa besar pesan komunikasi dapat memengaruhi perubahan sikap atau perilaku audiens.

Kedua jalur analisis ini melalui Teori Strategi Komunikasi Persuasif AIDDA dan Teori Penilaian Sosial mengarah pada hasil analisis menyeluruh terhadap strategi dan persepsi masyarakat Medono dalam kegiatan khitanan maulid. Dengan kerangka ini, penelitian berupaya mengungkap secara sistematis apa saja strategi komunikasi persuasif dari panitia dan persepsi masyarakat Medono tersebut. Serta merumuskan rekomendasi untuk meningkatkan keberhasilan strategi komunikasi persuasif di masa mendatang.

H. Metode Penelitian

Penyusunan metodologi penelitian memiliki peran yang sangat krusial karena hanya dengan metodologi yang terstruktur dan tepat, penelitian dapat dilakukan secara efektif. Metodologi penelitian mengacu pada pendekatan ilmiah yang dipilih oleh peneliti untuk memperoleh data yang relevan dan signifikan bagi penelitian. Data tersebut bisa berupa data primer, data sekunder, atau jenis data lainnya, sehingga peneliti merumuskan metodologi penelitian sebagai berikut:

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Pada penelitian ini, termasuk dalam jenis *field research* atau (penelitian lapangan) adalah penelitian di mana peneliti mengumpulkan data secara langsung dengan menggunakan pendekatan kualitatif.¹⁹ Pendekatan kualitatif ini berusaha untuk mencari pengertian yang mendalam dari gejala, realita dan fakta. Penelitian ini dilakukan dengan secara mendalam yang bersifat deskriptif. Deskriptif merupakan cara penelitian yang di fungsikan guna menampakkan gambaran letak terkait klarifikasi permasalahan sosial yang akan di teliti.²⁰ Yang bertujuan untuk memberikan deskripsi mendalam tentang bagaimana strategi dan

¹⁹ Aslihatul Rahmawati, Nur Halimah, Karmawan, Andika Agus Setiawan, Optimalisasi Teknik Wawancara Dalam Penelitian Field Research Melalui Pelatihan Berbasis Participatory Action Research Pada Mahasiswa Lapas Pemuda Kelas IIA Tangerang, *Jurnal Abdimas Prakasa Dakara*, 2024, Hlm 140.

²⁰ Muhammad Rijal Fadli, Memahami desain metode penelitian kualitatif, Yogyakarta, Humanika, *Jurnal Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, Vol. 21. No, 1, 2021 hal 37.

efektivitas komunikasi persuasif dalam kegiatan khitanan maulid di Masjid Al-Muttaqin.

2. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah segala sesuatu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dengan tujuan mendapatkan informasi dan menarik kesimpulan dari hasil penelitian.²¹ Dalam penelitian ini, objek yang diteliti adalah strategi komunikasi persuasif yang diterapkan oleh panitia Masjid Al-Muttaqin dalam kegiatan khitanan maulid di Kelurahan Medono, Kota Pekalongan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas strategi komunikasi tersebut dalam meningkatkan partisipasi masyarakat setempat.

3. Sumber Data

Data adalah unsur penting dalam penelitian untuk menentukan kualitas dari sebuah hasil penelitiannya. Ada dua jenis data yang dapat digunakan dalam penelitian:

- a. Sumber data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber aslinya melalui wawancara, survei, atau eksperimen. Data ini dianggap lebih akurat dan relevan karena diperoleh secara langsung sesuai dengan konteks penelitian. Data ini berasal dari objek penelitian itu sendiri,

²¹ Riskandyani, Krismanti, Pengaruh Kecerdasan Intelektual, Kecerdasan Emosional, Kecerdasan Spiritual, dan Kecerdasan Adversitas terhadap Kinerja Auditor, Universitas Pendidikan Indonesia, 2020, Hlm 49.

dalam hal ini sumber data didapatkan dari Kegiatan Khitanan Maulid di Masjid Al-Muttaqin Medono.

- b. Sumber data sekunder, Data sekunder diperoleh dari sumber yang sudah tersedia, seperti laporan atau artikel, dan berguna untuk memberikan konteks serta memperkaya wawasan, meskipun tidak selalu sepenuhnya relevan dengan fokus penelitian.²²

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini terdiri dari tiga metode utama, yang mencakup observasi, wawancara, dan dokumentasi.

- a. Observasi adalah cara mengamati dan mencatat suatu fenomena atau kejadian yang sedang diteliti. Observasi ini dilakukan untuk memahami strategi komunikasi persuasif panitia Masjid Al-Muttaqin dalam kegiatan khitanan maulid di Kelurahan Medono. Penelitian menggunakan observasi partisipatif dan terstruktur, dengan fokus pada penyampaian pesan, respons orang tua peserta, serta media komunikasi yang digunakan. Objek yang diamati meliputi panitia,

²² Undari Sulung, Mohamad Muspawi, Memahami Sumber Data Penelitian: Primer, Sekunder, dan Tersier, Edu Research Jurnal Penelitian Pendidikan, Volume 5, Nomor 3, 2024, Hlm 112.

orang tua peserta dan masyarakat sekitar. Data dicatat melalui catatan lapangan, serta dokumentasi foto.²³

- b. Wawancara adalah sebuah proses interaksi komunikasi yang dilakukan oleh sekurang-kurangnya dua orang atau lebih atas dasar ketersediaan. Peneliti melakukan wawancara sebanyak 15 Orang. Wawancara ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi persuasif panitia Masjid Al-Muttaqin diterapkan dan persepsi masyarakat Medono terhadap kegiatan khitanan maulid.

Menggunakan wawancara semi-terstruktur, subjeknya meliputi panitia masjid, orang tua peserta dan masyarakat sekitar. Pertanyaan berfokus pada strategi komunikasi persuasif yang digunakan dan efektivitas dari strategi tersebut. Data dikumpulkan melalui rekaman, catatan lapangan, dan transkripsi, dilakukan secara langsung maupun daring sesuai ketersediaan narasumber.²⁴

- c. Dokumentasi dalam penelitian ini digunakan untuk mendukung data observasi dan wawancara dengan mengumpulkan bukti tertulis, foto, atau rekaman terkait kegiatan khitanan maulid di Masjid Al-Muttaqin. Data dokumentasi meliputi arsip promosi, laporan kegiatan,

²³ Hasibuan, M. P., Azmi, R., Arjuna, D. B., & Rahayu, S. U. Analisis Pengukuran Temperatur Udara dengan Metode Observasi. *GABDIMAS: Jurnal Garuda Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2023, Hlm. 8-9.

²⁴ Romdona, S., Junista, S. S., & Gunawan, A. Teknik Pengumpulan Data: Observasi, Wawancara, dan Kuesioner. *JISOSEPOL: Jurnal Ilmu Sosial Ekonomi dan Politik*, 2025, Hlm 43.

daftar peserta, serta foto selama acara berlangsung.

Dokumentasi ini bertujuan untuk memberikan gambaran nyata atau rekaman suatu peristiwa yang sudah terjadi sebagai bukti atau referensi di masa depan seperti brosur, pamflet, dan foto untuk mendukung pengumpulan data.

5. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian berada di Masjid Al-Muttaqin, Kelurahan Medono, Kota Pekalongan.

6. Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

Sampel data dalam penelitian ini terdiri dari dua kelompok utama, yaitu panitia kegiatan khitan massal, dan orang tua peserta khitan. Pengambilan sampel dari panitia kegiatan khitanan maulid melibatkan pemilihan individu yang terlibat dalam perencanaan dan pelaksanaan kegiatan tersebut. Sementara itu, dalam pengambilan sampel dari orang tua peserta khitan dilakukan pemilihan secara acak atau berdasarkan kriteria tertentu untuk memastikan representasi yang sesuai dalam penelitian ini.

I. Teknik Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini mengikuti pendekatan Miles dan Huberman. Terdapat tiga tahapan utama dalam aktivitas analisis data:

1. Reduksi data, ini melibatkan pemilihan data yang relevan dengan judul, sambil menghilangkan data yang tidak relevan, seperti data dari wawancara, observasi, atau dokumentasi yang tidak terkait.²⁵
2. Display data, pada tahap ini data yang telah terpilih akan diolah lebih lanjut, diatur secara sistematis untuk memudahkan pemahaman. Hasil wawancara akan disusun sesuai dengan topik dan sub-topik yang ada. Hasil observasi juga akan diatur berdasarkan permasalahan penelitian, begitu pula dengan data dokumentasi yang terkumpul.²⁶
3. Verifikasi dan penarikan kesimpulan, tahapan ini melibatkan analisis lebih mendalam terhadap data-data yang telah disusun. Peneliti mencoba untuk menemukan makna di balik data-data wawancara, observasi, dan dokumentasi yang telah terkumpul. Selain itu, peneliti juga akan menyimpulkan dan memverifikasi data-data tersebut untuk menghasilkan temuan penelitian yang kuat.²⁷

²⁵ Handoko, Wijaya, H. A., & Lestari, A, Metode Penelitian Kualitatif Panduan Praktis untuk Penelitian Administrasi Pendidikan. (Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024), Hlm. 14.

²⁶ Umrati, Hengki Wijaya, Analisis Data Kualitatif Teori Konsep dalam Penelitian Pendidikan, (Makasar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray, 2020), Hlm. 88.

²⁷ M. Afdhal Chatra P, Komang Ayu Henny Achjar, Ningsi, Muhamad Rusliyadi, A. Zaenurrosyid, Nini Apriani Rumata, Iin Nirwana, Ayuliamita Abadi, Metode Penelitian kualitatif Panduan Praktis untuk Analisis Data Kualitatif dan Studi Kasus, (Jambi: PT Sonpedia Publishing Indonesia, 2023), Hlm. 55.

J. Sistematika Penulisan

1. **BAB I** berisi pendahuluan yang mencakup bagaimana latar belakang, apa saja rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metode penelitian, dan yang terakhir sistematika penulisan.
2. **BAB II** berisi landasan teori, penjelasan komunikasi persuasif, teori strategi komunikasi persuasif AIDDA dan teori penilaian sosial.
3. **BAB III** Berisi gambaran umum khitanan maulid di Masjid Al-Muttaqin Medono, Kota Pekalongan, serta jawaban dari rumusan masalah pertama dan kedua.
4. **BAB IV** berisi analisis terhadap strategi komunikasi persuasif dan persepsi masyarakat Medono terhadap kegiatan khitanan Maulid di Kelurahan Medono, Kota Pekalongan, dengan menggunakan Teori Strategi Komunikasi Persuasif AIDDA dan Teori Penilaian Sosial untuk memahami peningkatan partisipasi masyarakat setempat, khususnya dalam perbandingan antara tahun 2023 dan 2024.
5. **BAB V** penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis terhadap strategi komunikasi persuasif yang diterapkan oleh panitia Masjid Al-Muttaqin dalam kegiatan khitanan maulid di Kelurahan Medono, Kota Pekalongan, dapat disimpulkan bahwa panitia menerapkan strategi komunikasi formal seperti, pembentukan panitia khusus khitab, pengumuman di masjid sebelum khutbah Jumat, penyebaran poster dan banner di mushola serta lingkungan sekitar, serta pemanfaatan media digital seperti status *WhatsApp* panitia.

Di sisi lain, strategi komunikasi informal melalui rekomendasi dari teman dan kerabat, keterlibatan tenaga medis, pemberian insentif berupa pesangon, baju koko, dan sarung gratis, serta penyelenggaraan pawai khitan menjadi faktor utama dalam meningkatkan daya tarik acara dan membangun kepercayaan masyarakat. Strategi komunikasi persuasif ini terbukti berjalan dengan baik, dengan pawai khitan sebagai faktor utama yang mendorong partisipasi masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas peserta mengikuti acara bukan hanya karena penyebaran informasi melalui metode formal dan informal, tetapi karena daya tarik yang ditimbulkan oleh pawai.

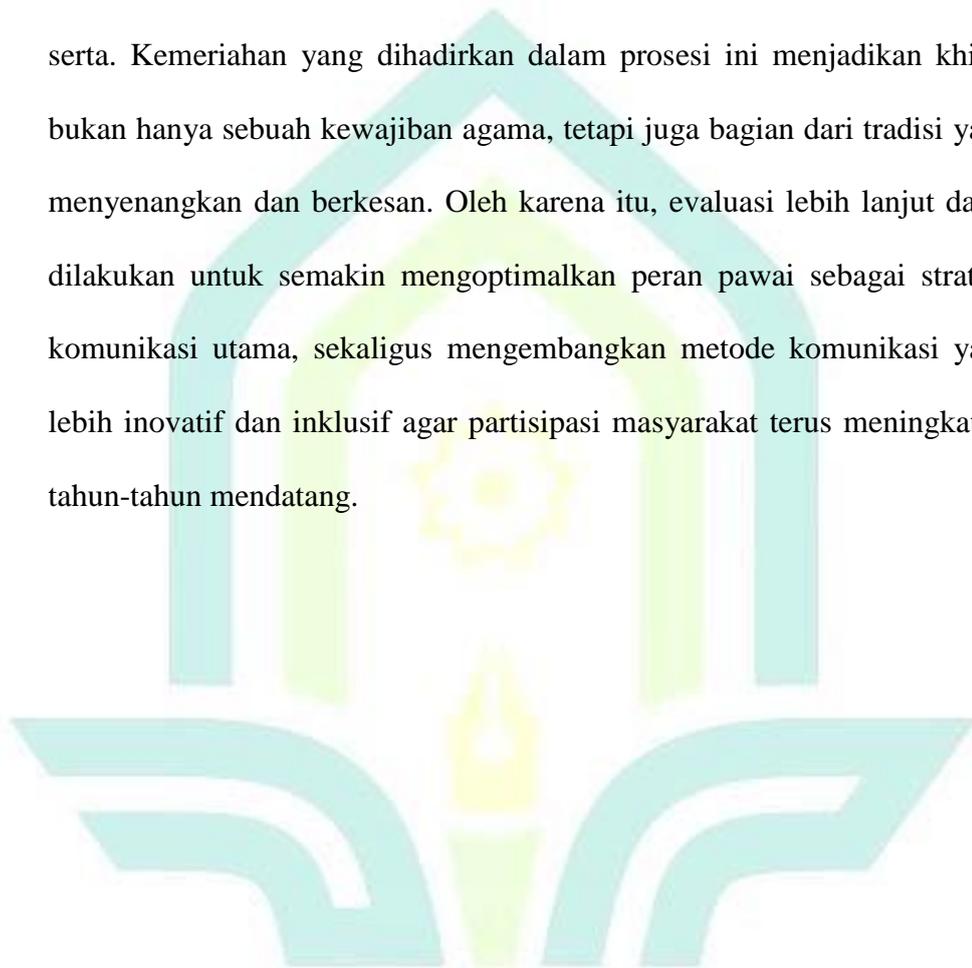
Berdasarkan Teori AIDDA, panitia berhasil menarik perhatian (*attention*) masyarakat melalui media komunikasi seperti banner, famlet,

dan pawai khitan yang meriah. Selanjutnya, mereka membangun minat (*interest*) dengan menghadirkan tenaga medis yang memadai dan berpengalaman, sehingga menumbuhkan rasa aman dan percaya. Keinginan (*desire*) masyarakat untuk ikut serta diperkuat oleh testimoni positif dari kerabat atau teman yang pernah mengikuti kegiatan tersebut. Tahap keputusan (*decision*) terwujud saat masyarakat memutuskan mendaftarkan anak mereka, dan akhirnya menghasilkan tindakan (*action*) berupa peningkatan partisipasi, khususnya dari warga Medono pada tahun 2024.

Sementara itu, berdasarkan Teori Penilaian Sosial, mayoritas orang tua peserta berada dalam kategori *latitude of acceptance*, yang menunjukkan bahwa mereka menerima pesan komunikasi persuasif dan memilih untuk berpartisipasi dalam acara. Faktor utama yang mendorong keputusan ini adalah pawai khitan yang meriah, yang menciptakan antusiasme tinggi di kalangan anak-anak. Namun, masih terdapat kelompok netral dalam *latitude of noncommitment*, yang menyatakan bahwa mereka belum memiliki urgensi untuk ikut serta tetapi terbuka terhadap kemungkinan berpartisipasi di masa depan. Selain itu, ditemukan pula kelompok kecil dalam *latitude of rejection*, yang umumnya menolak untuk ikut karena alasan ekonomi atau preferensi pribadi, seperti memilih untuk melakukan khitan secara mandiri.

Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa strategi komunikasi persuasif yang diterapkan panitia Masjid Al-Muttaqin tidak

hanya berfokus pada penyebaran informasi, tetapi juga pada pembangunan kepercayaan dan penciptaan daya tarik sosial yang mendorong masyarakat untuk berpartisipasi. Faktor utama yang terbukti paling efektif dalam menarik minat peserta adalah pawai khitan, yang menciptakan atmosfer meriah dan membentuk antusiasme anak-anak serta orang tua untuk ikut serta. Kemeriahan yang dihadirkan dalam prosesi ini menjadikan khitan bukan hanya sebuah kewajiban agama, tetapi juga bagian dari tradisi yang menyenangkan dan berkesan. Oleh karena itu, evaluasi lebih lanjut dapat dilakukan untuk semakin mengoptimalkan peran pawai sebagai strategi komunikasi utama, sekaligus mengembangkan metode komunikasi yang lebih inovatif dan inklusif agar partisipasi masyarakat terus meningkat di tahun-tahun mendatang.



B. Saran

Praktis

Peneliti menyarankan kepada panitia Masjid Al-Muttaqin agar mempertahankan strategi komunikasi persuasif yang telah diterapkan, dengan fokus utama pada penyelenggaraan pawai khitan, yang terbukti menjadi faktor paling efektif dalam menarik partisipasi masyarakat. Pawai yang meriah dengan drumband, kreativitas remaja mushola, dan musik tradisional telah membentuk pengalaman positif bagi anak-anak, mendorong mereka untuk ikut serta dalam prosesi khitan. Oleh karena itu, panitia perlu terus mengembangkan konsep pawai agar semakin menarik dan meningkatkan keterlibatan masyarakat.

Selain itu, pemanfaatan media digital seperti *WhatsApp* tetap perlu dioptimalkan sebagai alat penyebaran informasi yang cepat dan langsung. Pengumuman di masjid sebelum khutbah Jumat, distribusi poster dan banner di mushola serta lingkungan sekitar, serta rekomendasi dari teman dan kerabat masih menjadi strategi penting dalam memperluas jangkauan komunikasi. Namun, untuk meningkatkan visibilitas acara dan menjangkau generasi muda, panitia dapat mempertimbangkan pemanfaatan platform media sosial seperti Instagram atau TikTok sebagai bagian dari strategi komunikasi digital.

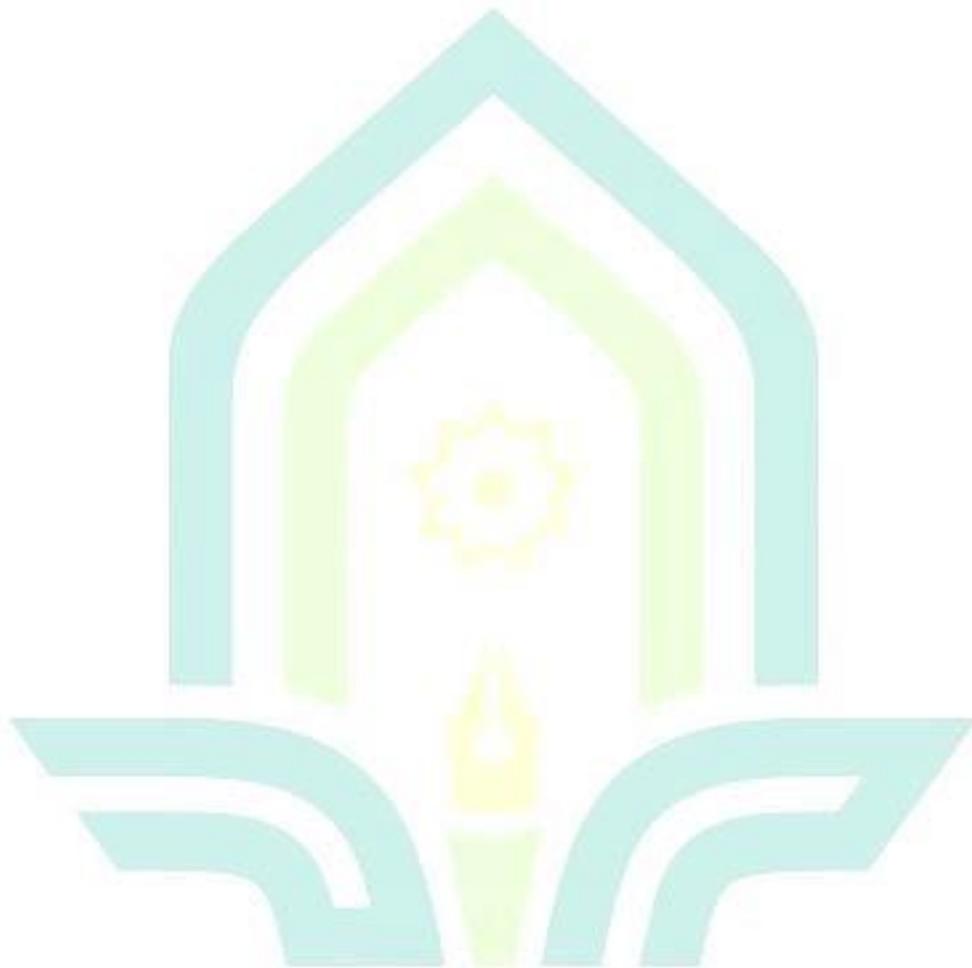
Pendekatan sosial budaya yang telah diterapkan, seperti keterlibatan tenaga medis yang memberikan rasa aman bagi peserta,

pemberian insentif berupa pesangon, baju koko, dan sarung gratis, serta pawai khitan yang menjadi daya tarik utama, perlu terus dipertahankan dan dikembangkan agar semakin memperkuat keberlanjutan acara. Evaluasi rutin terhadap efektivitas media promosi dan metode komunikasi juga perlu dilakukan untuk memastikan bahwa strategi yang digunakan tetap relevan dan terus meningkatkan partisipasi masyarakat di tahun-tahun mendatang. Dengan mengoptimalkan pawai sebagai elemen komunikasi persuasif utama, acara ini dapat semakin diperkuat sebagai bagian dari tradisi sosial yang berkesan dan dinanti setiap tahun.

Akademis

Peneliti berharap agar penelitian selanjutnya dapat lebih mendalam dan menyeluruh dibandingkan dengan penelitian ini. Selain itu, peneliti juga berharap penelitian ke depan dapat lebih menitikberatkan pada analisis dampak dari strategi komunikasi persuasif yang digunakan terhadap peningkatan partisipasi masyarakat secara kuantitatif. Penelitian lanjutan juga disarankan untuk meninjau lebih jauh pengaruh faktor eksternal seperti ekonomi, budaya lokal, serta peran tokoh masyarakat dalam mendukung keberhasilan strategi komunikasi tersebut. Hal ini dikarenakan dalam penelitian ini belum dibahas secara komprehensif mengenai elemen-elemen tersebut. Harapannya, dengan adanya penelitian selanjutnya yang lebih relevan dan menyeluruh, maka akan semakin melengkapi serta memperkuat pemahaman tentang strategi komunikasi dalam konteks kegiatan sosial berbasis keagamaan, khususnya terkait

strategi komunikasi persuasif panitia dalam kegiatan khitanan maulid di Masjid Al-Muttaqin Medono, Kota Pekalongan, sekaligus mengoreksi dan menyempurnakan hasil penelitian sebelumnya maupun yang akan datang.



DAFTAR PUSTAKA

Abdillah. Wawancara Langsung. Pekalongan, 15 Mei 2025.

Abdul Murip. Wawancara Langsung. Pekalongan, 15 Mei 2025.

Achjar, K. A. H., Rusliyadi, M., Zaenurrosyid, A., Rumata, N. A., Nirwana, I., & Abadi, A. (2023). *Metode penelitian kualitatif: Panduan praktis untuk Indonesia*.

Agustina, W., Widana, I. K., & Marnani, C. S. (2024). Tantangan dan Peluang Komunikasi Persuasif dalam Membangun Kepercayaan Publik dan Mendukung Proses Rekonstruksi Pasca Bencana. *Jurnal Kewarganegaraan*, 8(1), 410-417.

Amru, Z. U. (2025). Strategi Komunikasi Persuasif Penyandang Disabilitas Tunagrahita dalam Kemampuan Berinteraksi Sosial. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(1), 248-258.

Annisa, A., & Adiwibowo, B. S. (2025). Strategi Komunikasi Persuasif Forum Generasi Berencana di Wilayah Kembangan dalam Meningkatkan Kesadaran Remaja Tentang Pernikahan Dini Berdasarkan Model AISAS. *JIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 8(3), 3072-3080.

Ariful. Wawancara Langsung. Pekalongan, 30 April 2025.

Awaludin, A., & Sulaiman, I. (2020). KREDIBILITAS ANGGOTA DPRD KABUPATEN SUBANG Hj. ELITA BUDIATI DI MATA MASYARAKAT KECAMATAN CIJAMBE: Pendekatan Deskriptif Kuantitatif Pada Masyarakat Kecamatan Cijambe. *OMNICOM: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2), 1-9.

Azizatunnida, A. (2023). *Strategi komunikasi persuasif Majelis Taklim Khoirunnisa dalam menarik minat warga melalui kegiatan Khitobah Ta'tsiriyah* (Doctoral dissertation, UIN Sunan Gunung Djati Bandung).

Claria, D. A. K., & Sariyani, N. K. (2020). Metode Komunikasi Persuasif untuk Meningkatkan Motivasi Berwirausaha Masyarakat di Desa Kesiman Kertalangu pada Masa Pandemi Covid-19. *Linguistic Community Services Journal*, 1(1), 1-8.

Damayanti, A. M., Qoni'ah Nur Wijayanti, S. I., & Ikom, M. (2024). Strategi Komunikasi Persuasif Orang Tua dalam Membentuk Nilai Keagamaan pada Anak di Desa Kedunglengkong. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 2(1).

Darmawan, M. A. B. (2025). *Komunikasi Bisnis*. Bumi Aksara.

DWI LAKSONO, R. U. D. Y., JUDIJANTO, L., PRATIWI BATUBARA, R. I. M. A., & MUKJIZAT SAKTI, S. R. (2024). PENGANTAR KOMUNIKASI DASAR-DASAR KOMUNIKASI EFEKTIF.

Efendi, E., Ayubi, M., & Aulia, N. (2023). Model-Model Komunikasi Linear. *Jurnal Pendidikan dan Konseling (JPDK)*, 5(1), 3899-3906.

Effendi, Onong Uchaja. 1984. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Bandung : Remaja Rosdakarya

El Karimah, K., Kamilah, I., & Setiawan, A. (2024). PENGARUH KREDIBILITAS KOMUNIKATOR TERHADAP KOHESIVITAS KELOMPOK: PENGARUH KREDIBILITAS KOMUNIKATOR TERHADAP KOHESIVITAS KELOMPOK. *Jurnal Kajian Budaya dan Humaniora*, 6(3), 219-227.

Erni, S. (2023). *KOMUNIKASI PERSUASIF DA „I DALAM PEMBENTUKAN KARAKTER ISLAMI PADA ANAK DI MUHAMMADIYAH BOARDING SCHOOL AT-TANWIR KECAMATAN SUKARAME BANDAR LAMPUNG* (Doctoral dissertation, UIN RADEN INTAN LAMPUNG).

Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika, Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 21(1), 33-54.

Faros. Wawancara Langsung. Pekalongan, 15 Mei 2025.

Faza. Wawancara Langsung. Pekalongan, 5 Mei 2025.

Fitriyani, N., Zahra, L., Patmawati, S., Amanda, F. A., & Fahmy, A. F. R. (2023, September). Eksplorasi Etnomatematika pada Tradisi Kirab Khitanan

Massal di Pekalongan Barat. In *SANTIKA: Seminar Nasional Tadris Matematika* (Vol. 3, pp. 578-585)..

Harahap, S. R. (2023). *Strategi Komunikasi Persuasif Akun Tiktok@ Risyad_Bay Dalam Berdakwah* (Bachelor's thesis, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).

Hasan, H. (2022). Pengembangan sistem informasi dokumentasi terpusat pada stmik tidore mandiri. *Jurasik (Jurnal Sistem Informasi Dan Komputer)*, 2(1), 23-30.

Hasibuan, M. P., Azmi, R., Arjuna, D. B., & Rahayu, S. U. (2023). Analisis pengukuran temperatur udara dengan metode observasi. *Jurnal Garuda Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 8-15.

Heryanto, H., & Utami, A. B. (2022). Komunikasi Persuasif Penggalangan Dana Kitabisa. *Konvergensi: jurnal ilmiah ilmu komunikasi*, 3(1).

Khariiri. Wawancara Langsung. Pekalongan, 15 Mei 2025.

Khumaizi. Wawancara Langsung. Pekalongan, 28 April 2025.

Krisdianto, D. (2024). Komunikasi Persuasif Dakwah Nabi Muhammad Menanggapi Penawaran Menghentikan Dakwah oleh Pemuka Quraisy. *Bil Hikmah: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 2(2), 419-436.

Makmun. Wawancara Langsung. Pekalongan, 8 Mei 2025.

Masruri, A. (2022). *Strategi Komunikasi Persuasif dalam Mempromosikan SMK Diponegoro Banyuwangi-Batang Sebagai Sekolah Islami* (Doctoral dissertation, UIN KH Abdurrahman Wahid Pekalongan).

Maulida, H. (2020). Kredibilitas Komunikator Jurus Sehat Rasulullah di Kalangan Followers Instagram@ Zaidulakbar (Communication Credibility of the Healthy Way of the Prophet on Instagram Followers@ Zaidulakbar). *Jurnal Dakwah Risalah*, 31(1), 1-20.

Morissan, dan Wardhany, Andi Corry, Dr. (2009). *Teori Komunikasi*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Muhammad, I. S. (2023). *STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM BERDAKWAH PADA PANITIA KOMUNITAS PUNK HIJRAH DI BANDAR LAMPUNG* (Doctoral dissertation, UIN RADEN INTAN LAMPUNG).

Mulyana, Deddy. (2016). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Musbihin. Wawancara Langsung. Pekalongan, 15 Mei 2025.

Nurrachmah, S. (2024). Analisis strategi komunikasi dalam membangun hubungan interpersonal yang efektif. *Jurnal Inovasi Global*, 2(2), 265-275.

Palapessy, V. E., Sakdiah, H., & Febriani, F. (2024). *KEGIATAN KHITANAN MAULID DALAM RANGKA HUT YAYASAN KELUARGA BATAM*

BEKERJA SAMA DENGAN AKADEMI KESEHATAN KARTINI
BATAM DAN RUMAH SAKIT BUDI KEMULIAAN BATAM. *Jurnal
Pengabdian Kolaborasi dan Inovasi IPTEKS*, 2(1), 191-196.

Pambayun, E. L., & Saragih, N. (2024). *Teori Komunikasi dalam Lima Sila:
Implementasi Pancasila dalam Kehidupan Berbangsa*. Nuansa Cendekia.

Pamungkas, D. S., Saputra, I. B., & Laksana, A. (2024). Strategi komunikasi
digital melalui media sosial untuk membangun kepercayaan
konsumen. *Konsensus: Jurnal Ilmu Pertahanan, Hukum dan Ilmu
Komunikasi*, 1(6), 88-94.

Prasetyo, B. D., & Febriani, N. S. (2020). *Strategi branding: Teori dan perspektif
komunikasi dalam bisnis*. Universitas Brawijaya Press.

Puspitasari, M., & Abidin, S. (2024). PENGARUH KREDIBILITAS BERITA
DAN JENIS BERITA PADA KONTEN INSRAGRAM@
BATAMNEWSONLINE TERHADAP TINGKAT KEPERCAYAAN
FOLLOWERS: PENDAHULUAN, KAJIAN TEORI, METODOLOGI
PENELITIAN, HASIL DAN PEMBAHASAN, SIMPULAN, DAFTAR
PUSTAKA. *Scientia Journal: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 6(2).

Rahmawati, A., Halimah, N., Karmawan, K., & Setiawan, A. A. (2024).
Optimalisasi Teknik Wawancara Dalam Penelitian Field Research Melalui
Pelatihan Berbasis Participatory Action Research Pada Mahasiswa Lapas

Pemuda Kelas IIA Tangerang. *Jurnal Abdimas Prakasa Dakara*, 4(2), 135-142.

Rachmawati, N. F., & Aji, G. G. (2023). Strategi Komunikasi Persuasif Oleh Komunitas Pemuda Berkain Surabaya Dalam Melestarikan Kain Tradisional. *The Commercium*, 7(1), 179-189.

Riskandayani, K. (2020). *Pengaruh Kecerdasan Intelektual, Kecerdasan Emosional, Kecerdasan Spiritual, dan Kecerdasan Adversitas Terhadap Kinerja Auditor* (Doctoral dissertation, Universitas Pendidikan Indonesia).

Rizky, F. U., & Syam, N. (2021). Komunikasi persuasif konten youtube kementerian agama dalam mengubah sikap moderasi beragama. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(1), 16-33.

Robin. Wawancara Langsung. Pekalongan, 27 April 2025.

Romdona, S., Junista, S. S., & Gunawan, A. (2025). TEKNIK PENGUMPULAN DATA: OBSERVASI, WAWANCARA DAN KUESIONER. *JISOSEPOL: Jurnal Ilmu Sosial Ekonomi dan Politik*, 3(1), 39-47.

Roudhonah, 2013. Dr. Hj. Ilmu Komunikasi. Jakarta: Atma Kencana Publishing.

Ryan. Wawancara Langsung. Pekalongan, 2 Mei 2025.

Safitri, A. A., Rahmadhany, A., & Irwansyah, I. (2021). Penerapan teori penetrasi sosial pada media sosial: Pengaruh pengungkapan jati diri melalui TikTok terhadap penilaian sosial. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 1-9.

Salim, E. (2022). Teknik Komunikasi Persuasif Panitia Panti Asuhan Al Akbar Pekanbaru. *Jurnal Sosio-Komunika*, 1(1), 107-115.

Silviani, I. (2020). *Komunikasi organisasi*. Scopindo Media Pustaka.

Silviani, I., & Darus, P. (2021). *Strategi Komunikasi Pemasaran Menggunakan*
pustaka.

Sulistiyastuti, I. A. A. (2020). *Strategi Komunikasi Persuasif Gojek Dalam Menarik Minat Pelanggan (studi kasus Gojek di Wilayah Ponorogo)* (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo).

Sy, A. A., & Kusumajanti, K. (2024). Kredibilitas Shella Saukia dan Pengaruhnya dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian di Era Pemasaran Digital. *Sospol*, 10(2), 173-185.

Sulung, U., & Muspawi, M. (2024). Memahami sumber data penelitian: Primer, sekunder, dan tersier. *Edu Research*, 5(3), 110-116.

Tanjung, A. S. (2024). Komunikasi Persuasif Pimpinan dalam Membentuk Karakter Santri Pondok Pesantren Azhar Center Kabupaten Labuhan Batu Utara. *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*.

Tholabudin. Wawancara Langsung. Pekalongan, 9 Mei 2025.

Umrati, W. (2020). Hengki. *Analisis Data Kualitatif Teori Konsep Dalam Penelitian Pendidikan. Makasar: Sekolah Tinggi Filsafat Jaffray*.

Wahinin. Wawancara Langsung. Pekalongan, 15 Mei 2025.

Yani. Wawancara Langsung. Pekalongan, 15 Mei 2025.

Yanti, E. M., & Aprianti, N. F. (2025). *Komunikasi Efektif dalam Praktik Kebidanan*. Penerbit NEM.

Zamghoni. Wawancara Via WhatsApp. Pekalongan, 11 Januari 2025.



