LEVITASI
Jurnal Komunikasi Media & Budaya
Journal Homepage: https://journal.persadakomunika.com/index.php/levitasi

Komunikasi Persuasif Dakwah Gus Dayat Dalam Transformasi Anak Jalanan Di Komunitas Majelis Preman Kota Tangerang

[1]Mohamad Rizal [2] Faisal Tomi Saputra [3]Ari Suseno

[123]University Islam Syekh-Yusuf Tangerang

Email: rizalmohamad306@gmail.com

Article Info

Submitted 25 Agustus 2025

Revised 4 September 2025

Publised 8 September 2025

ABSTRACT

This study aims to analyze the persuasive communication of Gus Dayat in his da'wah to street children within the Majelis Preman Community in Tangerang City. The focus of the research includes the forms of persuasive communication applied, the process of reconstructing meaning and transforming the identity of street children, as well as the role of the community in supporting behavioral change. The study employed a qualitative approach with a case study method and used George Herbert Mead's Symbolic Interactionism theory (mind, self, society) as the analytical framework. Data were collected through in-depth interviews with five informants (Gus Dayat, three street children under his guidance, and one community administrator), participant observation, and documentation. The findings reveal that Gus Dayat carries out da'wah in a personal, empathetic, and symbolic manner, utilizing simple language, humor, and real-life experiences to foster closeness, stimulate reflection, and encourage transformation. The Majelis Preman Community functions as a supportive social environment by fostering religious values, solidarity, and positive habits. Theoretically, this study affirms the effectiveness of humanistic persuasive communication in reaching marginalized groups. Practically, it provides strategic insights for preachers, social workers, and Islamic institutions in developing community-based da'wah models that integrate spiritual guidance with social empowerment.

Keywords: Persuasive Communication, Da'wah, Street Children, Majelis Preman, Symbolic Interactionism.

A. PENDAHULUAN

Fenomena anak jalanan di Indonesia hingga kini masih menjadi persoalan sosial yang kompleks dan belum terselesaikan. Kehidupan mereka identik dengan kemiskinan, keterbatasan akses pendidikan, minimnya bimbingan moral, serta stigma negatif dari masyarakat. Kondisi ini membuat anak jalanan rentan mengalami eksploitasi, terjerumus dalam perilaku menyimpang, hingga sulit memperoleh kesempatan sosial maupun pendidikan formal yang layak. Data

Kementerian Sosial mencatat bahwa anak jalanan merupakan salah satu kelompok penyandang masalah kesejahteraan sosial yang jumlahnya signifikan di kota-kota besar, termasuk Tangerang, dengan risiko tinggi terhadap keterasingan sosial dan kriminalitas (Mubasyaroh, 2017).

Secara ideal, anak-anak seharusnya memperoleh hak pendidikan, bimbingan keluarga, serta lingkungan sosial yang kondusif bagi perkembangan kepribadian dan masa depan mereka. Namun kenyataannya, anak jalanan seringkali terjebak dalam lingkaran stigma "nakal" dan "preman", yang membuat mereka semakin jauh dari ruang sosial formal. Celah inilah yang menunjukkan adanya kesenjangan antara kondisi ideal dan kondisi faktual di lapangan, yang memerlukan intervensi sosial, pendidikan, dan spiritual yang lebih humanis. sitasi yang ada di skripsi saya yang paling relevan dan cocok (Utami & Abas, 2021).

Dalam konteks ini, dakwah berperan penting bukan hanya sebagai sarana penyampaian ajaran agama, tetapi juga sebagai media komunikasi transformatif yang dapat mempengaruhi cara pandang, sikap, hingga perilaku. Dakwah yang bersifat persuasif menjadi relevan karena mampu menyentuh sisi emosional audiens, membangun rasa percaya, serta memotivasi perubahan perilaku dengan pendekatan bahasa sederhana, penuh empati, dan sesuai dengan realitas hidup audiens (Mubasyaroh, 2017).

Dalam penelitian terdahulu, tercermin dalam kajian tentang **Tasawuf Underground**, di mana pesan informatif dan persuasif menjadi strategi utama dalam praktik dakwah komunitas tersebut. Relawan Tasawuf Underground menggunakan pilihan pesan dalam bahasa *mad'u* (audiens dakwah) yang sederhana dan komunikatif, sehingga mampu memberikan dampak emosional mendalam pada hati anak-anak punk sebagai objek dakwah dari komunitas tasawuf underground.(Abdurahman & Saputra, 2021)

Begitu juga dalam dakwah yang dilakukan oleh Gus Dayat melalui Komunitas Majelis Preman di Kota Tangerang. Berangkat dari kedekatannya dengan dunia jalanan, Gus Dayat berhasil mengemas dakwah dalam bentuk komunikasi persuasif yang membumi, realistis, dan diterima oleh anak jalanan. Melalui pendekatan personal dan empatik, ia tidak hanya menyampaikan ajaran agama, tetapi juga mengubah stigma negatif "preman" menjadi identitas baru yang lebih religius dan produktif (Utami & Abas, 2021).

Dengan latar belakang tersebut, penelitian ini dilakukan untuk mengkaji strategi komunikasi persuasif Gus Dayat dalam dakwah, menganalisis proses interaksi simbolik yang terbentuk antara da'i dan anak jalanan, serta mengungkap peran komunitas Majelis Preman dalam mendukung transformasi identitas sosial mereka. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan kajian komunikasi persuasif dalam dakwah, sekaligus kontribusi praktis bagi model pembinaan anak jalanan melalui pendekatan komunitas yang lebih inklusif dan humanis.

B. TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian mengenai komunikasi persuasif dalam dakwah telah dilakukan dalam berbagai konteks (Hatami et al., 2023). menemukan bahwa dakwah persuasif KH. Husaini Hanafi di Balikpapan menggunakan pendekatan kekeluargaan dengan teknik partisipasi, asosiasi, dan pay-off yang terbukti efektif dalam meningkatkan pemahaman agama jamaah. Sementara itu, (Komara, 2021). meneliti strategi dakwah internasional Dr. Zakir Naik, yang menekankan teknik asosiasi, integrasi, reward, dan red herring untuk menjangkau audiens lintas budaya, termasuk non-Muslim.

Kajian lain oleh (Mubasyaroh, 2017). menunjukkan pentingnya prinsip komunikasi Islam seperti qaulan layyinan, qaulan sadidan, qaulan baligha, qaulan ma'rufa, qaulan karima, dan qaulan maysura sebagai strategi dakwah yang mampu mendorong perubahan perilaku masyarakat. Sejalan dengan itu, (Fauzi, 2023).menekankan keterampilan komunikasi persuasif berbasis model AIDDA (Attention, Interest, Desire, Decision, Action), dengan menyoroti aspek psikologi mad'u sebagai faktor penting dalam keberhasilan dakwah.

Penelitian mengenai dakwah dalam komunitas marginal juga menarik perhatian sejumlah peneliti (Nasution & Solihin, 2023). meneliti strategi dakwah persuasif di Komunitas Punk Hijrah Bandar Lampung dengan pendekatan psikodinamika, sosiokultural, dan konstruksi makna yang efektif mendorong perubahan perilaku anak punk (Persuasif et al., 2023). mengkaji dakwah KH. Holis Jamal di komunitas Pemuda Bersholawat, yang menggunakan pendekatan emosional dan spiritual melalui kegiatan sholawat untuk menarik minat pemuda.

Dalam konteks anak jalanan (Siregar et al., 2022). menemukan bahwa pengurus KABASA menggunakan berbagai teknik persuasif, dengan teknik integrasi sebagai metode yang paling efektif dalam membangun kedekatan dengan anak jalanan dan mendorong mereka untuk belajar. Hal ini sejalan dengan penelitian (Falahuddin Ma'ruf & Ulfa Ni'amah, 2023). mengenai strategi dakwah Gus Badar di komunitas Jaljalut, yang mengombinasikan pendekatan sentimental, rasional, dan sensorik untuk membimbing anak jalanan.

Selain penelitian berbasis komunitas, kajian tentang dakwah di media digital juga muncul, misalnya penelitian (Rachmania et al., 2022). yang menganalisis gaya komunikasi persuasif Gus Ali Masyhuri melalui kanal YouTube. Dakwahnya dikemas dalam bentuk kutipan dan ungkapan menarik yang memperkuat daya tarik pesan. Lebih jauh (Mardiana et al., 2021). menegaskan bahwa komunikasi persuasif berpengaruh besar terhadap perubahan perilaku keagamaan. Penelitiannya menyoroti variasi metode dakwah seperti bil-lisan, bil-hal, bil-hikmah, dan fardiyah yang berperan penting dalam membentuk pemahaman agama sekaligus adab sosial.

Berdasarkan kajian-kajian tersebut, dapat disimpulkan bahwa komunikasi persuasif terbukti efektif dalam berbagai konteks dakwah, baik di majelis taklim, komunitas hijrah, komunitas pemuda, maupun media digital. Namun, penelitian yang secara khusus menyoroti praktik dakwah persuasif kepada anak jalanan dalam lingkup komunitas Majelis Preman masih sangat terbatas. Penelitian ini hadir untuk mengisi kekosongan tersebut dengan menelaah strategi komunikasi Gus

Dayat melalui perspektif interaksi simbolik serta peran komunitas dalam mendukung transformasi identitas anak jalanan.

C. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Pendekatan ini dipilih karena mampu menggali fenomena sosial secara mendalam dan holistik, sehingga sesuai dengan tujuan penelitian yang ingin memahami strategi komunikasi persuasif dalam konteks dakwah kepada anak jalanan, Paradigma konstruktivisme digunakan karena realitas sosial dipandang sebagai hasil interaksi, pemaknaan bersama, serta konstruksi pengalaman individu Paradigma ini memungkinkan peneliti melihat bagaimana proses komunikasi dakwah Gus Dayat membentuk makna baru bagi anak jalanan.

Informan penelitian ditentukan melalui teknik purposive sampling, yaitu pemilihan subjek penelitian berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Informan terdiri atas Gus Dayat sebagai subjek utama dakwah, tiga anak jalanan binaan yang mengalami transformasi identitas, serta satu pengurus komunitas Majelis Preman, sehingga total terdapat lima orang narasumber.

Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam untuk menggali pengalaman personal, observasi partisipatif guna memahami interaksi sehari-hari, serta dokumentasi sebagai pendukung data empiris Analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data dalam bentuk naratif, serta penarikan kesimpulan dengan menghubungkan temuan empiris dan teori (Miles & Huberman, 1994).

Untuk menjaga keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan triangulasi waktu. Triangulasi ini penting dilakukan agar data yang diperoleh memiliki validitas tinggi, sehingga hasil analisis dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

D. TEMUAN HASIL PENELITIAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi persuasif yang dilakukan oleh Gus Dayat berbeda dengan pola dakwah formal pada umumnya. Alih-alih menggunakan gaya retoris yang kaku, ia lebih memilih pendekatan yang sederhana, humanis, dan kontekstual. Bahasa yang digunakan mudah dipahami, disertai humor, serta ditopang pengalaman hidup pribadinya yang dekat dengan dunia jalanan. Hal ini membuat pesan dakwah lebih membumi dan diterima secara emosional oleh anak jalanan. Proses dakwah yang dilakukan Gus Dayat dapat dianalisis menggunakan model AIDDA (Attention, Interest, Desire, Decision, Action). Ia mampu menarik perhatian melalui gaya penyampaian unik, membangkitkan minat lewat kisah pengalaman hidup, menumbuhkan keinginan dengan memberikan teladan, membentuk keputusan dengan penekanan nilai religius, serta mendorong tindakan nyata seperti shalat berjamaah dan keterlibatan dalam kegiatan komunitas.

Dari perspektif teori Interaksi Simbolik, dakwah ini berfungsi sebagai ruang konstruksi makna baru bagi anak jalanan. Identitas lama yang selama ini dilekatkan pada stigma "preman" atau "anak jalanan nakal" perlahan bergeser menjadi identitas religius sebagai jamaah yang memiliki nilai spiritual lebih positif. Proses mind tampak dari refleksi anak jalanan terhadap nasihat dakwah; proses self tercermin ketika mereka membentuk konsep diri baru yang lebih religius; dan proses society muncul ketika identitas tersebut diakui serta diperkuat oleh lingkungan sosial komunitas. Dengan demikian, dakwah persuasif tidak hanya menyampaikan pesan agama, tetapi juga memfasilitasi proses transformasi identitas sosial.

Komunitas Majelis Preman sendiri berfungsi sebagai ruang aman yang menampung, mendidik, sekaligus menguatkan proses pembinaan spiritual. Dalam komunitas ini, anak jalanan merasakan kebersamaan, dukungan sosial, serta bimbingan moral yang berkelanjutan. Faktor utama keberhasilan dakwah Gus Dayat adalah latar belakang kehidupannya yang dekat dengan dunia jalanan, sehingga ia memiliki kredibilitas dan empati yang tinggi. Selain itu, konsistensi dan ketulusan dalam membimbing menjadi modal penting dalam menciptakan hubungan persuasif yang efektif. Meski demikian, terdapat kendala berupa pengaruh lingkungan luar yang masih rawan, keterbatasan ekonomi, serta ketidakkonsistenan sebagian anak jalanan dalam mengikuti program pembinaan.

Temuan penting dari penelitian ini adalah adanya transformasi identitas anak jalanan dari stigma negatif menuju identitas baru yang lebih positif dan religius. Transformasi ini menunjukkan bahwa komunikasi persuasif berbasis humanis dapat berfungsi tidak hanya sebagai sarana dakwah, tetapi juga sebagai media pemberdayaan sosial yang mampu mengangkat harkat dan martabat kelompok marginal. Dengan kata lain, dakwah yang dilakukan Gus Dayat menegaskan bahwa keberhasilan komunikasi bukan semata terletak pada isi pesan, melainkan pada proses interaksi simbolik yang membentuk pemaknaan baru bagi audiens.

E. KESIMPULAN

Penelitian ini menegaskan bahwa komunikasi persuasif dalam dakwah berperan strategis dalam menjangkau kelompok marginal, khususnya anak jalanan yang seringkali terpinggirkan dalam sistem sosial. Melalui pendekatan personal, empatik, sederhana, serta kontekstual, Gus Dayat mampu menyampaikan pesan keagamaan dengan cara yang lebih membumi sekaligus membangun hubungan emosional yang kuat. Proses ini memfasilitasi terjadinya transformasi identitas dari individu yang sebelumnya distigmatisasi sebagai "preman" atau "anak jalanan nakal" menjadi jamaah yang memiliki kesadaran religius dan identitas sosial yang lebih positif. Hal tersebut membuktikan bahwa dakwah persuasif bukan hanya sarana penyampaian ajaran agama, tetapi juga instrumen sosial yang efektif dalam pemberdayaan kelompok marjinal.

REFERENSI

Abdurahman, A. I., & Saputra, F. T. (2021). Communication Strategy of Tasawuf Underground Community in Da'wah Towards Punk Community. *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, *15*(2), 173–190. https://doi.org/10.24090/komunika.v15i2.4595

Falahuddin Ma'ruf, A., & Ulfa Ni'amah, L. (2023). Strategi Komunikasi Dakwah Gus Badar Pada Komunitas Jaljalut. *Journal of Da'wah*, *2*(1), 1–23. https://doi.org/10.32939/jd.v2i1.2653

Fauzi. (2023). *Urgensi Komunikasi Persuasif Dalam Dakwah the Urgency of Persuasive Communication in Da ' Wah*. *13*(2), 117–131.

Hatami, H., Nuwairah, N., & Amaly, N. (2023). Komunikasi Dakwah Persuasif KH. Husaini Hanafi dalam Menanamkan Nilai-Nilai Islam Melalui Majelis Taklim Nafahattur Rabbani Kota Balikpapan. *Al-Hiwar Jurnal Ilmu Dan Teknik Dakwah*, *11*(2), 89–104. https://doi.org/10.18592/alhiwar.v11i2.11515

Komara, E. (2021). *Buana komunikasi*. *April*, 27–41.

Mardiana, Misbahuddin, & Siti, A. (2021). Peran Komunitas Anak Peduli Anak Jalanan (KPAJ) dalam Pembinaan Akhlak Anak di Jalan Kerung-Kerung Kota Makassar. *Jurnal Mercusuar*, *2*(2), 48.

Mubasyaroh, M. (2017). Strategi Dakwah Persuasif dalam Mengubah Perilaku Masyarakat. *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*, *11*(2), 311–324. https://doi.org/10.15575/idajhs.v11i2.2398

Nasution, N. A., & Solihin, M. I. (2023). *Strategi dan Implementasi Komunikasi Dakwah Persuasif di Komunitas Punk Hijrah Bandar Lampung*. *23*(April), 21–36. https://doi.org/10.15575/anida.v23i1.22698

Persuasif, D., Holis, K. H., Dikalangan, J., Komunitas, R., Bersholawat, P., & Nurul, M. P. B. (2023). *Maisaroh1, Tantan Hermansah2, Nasichah*. *1*, 1–10.

Rachmania, L., Kumalasari, I., & Abdurrozaq Purnama Zain, M. (2022). *Institut agama islam sunan kalijogo malang dakwah persuasif kh. agoes ali masyhuri pengasuh pondok bumi sholawat dalam channel youtube kajian progresof tv*. *3*, 135–146.

Siregar, N., Nursyamsi, S. E., & Junengsih, J. (2022). Teknik Komuniksi Persuasif Pengurus KABASA Dalam Mengajak Anak Jalanan Untuk Belajar. *Ikon --Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, *27*(3), 303–310. https://doi.org/10.37817/ikon.v27i3.2622

Utami, S. N., & Abas, Z. (2021). Menemani Preman Tobat: Metode Dakwah Kh. Muhammad Ali Naharussurur Di Surakarta. *Academic Journal of Da'wa and Communication*, *2*(2), 293–328. https://doi.org/10.22515/ajdc.v2i2.3179