Al-Nahyan : Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam
Vol. 3, No. 1, 2026: 54-67, Doi: https://doi.org/10.58326/jan.v3i1.556
P-ISSN : 3109-6247, E-ISSN : 3089-3879

STRATEGI KOMUNIKASI LEMBAGA DAKWAH ISLAM INDONESIA (LDII) KABUPATEN WONOGIRI DALAM MEMBENTUK GENERASI MUDA YANG PROFESIONAL RELIGIUS

Ardillah Agnaina Aulia[1*], Atik Nurfatmawati[2], Nadhiroh[3]
[1,2,3]*Sekolah Tinggi Agama Islam Mulia Astuti, Wonogiri, Jawa Tengah, Indonesia*
**Corresponding Author, Email:* ardillah.aulia354@gmail.com

A B S T R A C T

Keywords:
Communication Strategy, LDII, Young Generation, Religious, Professionals.

This study aims to examine the communication strategy of the Indonesian Islamic Propagation Institute (LDII) in Wonogiri Regency in shaping a young generation of religious professionals. The method used is descriptive qualitative with data collection techniques through observation, interviews, and documentation. The theoretical basis of this study uses persuasive communication theory to understand the effectiveness of delivering da'wah messages. Data were obtained from primary sources in the form of interviews with LDII administrators and members, as well as secondary sources in the form of da'wah activity documents. Data validity was tested through direct observation and triangulation. The results of the study indicate that LDII Wonogiri Regency actively carries out strategic da'wah programs supported by an extensive network and good relations with the community. A communicative and participatory approach has proven to be able to attract the interest of the younger generation and increase their involvement. The communication strategy used is multifaceted, including lectures, religious studies, and seminars, and is supported by interactive methods such as group discussions and practical activities. In addition, da'wah content is tailored to the needs and interests of the younger generation so that it is more relevant and applicable in everyday life. The conclusion of this study shows that LDII's communication strategy is effective in shaping a young generation that is religious and has professional competence. This success is supported by the implementation of persuasive communication that is engaging and easy to understand. Maintaining this effectiveness requires regular evaluation and ongoing strategy adjustments to remain relevant to current developments.

A B S T R A K

Penelitian ini bertujuan mengkaji strategi komunikasi Lembaga Dakwah Islam Indonesia (LDII) Kabupaten Wonogiri dalam membentuk generasi muda yang profesional religius. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Landasan teoritis penelitian ini menggunakan teori komunikasi persuasif untuk memahami efektivitas penyampaian pesan dakwah. Data diperoleh dari sumber primer berupa wawancara dengan pengurus dan anggota LDII, serta sumber sekunder berupa dokumen kegiatan dakwah. Keabsahan data diuji melalui pengamatan langsung dan triangulasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa LDII Kabupaten Wonogiri aktif menjalankan program dakwah strategis yang didukung jaringan luas dan hubungan baik dengan masyarakat. Pendekatan komunikatif dan partisipatif terbukti mampu menarik minat generasi muda serta meningkatkan keterlibatan mereka. Strategi komunikasi yang digunakan bersifat multifaset, meliputi ceramah, pengajian, dan seminar, serta didukung metode interaktif seperti diskusi kelompok dan kegiatan praktis. Selain itu, konten dakwah disesuaikan dengan kebutuhan dan minat generasi muda sehingga lebih relevan dan aplikatif dalam kehidupan sehari-hari. Kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi LDII efektif dalam membentuk generasi muda yang religius sekaligus memiliki kompetensi profesional. Keberhasilan ini didukung oleh penerapan komunikasi persuasif yang menarik dan mudah dipahami. Untuk menjaga efektivitas tersebut, diperlukan evaluasi secara berkala dan penyesuaian strategi secara berkelanjutan agar tetap relevan dengan perkembangan zaman.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi, LDII, Generasi Muda, Profesional. Religius.

Pendahuluan

Perkembangan zaman yang ditandai dengan globalisasi dan kemajuan teknologi memberikan tantangan besar bagi pembentukan karakter generasi muda. Arus informasi yang cepat dan terbuka dapat memengaruhi nilai-nilai religius jika tidak diimbangi dengan pembinaan yang tepat. Oleh karena itu, lembaga dakwah memiliki peran strategis dalam membentuk generasi muda yang tidak hanya memiliki keimanan yang kuat tetapi juga kompetensi profesional.

Lembaga Dakwah Islam Indonesia (LDII) merupakan salah satu organisasi yang aktif dalam pembinaan generasi muda melalui berbagai program dakwah. LDII Kabupaten Wonogiri dikenal memiliki pendekatan yang sistematis dan terstruktur dalam menyampaikan pesan dakwah, khususnya kepada kalangan muda. Hal ini menjadi menarik untuk dikaji karena keberhasilannya dalam meningkatkan partisipasi generasi muda dalam kegiatan keagamaan.

Kabupaten Wonogiri merupakan salah satu daerah yang memiliki perkembangan organisasi keagamaan yang cukup dinamis, termasuk aktivitas pembinaan generasi muda yang dilakukan oleh LDII. Berbagai program seperti pengajian rutin, pelatihan kepemimpinan, seminar kepemudaan, pelatihan keterampilan, kegiatan sosial, dan pembinaan karakter diselenggarakan secara berkesinambungan sebagai media internalisasi nilai-nilai keislaman sekaligus pengembangan kompetensi generasi muda. Program-program tersebut menunjukkan bahwa proses dakwah yang dilakukan tidak hanya berorientasi pada peningkatan pemahaman agama, tetapi juga diarahkan untuk membentuk generasi yang memiliki kemampuan berkomunikasi, kepemimpinan, etos kerja, serta kepedulian sosial.

Beberapa penelitian sebelumnya telah mengkaji strategi komunikasi organisasi maupun strategi dakwah pada berbagai organisasi Islam. Penelitian Imam Fadlu Rohman (2021) menunjukkan bahwa strategi komunikasi LDII Kota Medan dilakukan melalui fungsi-fungsi komunikasi Islam dalam menyosialisasikan program Tri Sukses Generus. Penelitian Putri Alit Pamungkas (2019) menjelaskan bahwa strategi dakwah LDII Kabupaten Semarang Barat dilakukan melalui perencanaan sasaran dakwah dan implementasi program organisasi secara sistematis. Sementara itu, penelitian Fahri Khusaini (2021) menemukan bahwa komunikasi organisasi yang bersifat partisipatif mampu meningkatkan efektivitas penyampaian pesan kepada anggota organisasi. Penelitian Ahmad Fauzi (2019) juga menegaskan bahwa strategi komunikasi organisasi berperan penting dalam proses kaderisasi melalui komunikasi langsung maupun media sosial.

Meskipun demikian, sebagian besar penelitian terdahulu lebih menitikberatkan pada strategi dakwah, fungsi komunikasi organisasi, maupun proses kaderisasi organisasi secara umum. Penelitian yang secara khusus mengkaji strategi komunikasi dalam membentuk generasi muda profesional religius, terutama pada konteks LDII Kabupaten Wonogiri, masih relatif terbatas. Padahal, pembentukan generasi profesional religius memerlukan strategi komunikasi yang berbeda karena tidak hanya berorientasi pada penyampaian materi keagamaan, tetapi juga pengembangan karakter, kompetensi profesional, kemampuan adaptasi terhadap perkembangan teknologi, serta penguatan partisipasi generasi muda dalam kehidupan organisasi. Dengan demikian, terdapat celah penelitian (*research gap*) yang perlu dikaji lebih mendalam mengenai bagaimana strategi komunikasi organisasi diterapkan untuk membentuk generasi muda profesional religius di tengah tantangan era digital.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi yang diterapkan oleh LDII Kabupaten Wonogiri dalam membentuk generasi muda profesional religius. Penelitian ini memfokuskan kajian pada strategi komunikasi organisasi, pendekatan komunikatif dan partisipatif, relevansi konten dakwah terhadap kebutuhan generasi muda, serta dampak strategi komunikasi terhadap pembentukan karakter profesional religius. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian komunikasi organisasi

dan komunikasi dakwah, sekaligus menjadi referensi bagi organisasi keagamaan dalam merancang strategi pembinaan generasi muda yang adaptif terhadap perkembangan teknologi dan dinamika sosial masyarakat.

Metode Penelitian dan Pendekatan Teori

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk memahami fenomena strategi komunikasi yang dilakukan oleh LDII Kabupaten Wonogiri. Data penelitian diperoleh dari sumber primer melalui wawancara dengan pengurus dan anggota LDII, serta sumber sekunder berupa dokumen kegiatan dan arsip organisasi. Teknik pengumpulan data meliputi observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi.

Analisis data dilakukan melalui tahap reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Keabsahan data diuji menggunakan triangulasi sumber dan metode. Penelitian ini menggunakan teori komunikasi persuasif sebagai landasan teoritis untuk menganalisis bagaimana pesan dakwah disampaikan secara efektif kepada generasi muda. Indikator yang digunakan meliputi daya tarik pesan, kredibilitas komunikator, serta kesesuaian media komunikasi.

Pembahasan dan Hasil

Penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan LDII Kabupaten Wonogiri dalam membentuk generasi muda yang profesional religius dilakukan melalui pendekatan komunikasi persuasif yang terintegrasi antara pembinaan keagamaan, pengembangan karakter, dan peningkatan kompetensi. Strategi tersebut dilaksanakan dengan memadukan komunikasi tatap muka melalui pengajian, ceramah, seminar, pelatihan, diskusi kelompok, serta pemanfaatan media digital sebagai sarana penyebaran informasi dan dakwah.

1. Strategi Komunikasi LDII Wonogiri

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan oleh Lembaga Dakwah Islam Indonesia (LDII) Kabupaten Wonogiri dalam membentuk generasi muda yang profesional religius dilaksanakan secara terencana, berkelanjutan, dan adaptif terhadap perkembangan sosial masyarakat. Strategi tersebut tidak hanya berorientasi pada penyampaian pesan-pesan keagamaan, tetapi juga diarahkan untuk membentuk karakter generasi muda yang memiliki keseimbangan antara kompetensi profesional dan nilai-nilai religius. Temuan ini memperlihatkan bahwa komunikasi dalam organisasi tidak dipahami sekadar sebagai proses penyampaian informasi, melainkan sebagai sarana pembinaan yang mampu mengubah pengetahuan, sikap, dan perilaku anggota organisasi.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pengurus LDII Kabupaten Wonogiri, strategi komunikasi diawali dengan identifikasi kebutuhan generasi muda. Pengurus memetakan berbagai tantangan yang dihadapi remaja, seperti pengaruh media sosial, perkembangan teknologi digital, perubahan pola pergaulan, serta tuntutan

peningkatan kompetensi dalam dunia pendidikan maupun dunia kerja. Pemetaan tersebut menjadi dasar dalam menentukan bentuk kegiatan, materi pembinaan, serta metode komunikasi yang digunakan sehingga pesan yang disampaikan sesuai dengan kebutuhan sasaran.

Strategi komunikasi kemudian diwujudkan melalui berbagai program pembinaan yang terintegrasi, antara lain pengajian rutin, kajian Al-Qur'an dan hadis, pelatihan kepemimpinan, seminar motivasi, pelatihan kewirausahaan, kegiatan bakti sosial, serta forum diskusi kepemudaan. Setiap kegiatan dirancang tidak hanya untuk meningkatkan pemahaman keagamaan, tetapi juga mengembangkan kemampuan berpikir kritis, kepemimpinan, komunikasi, kerja sama, serta tanggung jawab sosial.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa pengajian masih menjadi media komunikasi utama karena memberikan ruang interaksi langsung antara pembina dan generasi muda. Dalam kegiatan tersebut, komunikasi berlangsung dua arah sehingga peserta memiliki kesempatan menyampaikan pertanyaan, pengalaman, maupun persoalan yang dihadapi dalam kehidupan sehari-hari. Situasi tersebut membuat proses komunikasi berlangsung lebih efektif dibandingkan penyampaian materi secara satu arah.

Dari perspektif komunikasi organisasi, strategi yang diterapkan LDII Kabupaten Wonogiri menunjukkan adanya koordinasi yang baik antara pengurus, pembina, dan generasi muda. Setiap kegiatan dilaksanakan berdasarkan pembagian tugas yang jelas sehingga pesan organisasi dapat diterima secara seragam oleh seluruh anggota. Kondisi ini menunjukkan bahwa komunikasi organisasi tidak hanya berfungsi sebagai media koordinasi, tetapi juga sebagai instrumen pembentukan budaya organisasi yang mendukung lahirnya generasi profesional religius.

Temuan penelitian ini sejalan dengan penelitian Imam Fadlu Rohman yang menjelaskan bahwa keberhasilan strategi komunikasi organisasi sangat dipengaruhi oleh kesinambungan program pembinaan dan konsistensi penyampaian pesan kepada anggota. Namun, penelitian ini menemukan bahwa strategi komunikasi LDII Kabupaten Wonogiri memiliki karakteristik yang lebih adaptif karena memadukan komunikasi tatap muka dengan pemanfaatan media digital sebagai sarana pendukung penyebaran informasi dan pembinaan generasi muda.

2. Pendekatan Komunikatif dan Partisipatif

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa keberhasilan pembinaan generasi muda di LDII Kabupaten Wonogiri tidak terlepas dari pendekatan komunikasi yang bersifat komunikatif dan partisipatif. Pendekatan komunikatif diwujudkan melalui hubungan yang terbuka antara pembina dan peserta sehingga proses komunikasi berlangsung secara dialogis. Generasi muda tidak hanya menjadi penerima informasi, tetapi juga diberi kesempatan untuk menyampaikan gagasan, berdiskusi, dan memberikan tanggapan terhadap materi yang disampaikan.

Dalam setiap kegiatan pembinaan, pembina lebih banyak menggunakan bahasa yang sederhana, komunikatif, dan mudah dipahami oleh peserta. Penyampaian materi juga disertai contoh-contoh nyata yang dekat dengan kehidupan generasi muda, seperti penggunaan media sosial secara bijak, etika berkomunikasi di dunia digital, pentingnya menjaga akhlak dalam lingkungan sekolah maupun kampus, serta kesiapan menghadapi tantangan dunia kerja. Pendekatan ini membuat materi dakwah lebih mudah dipahami sekaligus meningkatkan minat peserta untuk mengikuti kegiatan pembinaan secara berkelanjutan.

Selain komunikasi verbal, penelitian juga menemukan bahwa komunikasi nonverbal memiliki peranan penting dalam proses pembentukan karakter. Keteladanan para pembina menjadi media komunikasi yang efektif karena generasi muda cenderung mencontoh perilaku yang mereka lihat secara langsung. Sikap disiplin, kesederhanaan, tanggung jawab, dan kepedulian sosial yang ditunjukkan oleh pembina menjadi bentuk komunikasi yang mampu memperkuat pesan-pesan dakwah yang disampaikan secara lisan.

Pendekatan partisipatif terlihat dari keterlibatan aktif generasi muda dalam berbagai kegiatan organisasi. Mereka tidak hanya menjadi peserta pengajian, tetapi juga dilibatkan sebagai panitia kegiatan, moderator diskusi, pembawa acara, maupun pengelola media sosial organisasi. Keterlibatan tersebut memberikan pengalaman langsung dalam mengembangkan kemampuan komunikasi, kepemimpinan, kerja sama tim, serta tanggung jawab terhadap organisasi.

Dalam perspektif teori komunikasi persuasif, pendekatan yang digunakan telah memenuhi tahapan Attention, Interest, Desire, Decision, dan Action (AIDDA). Pengurus terlebih dahulu membangun perhatian peserta melalui kegiatan yang menarik, kemudian menumbuhkan minat melalui penyampaian materi yang relevan dengan kehidupan mereka. Selanjutnya, peserta didorong untuk memiliki keinginan memperbaiki diri, mengambil keputusan untuk aktif mengikuti pembinaan, hingga akhirnya menerapkan nilai-nilai yang diperoleh dalam kehidupan sehari-hari.

Temuan ini juga memperlihatkan bahwa komunikasi interpersonal menjadi salah satu faktor penting dalam mempertahankan keterlibatan generasi muda. Pembina secara rutin melakukan komunikasi informal di luar kegiatan resmi sehingga tercipta hubungan emosional yang kuat antara pembina dan peserta. Hubungan tersebut mempermudah proses pendampingan ketika generasi muda menghadapi berbagai persoalan pribadi maupun sosial.

Pendekatan komunikatif dan partisipatif yang diterapkan LDII Kabupaten Wonogiri menunjukkan bahwa pembinaan generasi muda akan lebih efektif apabila komunikasi dibangun atas dasar kedekatan, kepercayaan, dan partisipasi aktif. Dengan demikian, komunikasi tidak lagi bersifat instruktif, melainkan menjadi proses pembelajaran bersama yang mampu membentuk karakter peserta secara berkelanjutan.

3. Relevansi Konten Dakwah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa materi dakwah yang disampaikan oleh LDII Kabupaten Wonogiri memiliki relevansi yang tinggi dengan kebutuhan generasi muda pada era digital. Materi pembinaan tidak hanya membahas aspek ibadah dan akidah, tetapi juga mengintegrasikan nilai-nilai profesionalisme, kepemimpinan, etika sosial, literasi digital, kewirausahaan, serta tanggung jawab sebagai warga negara.

Pengurus menyadari bahwa tantangan generasi muda saat ini berbeda dengan generasi sebelumnya. Oleh karena itu, konten dakwah dikembangkan agar mampu menjawab persoalan aktual, seperti penyalahgunaan media sosial, penyebaran informasi palsu, krisis moral, rendahnya etika komunikasi digital, hingga pentingnya meningkatkan kompetensi akademik dan keterampilan kerja. Pendekatan tersebut membuat dakwah tidak hanya dipahami sebagai aktivitas keagamaan, tetapi juga sebagai proses pemberdayaan generasi muda.

Materi yang disampaikan selalu dikaitkan dengan kondisi nyata sehingga peserta mampu memahami hubungan antara ajaran Islam dengan kehidupan sehari-hari. Misalnya, pembahasan mengenai kejujuran dikaitkan dengan etika dalam dunia pendidikan dan pekerjaan, sedangkan pembahasan mengenai amanah dikaitkan dengan tanggung jawab dalam organisasi maupun masyarakat.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa relevansi materi berdampak terhadap meningkatnya motivasi peserta mengikuti kegiatan pembinaan. Generasi muda merasa bahwa materi yang disampaikan memiliki manfaat langsung bagi kehidupan mereka sehingga muncul kesadaran untuk menerapkan nilai-nilai tersebut dalam aktivitas sehari-hari.

Ditinjau dari teori komunikasi persuasif, keberhasilan penyampaian pesan dipengaruhi oleh kemampuan komunikator dalam menyesuaikan isi pesan dengan kebutuhan komunikan. LDII Kabupaten Wonogiri berhasil menerapkan prinsip tersebut melalui penyusunan materi yang kontekstual, sederhana, dan aplikatif. Hal ini membuat pesan dakwah lebih mudah diterima serta mampu memengaruhi perubahan sikap peserta.

Selain itu, materi dakwah juga mendukung konsep sumber daya manusia profesional religius yang menjadi salah satu program pengembangan LDII. Profesional religius dimaknai sebagai individu yang memiliki kompetensi, integritas, akhlak mulia, serta kemampuan menjalankan profesinya berdasarkan nilai-nilai Islam. Oleh karena itu, pembinaan tidak berhenti pada peningkatan pengetahuan agama, tetapi diarahkan pada pembentukan karakter kerja yang disiplin, jujur, bertanggung jawab, dan mampu beradaptasi dengan perkembangan zaman.

4. Dampak Strategi Komunikasi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan LDII Kabupaten Wonogiri memberikan dampak positif terhadap perkembangan generasi muda, baik pada aspek religiusitas maupun profesionalisme. Dampak tersebut terlihat

dari meningkatnya partisipasi generasi muda dalam berbagai kegiatan organisasi, meningkatnya kemampuan komunikasi, tumbuhnya jiwa kepemimpinan, serta berkembangnya sikap disiplin dan tanggung jawab.

Pada aspek religiusitas, peserta menunjukkan peningkatan dalam pelaksanaan ibadah, pemahaman terhadap ajaran Islam, serta kemampuan mengimplementasikan nilai-nilai agama dalam kehidupan sehari-hari. Hal tersebut tercermin melalui kebiasaan mengikuti pengajian rutin, menjaga akhlak dalam pergaulan, meningkatkan kepedulian sosial, serta membangun hubungan yang harmonis dengan keluarga maupun masyarakat.

Pada aspek profesionalisme, kegiatan pelatihan, seminar, dan pembinaan organisasi memberikan pengalaman yang mampu meningkatkan kemampuan komunikasi publik, kepemimpinan, manajemen kegiatan, serta kerja sama tim. Kemampuan tersebut menjadi bekal penting bagi generasi muda dalam menghadapi dunia pendidikan maupun dunia kerja.

Penelitian juga menemukan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan mampu membentuk budaya organisasi yang positif. Hubungan yang harmonis antara pengurus, pembina, dan generasi muda menciptakan lingkungan pembelajaran yang kondusif sehingga proses internalisasi nilai berlangsung secara berkelanjutan. Budaya organisasi tersebut menjadi modal sosial yang memperkuat keberhasilan pembinaan karakter generasi muda.

Namun demikian, hasil riset juga mendapatkan beberapa kendala. Pengaruh media digital yang semakin kuat menyebabkan sebagian generasi muda mengalami penurunan konsentrasi terhadap kegiatan pembinaan. Kesibukan pendidikan, pekerjaan, serta aktivitas pribadi juga memengaruhi tingkat kehadiran peserta. Selain itu, perbedaan karakter dan latar belakang pendidikan menyebabkan efektivitas komunikasi tidak selalu sama pada setiap individu.

Untuk mengatasi hambatan tersebut, LDII Kabupaten Wonogiri melakukan inovasi melalui pemanfaatan media digital sebagai sarana komunikasi, penyelenggaraan kegiatan yang lebih interaktif, penguatan komunikasi interpersonal antara pembina dan peserta, serta peningkatan kerja sama dengan keluarga sebagai lingkungan pendidikan pertama bagi generasi muda.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menegaskan bahwa strategi komunikasi LDII Kabupaten Wonogiri telah mampu mendukung proses pembentukan generasi muda yang profesional religius melalui komunikasi yang persuasif, partisipatif, dan kontekstual. Keberhasilan tersebut tidak hanya ditentukan oleh kualitas materi dakwah, tetapi juga oleh kemampuan organisasi membangun hubungan komunikasi yang terbuka, memberikan keteladanan, melibatkan generasi muda dalam setiap kegiatan, serta menyesuaikan pesan dakwah dengan dinamika perkembangan masyarakat. Temuan ini memperkuat pandangan bahwa komunikasi organisasi yang efektif merupakan faktor strategis dalam membentuk karakter generasi muda yang

beriman, berakhlak mulia, memiliki kompetensi profesional, dan mampu berkontribusi bagi pembangunan masyarakat di era digital.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan oleh Lembaga Dakwah Islam Indonesia (LDII) Kabupaten Wonogiri berorientasi pada pembentukan generasi muda yang profesional religius melalui pendekatan komunikasi yang terencana, persuasif, dan partisipatif. Strategi tersebut tidak hanya berfungsi sebagai media penyampaian pesan keagamaan, tetapi juga menjadi instrumen pembentukan karakter yang mengintegrasikan nilai religius dengan kompetensi profesional. Temuan ini menunjukkan bahwa komunikasi organisasi memiliki peran strategis dalam membangun budaya organisasi yang mampu membentuk perilaku anggota sesuai dengan visi organisasi.

Strategi Komunikasi LDII dalam Perspektif Komunikasi Persuasif

Strategi komunikasi yang diterapkan LDII Kabupaten Wonogiri dapat dianalisis menggunakan teori komunikasi persuasif. Dalam teori ini, komunikasi tidak hanya bertujuan menyampaikan informasi, tetapi juga mengubah pengetahuan, sikap, dan perilaku seseorang melalui proses yang dilakukan secara sadar tanpa adanya unsur paksaan. Berdasarkan hasil penelitian, para pembina LDII tidak menggunakan pendekatan yang bersifat menghakimi ataupun memerintah, melainkan mengedepankan dialog, keteladanan, dan pembiasaan dalam setiap kegiatan pembinaan.

Strategi tersebut sesuai dengan konsep komunikasi persuasif yang dikemukakan oleh McGuire melalui model AIDDA (Attention, Interest, Desire, Decision, Action). Tahap pertama dilakukan dengan membangun perhatian generasi muda melalui berbagai kegiatan yang menarik seperti seminar kepemudaan, pelatihan kepemimpinan, pelatihan public speaking, kegiatan olahraga, bakti sosial, serta pengajian yang dikemas secara interaktif. Beragam kegiatan tersebut menjadi pintu masuk agar generasi muda tertarik mengikuti proses pembinaan secara berkelanjutan.

Tahap berikutnya adalah membangun minat melalui penyampaian materi yang relevan dengan kehidupan generasi muda. Pengurus tidak hanya membahas persoalan ibadah, tetapi juga mengaitkan ajaran Islam dengan tantangan era digital, etika bermedia sosial, pengembangan karier, kepemimpinan, serta kewirausahaan. Relevansi materi ini membuat peserta merasa bahwa dakwah tidak hanya berbicara mengenai kehidupan akhirat, tetapi juga memberikan solusi terhadap berbagai persoalan kehidupan modern.

Selanjutnya, proses komunikasi diarahkan untuk membangun keinginan dan kesadaran internal peserta agar mampu mengubah perilaku mereka secara sukarela. Pada tahap ini, komunikasi interpersonal memiliki peran penting karena pembina tidak hanya menjadi penyampai materi, tetapi juga menjadi mentor yang memberikan pendampingan secara personal. Kedekatan emosional tersebut memudahkan proses

internalisasi nilai-nilai agama sehingga perubahan perilaku muncul karena kesadaran individu, bukan karena tekanan organisasi.

Tahap terakhir adalah tindakan (action), yaitu ketika generasi muda mulai menerapkan nilai-nilai yang diperoleh dalam kehidupan sehari-hari. Temuan penelitian menunjukkan adanya peningkatan kedisiplinan, tanggung jawab, kepedulian sosial, serta keaktifan dalam kegiatan organisasi. Hal tersebut menjadi indikator bahwa strategi komunikasi yang diterapkan telah mampu menghasilkan perubahan perilaku sebagaimana tujuan komunikasi persuasif.

Pendekatan Komunikatif dan Partisipatif sebagai Bentuk Komunikasi Organisasi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendekatan komunikatif dan partisipatif merupakan faktor utama yang mendukung keberhasilan pembinaan generasi muda di LDII Kabupaten Wonogiri. Pendekatan ini memperlihatkan bahwa komunikasi organisasi berjalan secara dua arah sehingga memungkinkan terjadinya pertukaran informasi, gagasan, maupun pengalaman antara pengurus dan anggota.

Menurut teori komunikasi organisasi, efektivitas komunikasi ditentukan oleh keterbukaan informasi, koordinasi, hubungan interpersonal, dan adanya umpan balik. Keempat unsur tersebut tampak dalam berbagai kegiatan pembinaan yang dilaksanakan oleh LDII. Pengurus tidak hanya menyampaikan instruksi, tetapi juga memberikan kesempatan kepada generasi muda untuk berpendapat, berdiskusi, bahkan terlibat dalam proses pengambilan keputusan organisasi.

Keterlibatan generasi muda dalam kepanitiaan kegiatan, pengelolaan media sosial, penyelenggaraan seminar, hingga kegiatan sosial menunjukkan bahwa organisasi memberikan ruang aktualisasi diri kepada anggotanya. Partisipasi tersebut tidak hanya meningkatkan rasa memiliki terhadap organisasi, tetapi juga menjadi media pembelajaran kepemimpinan, manajemen organisasi, komunikasi publik, dan kerja sama tim.

Pendekatan partisipatif juga memperkuat proses kaderisasi organisasi. Generasi muda memperoleh pengalaman langsung dalam mengelola kegiatan sehingga kompetensi profesional mereka berkembang secara bertahap. Dengan demikian, pembentukan karakter profesional religius tidak hanya diperoleh melalui penyampaian materi, tetapi juga melalui pengalaman nyata dalam menjalankan berbagai aktivitas organisasi.

Temuan ini memperkuat hasil penelitian Fahri Khusaini yang menyatakan bahwa komunikasi organisasi akan lebih efektif apabila anggota dilibatkan secara aktif dalam berbagai kegiatan organisasi. Namun demikian, penelitian ini menunjukkan dimensi yang lebih luas karena partisipasi tersebut tidak hanya bertujuan meningkatkan efektivitas komunikasi, tetapi juga menjadi strategi pembentukan karakter generasi muda yang adaptif terhadap perkembangan zaman.

Relevansi Konten Dakwah dalam Pembentukan Generasi Profesional Religius

Salah satu temuan penting penelitian ini adalah relevansi materi dakwah yang disampaikan kepada generasi muda. Materi pembinaan disusun berdasarkan kebutuhan aktual sehingga tidak hanya berorientasi pada peningkatan pengetahuan agama, tetapi juga pengembangan kompetensi profesional.

Fenomena ini menunjukkan adanya transformasi paradigma dakwah. Dakwah tidak lagi dipahami sebatas penyampaian ajaran agama secara normatif, tetapi berkembang menjadi proses pemberdayaan masyarakat melalui pendidikan karakter, pengembangan kompetensi, dan pembentukan budaya kerja yang sesuai dengan nilai-nilai Islam.

Materi mengenai disiplin, integritas, tanggung jawab, kepemimpinan, etika profesi, literasi digital, hingga kewirausahaan menunjukkan bahwa LDII berupaya menjawab tantangan era Revolusi Industri 4.0 dan Society 5.0. Kondisi tersebut selaras dengan konsep profesional religius yang dikembangkan LDII, yaitu sumber daya manusia yang memiliki keseimbangan antara kemampuan intelektual, spiritual, moral, dan keterampilan profesional.

Dalam perspektif komunikasi persuasif, keberhasilan penyampaian pesan sangat dipengaruhi oleh kesesuaian isi pesan dengan kebutuhan komunikan. Pesan yang relevan akan lebih mudah diterima karena mampu menjawab persoalan yang dihadapi oleh sasaran komunikasi. Temuan penelitian membuktikan bahwa generasi muda menunjukkan antusiasme yang tinggi ketika materi pembinaan dikaitkan dengan pengalaman hidup mereka, seperti dunia pendidikan, pekerjaan, penggunaan media sosial, maupun kehidupan bermasyarakat.

Selain itu, penggunaan bahasa yang komunikatif dan contoh-contoh kontekstual turut meningkatkan efektivitas penyampaian pesan. Pendekatan tersebut membuat dakwah terasa lebih dekat dengan kehidupan generasi muda sehingga nilai-nilai Islam dapat dipahami secara aplikatif.

Temuan ini juga memperkuat penelitian Putri Alit Pamungkas yang menyatakan bahwa keberhasilan strategi dakwah dipengaruhi oleh kemampuan organisasi dalam memahami karakteristik sasaran dakwah. Akan tetapi, penelitian ini memperlihatkan bahwa keberhasilan tersebut semakin optimal ketika materi dakwah dipadukan dengan pengembangan kompetensi profesional sehingga menghasilkan pembinaan yang lebih komprehensif.

Dampak Strategi Komunikasi terhadap Pembentukan Generasi Profesional Religius

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi LDII Kabupaten Wonogiri memberikan dampak positif terhadap pembentukan karakter generasi muda. Dampak tersebut terlihat pada meningkatnya religiusitas, kedisiplinan, kepedulian sosial, kemampuan komunikasi, kepemimpinan, serta tanggung jawab dalam menjalankan berbagai aktivitas organisasi.

Dari sisi religiusitas, pembinaan yang dilakukan secara berkelanjutan mampu meningkatkan pemahaman peserta terhadap ajaran Islam serta mendorong mereka mengimplementasikan nilai-nilai agama dalam kehidupan sehari-hari. Sementara itu, dari sisi profesionalisme, keterlibatan dalam berbagai kegiatan organisasi memberikan pengalaman nyata yang meningkatkan kemampuan manajerial, komunikasi publik, kerja sama tim, serta penyelesaian masalah.

Temuan ini menunjukkan bahwa komunikasi organisasi memiliki fungsi edukatif sekaligus transformatif. Komunikasi tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membentuk budaya organisasi yang mampu memengaruhi perilaku anggota dalam jangka panjang.

Namun demikian, penelitian ini juga menemukan beberapa tantangan yang dihadapi organisasi. Perkembangan teknologi digital menyebabkan munculnya distraksi yang cukup besar bagi generasi muda. Intensitas penggunaan media sosial sering kali mengurangi minat mereka mengikuti kegiatan pembinaan secara langsung. Selain itu, kesibukan akademik dan pekerjaan juga memengaruhi konsistensi kehadiran peserta.

Untuk mengatasi kondisi tersebut, LDII Kabupaten Wonogiri melakukan berbagai inovasi komunikasi, seperti memanfaatkan media digital sebagai sarana penyebaran informasi, meningkatkan variasi kegiatan yang sesuai dengan minat generasi muda, serta memperkuat komunikasi interpersonal melalui pendampingan yang lebih intensif. Langkah tersebut menunjukkan bahwa organisasi mampu beradaptasi terhadap perubahan lingkungan tanpa meninggalkan nilai-nilai dasar dakwah yang menjadi identitasnya.

Secara keseluruhan, temuan penelitian menegaskan bahwa keberhasilan strategi komunikasi LDII Kabupaten Wonogiri tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas materi dakwah, tetapi juga oleh kemampuan organisasi membangun komunikasi yang terbuka, persuasif, partisipatif, dan kontekstual. Sinergi antara komunikasi organisasi, komunikasi persuasif, serta keteladanan para pembina menghasilkan proses internalisasi nilai yang efektif sehingga mampu membentuk generasi muda yang profesional religius. Temuan ini sekaligus menguatkan bahwa organisasi keagamaan memiliki peran strategis dalam menyiapkan sumber daya manusia yang tidak hanya unggul secara spiritual, tetapi juga memiliki kompetensi profesional yang dibutuhkan dalam menghadapi dinamika masyarakat modern. Selain memperkaya kajian komunikasi organisasi dan komunikasi dakwah, hasil penelitian ini memberikan implikasi praktis bahwa pembinaan generasi muda akan lebih efektif apabila dilakukan melalui strategi komunikasi yang adaptif terhadap perkembangan teknologi, memberikan ruang partisipasi kepada anggota, serta mengintegrasikan nilai-nilai keagamaan dengan kebutuhan sosial dan profesional masyarakat saat ini.

PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi LDII Kabupaten Wonogiri terbukti efektif dalam membentuk generasi muda yang profesional religius. Strategi ini ditandai dengan penggunaan pendekatan multifaset yang mengombinasikan berbagai metode komunikasi, baik konvensional maupun interaktif. Pendekatan komunikatif dan partisipatif menjadi faktor utama dalam meningkatkan minat dan keterlibatan generasi muda.

Selain itu, relevansi konten dakwah dengan kebutuhan generasi muda juga menjadi kunci keberhasilan dalam menyampaikan pesan secara efektif. Generasi muda tidak hanya dibekali nilai-nilai religius, tetapi juga keterampilan profesional yang mendukung kehidupan mereka di masa depan.

Namun demikian, untuk mempertahankan efektivitas strategi komunikasi tersebut, LDII perlu melakukan evaluasi secara berkala dan terus berinovasi sesuai dengan perkembangan zaman. Dengan demikian, peran LDII sebagai lembaga dakwah dapat terus relevan dalam membentuk generasi muda yang unggul dan berkarakter.

Daftar Pustaka

Bungin, B. (2007). *Penelitian kualitatif: Komunikasi, ekonomi, kebijakan publik, dan ilmu sosial lainnya.* Jakarta: Kencana.

Bungin, (2013). *Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat,* 2013, Penerbit Kencana, 9.

Cangara, H. (2016). Pengantar ilmu komunikasi (Edisi ke-2). Rajawali Pers.

Effendy, O. U. (2015). Dinamika komunikasi (Ed. 9). PT Remaja Rosdakarya

Faizin, F. Pemikiran Lembaga Dakwah Islam Indonesia (LDIIi): Analisis Praktik Keagamaan Dan Pengaruhnya Di Kabupaten Kerinci. *Islamika : Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman* 16, no. 2 (2017): 59–78. https://doi.org/10.32939/islamika.v16i2.124.

LDII WONOGIRI. Sejarah LDII, n.d. https://ldiiwonogiri.org/sejarah-ldii/.

Moleong, L. J. (2017). Metodologi penelitian kualitatif. PT Remaja Rosdakarya.

Moh.Subhan. Strategi Komunikasi Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah Dalam Mempertahankan Eksistensi Organisasinya Di Kampus UIN Mataram., no. 1 (2020): 1–9.

Muhammad, A. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara, 2009.

Najoan, Denny., Memahami Hubungan Religiusitas dan Spiritualitas di Era Milenial, Vol 1.No. 1 (2020): 64–74.

Ottoman. Asal Usul Dan Perkembangan Lembaga Dakwah Islam Indonesia (L D I I). *Tamaddun: Jurnal Kebudayaan Dan Sastra Islam* 14, no. 2 (2014): 147–62. http://jurnal.radenfatah.ac.id/index.php/tamaddun/article/view/129.

Pamungkas, P A. Strategi Dakwah Lembaga Dakwah Islam Indonesia (LDII) Kecamatan Semarang Barat, no. Ldii (2018). http://eprints.walisongo.ac.id/9514/.

Saldaña, Johnny. A Survey of Qualitative Data Analytic Methods. In *Fundamentals of Qualitative Research: Understanding Qualitative Research*, 7:89–139, 2011.

Siddiq, Hudzaefa. (2022) Remaja Di Lembaga Dakwah Islam Indonesia (LDII) Kota Palopo Program Studi Bimbingan Dan Konseling Islam Remaja Di Lembaga Dakwah Islam Indonesia (LDII) Kota Palopo.

Yuliarti, Dwi Arini, Tantan Hermansah, and Fita Fathurokhmah. Pola Komunikasi Persuasif Pemrosesan Informasi Dalam Fenomena Aktivitas Dakwah Komunitas Terang Jakarta. *Jurnal Kajian Komunikasi Budaya Islam* 2, no. 1 (2022): 1–21. https://doi.org/10.15408/virtu.vxxx.xxxxx.

Zamzami, and Wili Sahana. *Strategi Komunikasi Organisasi*. *Journal Educational Research and Social Studies*. Vol. Volume 2 N, 2021.