

Komunikasi Dakwah Persuasif dengan Metode *Story Telling* (Studi Komunikasi Dakwah Persuasif Kak Syaf dan Chiko)

Siti Lutfi Latifah, Siti Aminah, Gita Puspita

**Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam, IAI-N
Laa Roiba**

lutfilatifahjaelani@gmail.com amibogor66@gmail.com pgita9110@gmail.com

ABSTRACT.

This study aims to determine the persuasive da'wah communication strategy of Kak Syaf and Chiko by using the story telling method. The research method used is descriptive method with a qualitative approach. The theory used is reinforcement theory by Hovlan, Janis and Kelly in 1976. The results of this research are Kak Syaf's da'wah communication strategy using story telling focusing on three strategic stages, namely: (1) namely attracting mad'u's attention by playing music that is friendly to them after the music is played, dolls are presented which are used as media for Kak Syaf's da'wah named Chiko. (2) given religious understanding using the story telling method or fairy tales and then reinforced with games that support the da'wah messages conveyed, after that strategy (3) namely the acceptance stage by making a good impression that leaves an impression on children, one of the ways is to issue a magic book in the book there is a gift that has been prepared.

Keywords: Communication, Dakwah, Story telling

ABSTRAK.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi dakwah persuasif Kak Syaf dan Chiko dengan menggunakan metode *story telling*. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teori yang digunakan adalah teori penguatan (*reinforcement theory*) oleh Hovlan, Janis dan Kelly pada tahun 1976. Hasil dari penelitian ini adalah Strategi komunikasi dakwah Kak Syaf dengan menggunakan *story telling* berfokus pada tiga tahap strategi yaitu: (1) yaitu menarik perhatian *mad'u* dengan cara memutar musik yang bersahabat dengan mereka setelah musik diputarkan dihadirkanlah Boneka yang dijadikan sebagai media dakwah Kak Syaf yang diberi nama Chiko. (2) diberikan pemahaman keagamaan dengan menggunakan metode *story telling* atau dongeng kemudian dikuatkan dengan game yang mendukung pesan dakwah yang disampaikan, setelah itu strategi (3) yaitu tahap penerimaan dengan membuat kesan baik yang membekas pada anak-anak salah satu caranya adalah dikeluarkan Kitab ajaib dalam kitab tersebut ada hadiah yang sudah disiapkan.

Kata kunci: Komunikasi; Dakwah; Story telling

PENDAHULUAN

Manusia sebagai makhluk sosial dan makhluk spiritual tidak akan terlepas dari dua kegiatan, yaitu kegiatan komunikasi dan dakwah, keduanya menjadi bagian terpenting dalam proses kehidupan manusia. Sebagai makhluk sosial manusia tidak akan terlepas dari yang disebut komunikasi karena dengan berkomunikasi manusia bisa mengenal siapa dirinya dan memenuhi semua kebutuhan primer dan sekunder dirinya. Dan sebagai makhluk spiritual dakwah menjadi kebutuhan utama, karena dalam diri manusia Tuhan telah mengilhamkan dua hal, yaitu *ilham fujur* dan *ilham taqwa*.

Ilham fujur adalah kecenderungan yang mendorong manusia untuk melakukan penyimpangan, sedangkan *ilham takwa* adalah kecenderungan yang mendorong manusia untuk berbuat kebaikan. Allah berfirman dalam Al-Qur'an Surat As-Syam ayat 8:

فَأَلْهَمَهَا فُجُورَهَا وَتَقْوَاهَا¹

Artinya: "Maka Allah mengilhamkan kepada jiwa itu (jalan) kefasikan dan ketakwaannya"

Ahmad Ghalwuy mendefinisikan dakwah sebagai sebuah proses penyampaian pesan Islam kepada manusia di setiap tempat dan waktu dengan menggunakan media dan metode yang disesuaikan dengan situasi dan kondisi para *mad'u* atau objek dakwah.² sedangkan komunikasi dakwah adalah proses menyampaikan pesan-pesan keagamaan dengan berbagai tatanan agar Jemaah atau *mad'u* terpanggil dan bisa merasakan pentingnya nilai Islam dalam kehidupan dan tatanan publik *da'i* memasyarakatkan nilai Islam di berbagai Majelis dan tempat dakwah lainnya.³

Proses kegiatan komunikasi dakwah adalah mengembalikan manusia kepada fitrahnya yaitu suci, sehingga dalam kegiatan dakwah harus melaksanakan berbagai upaya agar tujuan dari dakwah tersebut tercapai. Dalam proses kegiatan dakwah harus memerhatikan berbagai unsur dakwah yaitu *da'i*, *mad'u*, pesan, media, metode.

Pertama adalah *Dai*, seorang *Da'i* bertugas untuk menyampaikan pesan dakwah, maka dari kacamata komunikasi *Da'i* merupakan komunikator

¹ Kemenag, Al-Qur'an QS As-Syam ayat 8.

² Enjang dan Aliyudin, *Dasar-Dasar Ilmu Dakwah*, Bandung : Widya Padjajaran. 2009. hlm 8.

³ Siti Lutfi, dkk. (2019). Komunikasi Dakwah di Pesantren Terpadu Lebagi Pemasarakatan. *Jurnal Warta Iski*, Vol. 02, No. 02. Hlm 77.

dalam kegiatan dakwah.⁴ Maka dari itu seorang *da'i* harus memiliki kapasitas keilmuan agama yang mumpuni agar apapun yang disampaikannya adalah sebuah kebenaran.

Da'i menurut Toto Tasmara dalam buku Ilmu Dakwah menyebutkan dua macam *da'i* yaitu: (1) *da'i* adalah setiap manusia muslim yang *mukalaf* (sudah dewasa). Kewajiban dakwah telah melekat dan tidak terpisahkan pada mereka sesuai dengan kemampuan masing-masing sebagai realisasi perintah Rasulullah untuk menyampaikan Islam kepada semua orang walaupun hanya satu ayat. (2) secara khusus adalah muslim yang telah mengambil spesialis di bidang agama isla seperti ulama dan sebagainya.⁵

Kedua adalah *mad'u* atau objek dakwah. seorang *Da'i* yang baik adalah *da'i* yang mengetahui siapa dan bagaimana latar belakang *mad'unya* agar pesan (unsur *ketiga*) yang disampaikan sesuai dengan kebutuhannya. Media dan metode dakwah yang digunakan juga harus sesuai dengan kebutuhan *mad'u* karena setiap *mad'u* memiliki kebutuhan dan ketertarikan berbeda terhadap keduanya.

Sebagian *mad'u* cocok dengan metode ceramah seperti kegiatan dakwah pada acara PHBI (peringatan hari besar Islam) atau pengajian rutin Ibu-Ibu atau Bapak- Bapak di Majelis Taklim dengan diselipi humor atau cerita sejarah akan tetapi sebagian lagi seperti anak-anak yang justru sama sekali tidak cocok dengan metode tersebut karena anak-anak akan cepat merasa bosan dan tidak mau mendengarkan, maka dari itu metode dan media dakwah harus benar-benar disesuaikan dengan kebutuhan dan ketertarikan *mad'unya*.

Penelitian ini juga didasari oleh beberapa tinjauan pustaka diantaranya adalah: *pertama* penelitian dari Arif Dharma Prasetyo dengan Judul Retorika Dakwah Fadila Yahya Melalui *Story telling* pada tahun 2019.⁶ Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana gaya bahasa Fadila Yahya melalui *story telling*, kemudian untuk mengetahui bagaimana gaya suara dakwah Fadila Yahya melalui *story telling* dan bagaimana gaya gerak tubuh Fadila Yahya dalam dakwah dengan menggunakan metode *story telling* dengan pendekatan kualitatif lapangan (*field research*) dengan deskriptif.

⁴ Kustadi Suhandang, *Ilmu Dakwah Perspektif Komunikasi*, Bandung: PT Remaja Rosda Karya.2013. hlm. 19.

⁵ Ali aziz, *Ilmu Dakwah*. Jakarta : Prenada Media. 2017. hlm 186.

⁶ Arif Dharma, P. (2019). Retorika dAKwah Fadila Yahya Melalui Story Telling. *Skripsi Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya*

Hasil dari penelitian ini adalah *pertama* gaya bahasa yang digunakan Fadila Yahya dalam *story telling* yaitu menggunakan empat gaya bahasa, diantaranya : (!) gaya bahasa resmi, tidak resmi dan percakapa, (2) kemudian menggunakan gaya bahasa sederhana dan menengah, (3) menggunakan gaya bahasa dengan struktur kalimat paralelisme dan repetisi tautotes (4) gaya bahasa periphrasis, prolepsis atau antisipasis. *Kedua* gaya suara yang digunakan sangat memperhatikan pitch, loudness, rate dan rhythm, jeda atau *pause*. *Ketiga* gaya gerak tubuh yang digunakan selalu disesuaikan dengan keadaan *mad'u* diantaranya badan tegak, menggunakan gerakan tangan, memegang kepala. *Keempat* dengan memainkan ekspresi atau mimik muka.

Judul penelitian tersebut dijadikan sebagai tinjauan pustaka karena memiliki metode yang sama dalam kegiatan dakwahnya yaitu metode *story telling* sehingga dari tinjauan pustaka ini bisa memperkaya konsep, akan tetapi metode dakwahnya berbeda.

Kedua penelitian dari Muslimin Ritonga dengan judul Komunikasi Dakwah Zaman Milenial⁷, dengan bahasan mengenai sebuah dampak globalisasi informasi yang ditandai dengan kemajuan teknologi informasi yang begitu pesat dan mengetahui bagaimana kesiapan *da'i* dalam memanfaatkan kemajuan teknologi komunikasi tersebut. Judul ini dijadikan tinjauan pustaka karena memiliki konsep yang sama yaitu konsep komunikasi dakwah yang digunakan sehingga memperkaya referensi penulis dalam penyusunan karya ilmiah ini.

Ketiga penelitian dari Intan Nurjanah, Dang Eif Saiful Amin dan Nase Saepudin Zuhri dengan judul Model Dakwah Melalui Boneka,⁸ hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa midel dakwah yang dilakukan Kak Ris Nurunnisa dengan menggunakan media boneka dan menggunakan metode Ibrat al-Qashash dengan pesan dakwah yang disampaikan adalah kisah-kisah Rasul dan Sahabatnya, kemudian faktor yang mempengaruhi tersampainya pesan dakwah kepada *mad'u* adalah faktor sugesti dari setiap pesan yang disampaikan dan berdasarkan tanggapan dan perubahan sikap yang terjadi kepada anak-anak sebagai *mad'u* Kak Ris yang relative positif menunjukkan model dakwah yang diberikan Kak Risma Positif. Dari penelitian ini ada kesamaan dengan penelitian yang dilakukan penulis yaitu *da'i* sama-sama menggunakan Boneka untuk berdakwah akan tetapi subjeknya berbeda.

⁷ Muslimin Ritongan. (2019). Komunikasi Dakwah Zaman Milenial. *Jurnal Komunikasi Islam dan Kehumasan (JKPI)*, Vol.3, No 1.

⁸ Intan Nurjanah, dkk. (2018). Model Dakwah Melalui Media Boneka. *Tabligh : Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*. Volume 3, Nomor 4, 2018, 351-369. doi : 10.15575/tabligh.v3i4.703.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif yaitu sebuah metode penelitian yang berusaha mendeskripsikan sebuah gejala, peristiwa yang terjadi saat ini. Penelitian deskriptif menganalisa dan menyajikan data secara sistematis sehingga bisa lebih mudah dipahami dan disimpulkan, kesimpulan yang dihasilkan selalu jelas dasar faktualnya sehingga hasilnya selalu bisa dikembalikan kepada data yang diperoleh.⁹

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif, penelitian kualitatif adalah cara kerja penelitian yang menekankan pada aspek pendalaman data demi mendapatkan kualitas dari hasil suatu penelitian, suatu mekanisme kerja penelitian yang mengandalkan uraian deskriptif kata atau kalimat yang disusun secara cermat dan sistematis mulai dari menghimpun data sampai menafsirkan dan melaporkan hasil penelitian.¹⁰

Untuk pengumpulan data yang diperlukan dalam penelitian ini, maka peneliti menggunakan teknik observasi dan wawancara: (1) Observasi adalah cara pengambilan data dengan pengamatan langsung di tempat penelitian dengan menggunakan seluruh alat indra, selain itu metode observasi adalah proses pencatatan pola perilaku subyek atau kejadian tanpa adanya pertanyaan atau komunikasi langsung dengan individu atau kelompok yang diteliti.¹¹

(2) Wawancara Mendalam (*Indepth Interview*). Wawancara mendalam adalah proses untuk mendapatkan keterangan dari tujuan penelitian dengan cara tanya jawab langsung dengan tatap muka antara peneliti dengan objek atau orang yang diwawancarai, dimana peneliti dan informan terlibat dalam kehidupan social yang lama. Dilakukan dengan cara yang informal dan membangun suasana keakraban. Wawancara ini bertujuan untuk menyajikan konstruksi saat sekarang dalam konteks mengenai para pribadi, peristiwa, aktivitas, organisasi, perasaan, motivasi, tanggapan, tingkat dan bentuk keterlibatan.¹²

HASIL DAN PEMBAHASAN

⁹ M. Iqbal Hasan, *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya* (Jakarta: Ghalia Indonesia), 2002, hlm 13.

¹⁰ Ibrahim, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta., 2015, hlm 52.

¹¹ H.B Sutopo, *Metodologi Penelitian Kualitatif (Dasar Teori dan Terapannya dalam Penelitian)*, Surakarta : Universitas Sebelas Maret., 2008, hlm 57.

¹² H.B Sutopo, *Metodologi Penelitian Kualitatif (Dasar Teori dan Terapannya dalam Penelitian)*, hlm 58.

Kak Syaf sapaan akrabnya atau Muhammad Syafawi Fadly adalah salah satu *Da'i* muda asal Jawa Barat tepatnya Kabupaten Bekasi yang fokus menyiarkan pesan-pesan dakwah melalui metode *story telling* kepada anak-anak sejak tahun 2013. Selain dengan metode *story telling* Kak Syaf juga menggunakan Boneka yang disapa Chiko sebagai salah satu media dakwahnya. Hal yang melatar belakangi Kak Syaf memulai karirnya sebagai *da'i* muda yang fokus dengan *mad'u* anak-anak dimulai pada tahun 2013 ketika Kak Syaf menjadi seorang Mahasiswa dan marbot sebuah Masjid di sekitar Kampus UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, di Masjid tersebut Kak Syaf sering bertemu dengan anak-anak dan menyadari bahwa mereka menyenangkan, suka bermain, bercerita dan mereka bahagia ketika orang dewasa bisa menjadi diri mereka, maka dari itu Kak Syaf memulai petualangannya menjadi *da'i* dengan *stroryteller* dan menggunakan Boneka sebagai media dakwahnya hingga saat ini.¹³

Strategi Komunikasi Dakwah Persuasif Kak Syaf dan Chiko dengan Menggunakan Metode *Story Telling*.

Komunikasi dakwah adalah sebuah proses penyampaian informasi untuk memengaruhi komunikan atau *mad'u* agar mampu mengimani, mengilmui, menyebarkan dan mengamalkan kebenaran dari ajaran Islam.¹⁴

Salah satu cara agar tujuan dakwah tercapai maka dalam proses komunikasi dakwah menggunakan komunikasi persuasif. Komunikasi persuasif yang dikutip oleh Prof Deddy Mulyana dari K.Andersoon didefinisikan sebagai kegiatan komunikasi yang mempunyai tujuan utamanya adalah untuk mengubah keyakinan, perilaku dan sikap individu atau kelompok melalui pesan yang disampaikan. Perubahan atas sikap individu ataupun kelompok seolah-olah atas kehendak individu masing-masing bukan karena didorong oleh komunikator atau *da'i* dalam kegiatan dakwah.¹⁵

Ketika melaksanakan komunikasi dakwah persuasif seorang *da'i* harus menggunakan informasi tentang situasi psikologis, sosiologis serta latar belakang kebudayaan *mad'u* agar lebih mudah mempengaruhinya. Hal-hal yang harus diperhatikan agar komunikasi dakwah menjadi persuasif,

¹³ Hasil wawancara bersama Kak Syaf pada hari Jumat tanggal 8 Juli 2022 pkl 19.00 melalui Zoom meeting.

¹⁴ Asep Syamsul M.Romli, *Komunikasi Dakwah pendekatan Praktis*, 2013, hlm 11.

¹⁵ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* (Bandung: Remaja Rosdakarya 2011), hlm.79.

diantaranya adalah:¹⁶ (1) komunikator atau *da'i* (2) pesan (3) media (4) komunikan atau *mad'u*.

Seorang *da'i* atau komunikator harus memiliki kredibilitas yang tinggi yakni memiliki pengetahuan tentang apa yang disampaikannya. Kak Syaf adalah seorang *da'i* muda yang memulai tugasnya sebagai seorang *da'i* dari tahun 2013 sampai hari ini, diundang dari Majelis ke Majelis dari Sekolah ke Sekolah dalam acara peringatan hari besar Islam, tasyakuran dan lain-lain dengan latar belakang pendidikan formal dan non formal keagamaan yang kuat.

Setiap materi yang akan dibawakan akan dibedah terlebih dahulu oleh Kak Syaf beserta tim dan Guru spiritualnya.¹⁷ Latar belakang tersebut sudah membuktikan bagaimana kredibilitaas Kak Syaf yang tidak bisa diragukan lagi.

Sedangkan pesan dakwah yang disampaikan oleh Kak Syaf adalah pesan-pesan tentang cinta kasih, pesan yang menggambarkan Islam yang *rahmatallilalamin*, tentang bagaimana menjaga hubungan baik antar manusia (*muamalah*). Metode yang digunakan dengan metode *story telling* yang fokus kepada anak-anak sebagai objek dakwah.

Reinforcement theory atau biasa disebut dengan teori penguatan adalah sebuah teori komunikasi persuasif yang dikembangkan oleh Hovlan, Janis dan Kelly pada tahun 1976. Teori ini menjelaskan bahwa faktor penguatan (*reinforcement*) bisa mengubah sebuah pandangan dan sikap seseorang, dan bentuk penguatan tersebut seperti perhatian (*attention*), pemahaman (*comprehension*), dan sebuah dukungan atau penerimaan (*acceptance*). Karena sebelum sebuah pandangan diadopsi menjadi sebuah sikap atau perilaku *mad'u* menurut teori ini mempertimbangkan aspek perhatian, pemahaman dan dukungan atau penerimaan.¹⁸

Strategi komunikasi persuasif dakwah yang dilakukan Kak Syaf dengan mengacu kepada teori penguatan adalah fokus dengan tiga tahap strategi yaitu perhatian, pemahaman dan dukungan.

Menghadapi Objek dakwah atau *mad'u* yang berada pada usia anak-anak jelas berbeda cara menghadapinya dengan objek dakwah usia Orang tua

¹⁶ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, hlm 80.

¹⁷ Hasil wawancara bersama Kak Syaf pada hari Jumat tanggal 8 Juli 2022 pkl 19.00 melalui Zoom meeting.

¹⁸Pawit M. Yusuf, *Ilmu Informasi, Komunikasi, dan Perpustakaan* (Jakarta : PT. Bumi Aksara, 2009) hlm. 118.

karena mereka datang ke Majelis mempunyai niat untuk mengikuti kegiatan dakwah, akan tetapi berbeda dengan anak-anak yang cenderung lebih suka bermain, maka dari itu untuk tahap *pertama* adalah menggunakan strategi perhatian atau *attention* yaitu menarik perhatian *mad'u* dengan cara memutar musik yang bersahabat dengan mereka setelah musik diputarkan dihadirkanlah Boneka yang dijadikan sebagai media dakwah Kak Syaf yang diberi nama Chiko.

Karakter Chiko dengan suaranya yang khas sengaja dibentuk menjadi Boneka yang mempunyai kepribadian lucu, rapih, cerewet dan mempunyai banyak keinginan sehingga ketika Chiko dikeluarkan, dipertemukan dan diperkenalkan dengan anak-anak maka sangat menarik perhatian anak-anak sehingga mereka bisa duduk dengan fokus dan siap mendengarkan pesan-pesan dakwah yang akan disampaikan Kak Syaf dan Chiko melalui metode *story telling*.

Setelah perhatian anak-anak fokus terhadap *da'i* maka disanalah diberikan pemahaman (*comprehension*) yaitu strategi tahap *kedua* tentang pesan dakwah yang ingin disampaikan dan kolaborasi antara Kak Syaf dan karakter Chiko tersebut membuat pemahaman keagamaan yang disampaikan mudah diterima oleh anak-anak karena kepewawain Kak Syaf yang menggunakan media Boneka Chiko mampu menyampaikan pesan-pesan dakwah kepada anak-anak dengan cara tidak menasehati tapi mampu masuk kedalam dunia anak-anak sebagai teman sehingga pesan-pesan yang disampaikan tidak seperti menasehati seperti halnya orang tua dirumah tapi dengan berbicara seperti seorang sahabat sehingga anak-anak mampu memahami dengan baik.

Ketika pada tahap *kedua* ini anak-anak mulai terlihat merasa bosan maka diselingi dengan game, dan game yang diberikan adalah game yang berhubungan dengan materi yang disampaikan sehingga game tersebut mampu memberi penguatan terhadap materi dakwah yang sudah disampaikan. Setiap game disiapkan dengan matang dan disesuaikan dengan materi. Setelah anak-anak kelelahan dengan game yang diberikan mereka akan duduk dan kembali mendengarkan materi dengan fokus.

Strategi tahap terakhir adalah dukungan atau penerimaan (*acceptance*) dengan membuat kesan baik yang membekas pada anak-anak salah satu caranya adalah dikeluarkan Kitab ajaib dalam kitab tersebut ada hadiah yang sudah disiapkan. Biasanya tiga orang anak diminta kedepan kemudian menuliskan apa yang diinginkannya dikitab tersebut kemudian mengabdikan keinginannya seperti ingin coklat, uang dan lain-lain. Kitab ajaib ini dikemas seperti sebuah sulap sehingga menarik perhatian anak-anak. Pujian dan

dukungan juga diberikan kepada anak-anak sehingga mereka merasa diakui kehebatannya.¹⁹

Strategi komunikasi dakwah tersebut yaitu strategi perhatian, pemahaman dan penerimaan adalah strategi yang fokus digunakan dalam komunikasi dakwah yang disampaikan Kak Syaf disetiap kegiatan dakwah yang dilakukan, sejauh ini strategi tersebut dianggap mampu mempengaruhi sikap dan perilaku anak-anak untuk mengikuti pesan dakwah yang disampaikan. *“jadi itu bagian dari strategi kita jadi kita fokus diawal, ditengah dan akhir jadi kita fokus diawal dengan menarik perhatian, ditengah dengan mendengarkan dongeng kita dan biasanya menghibur anak anak agar tidak jenuh dan yang akhir ini bagian closing jadi di penutup ini gimana caranya kita bisa membuat moment yang tidak bisa dilupakan oleh anak anak”.*²⁰

KESIMPULAN DAN SARAN

Komunikasi dakwah adalah sebuah proses penyampaian informasi untuk memengaruhi komunikan atau *mad'u* agar mampu mengimani, mengilmui, menyebarkan dan mengamalkan kebenaran dari ajaran Islam. Dalam memengaruhi *mad'u* komunikasi persuasif bisa digunakan agar tujuan dakwah bisa tercapai. Menurut teory Hovaln, Janis dan Kelly yaitu teori penguatan agar komunikasi persuasif bisa terwujud maka faktor penguatan harus dilaksanakan perhatian, pemahaman dan dukungan atau penerimaan.

Strategi komunikasi dakwah Kak Syaf dengan menggunakan *story telling* berfokus pada tiga tahap strategi yaitu: (1) yaitu menarik perhatian *mad'u* dengan cara memutarakan music yang bersahabat dengan mereka setelah music diputarkan dihadirkanlah Boneka yang dijadikan sebagai media dakwah Kak Syaf yang diberi nama Chiko. (2) diberikan pemahaman keagamaan dengan menggunakan metode *story telling* atau dongeng kemudian dikuatkan dengan game yang mendukung pesan dakwah yang disampaikan, setelah itu strategi ketiga yaitu tahap penerimaan dengan membuat kesan baik yang membekas pada anak-anak salah satu caranya adalah dikeluarkan Kitab ajaib dalam kitab tersebut ada hadiah yang sudah disiapkan.

Penelitian ini bisa dijadikan acuan untuk pengembangan metode dakwah yang berfokus pada *mad'u* anak-anak, selanjutnya bisa dijadikan

¹⁹ Hasil wawancara bersama Kak Syaf pada hari Jumat tanggal 8 Juli 2022 pkl 19.00 melalui Zoom meeting.

²⁰ Hasil wawancara bersama Kak Syaf pada hari Jumat tanggal 8 Juli 2022 pkl 19.00 melalui Zoom meeting.

acuan untuk penelitian lanjutan seberapa jauh pengaruh metode dakwah story telling terhadap perubahan sikan positif anak-anak.

DAFTAR PUSTAKA

Asep Syamsul dan M. Romli. 2013. *Komunikasi Dakwah pendekatan Praktis*. www.romeltea.com diakses pada 9 Juli 2022.

Arif Dharma, P. (2019). Retorika dAKwah Fadila Yahya Melalui Story Telling. *Skripsi Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya*.

Ali Aziz. 2017. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Prenada Media.

Deddy Mulyana. 2011. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya

Enjang dan Aliyudin. 2009. *Dasar-Dasar Ilmu Dakwah*, Bandung: Widya Padjajaran.

H.B Sutopo. 2008. *Metodologi Penelitian Kualitatif (Dasar Teori dan Terapannya dalam Penelitian)*, Surakarta: Universitas Sebelas Maret.

Intan Nurjanah, dkk. (2018). Model Dakwah Melalui Media Boneka. *Tabligh: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*. Volume 3, Nomor 4, 2018, 351-369. doi: 10.15575/tabligh.v3i4.703.

Ibrahim. 2015. *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta.

Kustadi Suhandang. 2013. *Ilmu Dakwah Perspektif Komunikasi*, Bandung: PT Remaja Rosda Karya.

Muslimin Ritongan. (2019). Komunikasi Dakwah Zaman Milenial. *Jurnal Komunikasi Islam dan Kehumasan (JKPI)*, Vol.3, No 1.

M. Iqbal Hasan. 2002. *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting

Volume 2 Nomor 1 (2022) 71-80 E-ISSN 2798-6683 P-ISSN 2798-690X

DOI: 10.47476/dawatuna.v2i1.1665

Pawit M. Yusuf. 2009. *Ilmu Informasi, Komunikasi, dan Perpustakaan*. Jakarta: PT. Bumi Aksara

Siti Lutfi, dkk. (2019). Komunikasi Dakwah di Pesantren Terpadu Lebaga Masyarakat. *Jurnal Warta Iski*, Vol. 02, No. 02 .
doi: <https://doi.org/10.25008/wartaiski.v2i02.33>.