

**STRATEGI COERSEDUCTION DALAM INTERAKSI DAKWAH  
USTADZ DAS'AD LATIF DI YOUTUBE TERHADAP MAD'U**

**Nasichah, Siva Rohmawati, Tazkya Izzati**

Mahasiswa Program Studi Bimbingan dan Penyuluhan Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu  
Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta

[nasichah@uinjkt.ac.id](mailto:nasichah@uinjkt.ac.id), [siva.rohmawati24@mhs.uinjkt.ac.id](mailto:siva.rohmawati24@mhs.uinjkt.ac.id), [tazkya.izzati@mhs.uinjkt.ac.id](mailto:tazkya.izzati@mhs.uinjkt.ac.id)

**Abstrak**

Dakwah adalah salah satu bentuk kegiatan interaksi sosial. Karena itulah diperlukan kemampuan untuk memahami, mengenal orang lain, merespon, dan menyampaikan pesan dan maksud yang diinginkan. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis strategi coerseduction dalam interaksi dakwah ustadz Das'ad Latif di YouTube terhadap mad'u. Dengan menggunakan metode kualitatif melalui analisis komentar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi coerseduction melalui gaya komunikasi, daya tarik pribadi, dan pendekatan emosional yang dilakukan ustadz Das'ad Latif efektif dalam memengaruhi penerimaan pesan dakwah oleh mad'u. Melalui strategi coerseduction yang dilakukan ustadz Das'ad Latif pesan dakwah yang disertai paksaan halus dan bujukan efektif karena membuat mad'u mudah menerima sebuah pesan dakwah, karena penyampaian yang jenaka, menyentil, dan penuh makna terasa menyenangkan, sehingga pesan dakwah dapat diadaptasi. Penelitian ini memberikan wawasan penting bagi seorang da'i agar mampu menyampaikan pesan dakwah secara lembut sekaligus tegas agar dakwah yang disampaikan efektif dan berdampak terhadap mad'u.

Kata Kunci : Coerseduction, Dakwah, Interaksi, Komunikasi

**PENDAHULUAN**

Dakwah dalam pelaksanaannya adalah sebuah kegiatan sadar manusia baik secara perorangan maupun kelompok dalam rangka menegakkan ajaran Islam dan mencapai ridha Allah Swt. Kegiatan dakwah apapun konteksnya akan selalu dibutuhkan oleh umat manusia demi mewujudkan kesalehan umat. Oleh sebab itu, kegiatan dakwah tidak hanya sebagai proses penyampaian ajaran Islam, akan tetapi juga menciptakan dan melahirkan kesadaran masyarakat untuk menegakkan tauhid, keadilan, menciptakan masyarakat yang Islami, dan menumbuhkan persaudaraan. Disinilah peran seorang da'i yang bertugas untuk mengajak dan memotivasi umat untuk dapat melaksanakan ajaran agama dengan baik dan benar. Seorang da'i harus

mampu memberikan penyadaran dan pencerahan akan keberadaan manusia sebagai makhluk Allah yang memiliki tugas untuk mengabdikan kepada Allah sesuai dengan aturan-Nya.<sup>1</sup>

Untuk memberikan penyadaran dan pencerahan kepada mad'u seorang da'i harus menggunakan pendekatan yang cocok agar pesan yang disampaikan mampu diterima. Salah satu pendekatannya adalah dengan cara berinteraksi dengan baik kepada mad'u menggunakan komunikasi persuasif. Komunikasi persuasif adalah jenis komunikasi yang sifatnya mempengaruhi komunikan atau audiencenya, sehingga bertindak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh komunikator. Dimana yang dikehendaki dalam komunikasi persuasif ini ialah perubahan perilaku, keyakinan, dan sikap yang lebih mantap seolah-olah perubahan tersebut bukan atas kehendak komunikator akan tetapi justru kehendak komunikan sendiri.<sup>2</sup>

Coerseduction adalah salah satu pendekatan dakwah yang menggunakan komunikasi persuasif. Dakwah persuasif adalah dakwah yang dilaksanakan dengan proses mempengaruhi mad'u dengan pendekatan psikologis, sehingga mad'u melakukan perubahan bukan karena da'i tetapi atas kehendak dirinya sendiri. Dalam strategi coerseduction dakwah dilakukan dengan interaksi dua arah antara da'i dan mad'u, sehingga memungkinkan terjadinya kepekaan yang lebih dalam menerima suatu informasi karena, terdapat ruang diskusi di dalamnya. Oleh sebab itulah penelitian ini memberikan wawasan penting bagi seorang da'i agar mampu menyampaikan pesan dakwah secara lembut sekaligus memberikan unsur penekanan/ paksaan yang efektif dan berdampak terhadap mad'u.

Dalam hasil analisis komentar pada konten ustadz Das'ad Latif terlihat bahwa interaksi dalam proses dakwah penting karena melalui interaksi yang baik akan tercipta keberhasilan dakwah. Tetapi tidak semua da'i mampu menyesuaikan gaya komunikasinya terhadap mad'u sehingga banyak mad'u yang pasif dan tidak responsif terhadap pesan dakwah yang disampaikan oleh da'i. Dalam hal ini strategi coerseduction harus mampu menciptakan suasana dakwah yang menyenangkan, interaktif, dan efektif. Hal ini menimbulkan pertanyaan mengenai bagaimana efektivitas coerseduction dalam interaksi antara dai dan mad'u, serta sejauh mana pendekatan ini mampu meningkatkan penerimaan pesan dakwah.

Pada penelitian terdahulu, lebih banyak membahas mengenai komunikasi persuasif dalam dakwah, strategi komunikasi persuasif di media sosial, serta pengaruh interaksi, namun

---

<sup>1</sup> Halimatus Sakdiyah, (2015), *Urgensi Interpersonal Skill dalam Dakwah Persuasif*, *Jurnal Ilmu Dakwah*, Vol. 35, No.1, hal. 2

<sup>2</sup> Hendri Afriyanto, (2018), *Komunikasi Persuasif Da'i dan Mad'u dalam Pemahaman Pesan Dakwah*, Skripsi: Universitas Raden Intan Lampung, hlm. 1

belum banyak bahkan jarang yang meneliti mengenai strategi coerseduction dalam interaksi da'i dan mad'u. Penelitian mengenai strategi coerseduction dalam interaksi da'i dan mad'u sebagai salah satu metode pendekatan dakwah juga masih terbatas. Oleh karena perbedaan inilah yang menjadi alasan peneliti melakukan analisis ini. Analisis ini mempunyai relevansi dengan bidang Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Islam, karena di dalamnya menjelaskan kontribusi dalam pengembangan teori serta praktik komunikasi dakwah yang lebih humanis, kontekstual, interaktif, dan efektif. Melalui penelitian ini diharapkan juga dapat memperkaya literatur mengenai strategi dakwah yang sesuai dengan karakter masyarakat masa kini yang kritis dan rasional, sekaligus menjadi masukan bagi lembaga-lembaga dakwah dalam menyusun sebuah strategi komunikasi yang lebih adaptif.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi coerseduction dalam interaksi dakwah Ustadz Das'ad Latif di YouTube, serta menilai efektivitas strategi dakwah dengan metode coerseduction pada mad'u dalam menerima sebuah pesan dakwah.

### **Rumusan Masalah**

Penelitian ini berfokus pada penerapan strategi coerseduction dalam interaksi dakwah antara da'i dan mad'u oleh Ustadz Das'ad Latif di media digital Youtube. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, muncul beberapa pertanyaan penelitian yang perlu dijawab. Pertama, studi ini ingin mengidentifikasi bagaimana bentuk dan cara penerapan strategi coerseduction yang diterapkan oleh Ustadz Das'ad Latif saat menyampaikan pesan dakwahnya melalui beragam konten di YouTube. Kedua, penelitian ini menganalisis pola interaksi yang terjadi antara Ustadz Das'ad Latif sebagai pengkhotbah dan para mad'u sebagai pendengar, baik dalam hal gaya komunikasi, pilihan kata, maupun tanggapan yang muncul di ruang digital tersebut. Ketiga, penelitian ini berusaha untuk menilai sejauh mana efektivitas strategi coerseduction berkontribusi pada keberhasilan dakwah Ustadz Das'ad Latif di YouTube, terutama dalam hal menarik perhatian, menciptakan kedekatan emosional, dan memengaruhi perilaku keagamaan dari para mad'u.

### **Kerangka Berfikir**

Perkembangan dakwah di era digital telah menghadirkan perubahan signifikan pada cara da'i menyampaikan pesan, termasuk melalui platform YouTube yang menjadi salah satu media paling efektif untuk menjangkau mad'u dalam jumlah besar. Ustadz Das'ad Latif. Pola perpaduan antara ketegasan dan bujukan tersebut secara konseptual dapat dipahami sebagai strategi Coerseduction, yakni integrasi antara coercion (penekanan atau peringatan keras) dan

seduction (bujukan atau pendekatan persuasif). Fenomena ini perlu dianalisis untuk mengetahui bagaimana strategi tersebut dibangun dan bagaimana pengaruhnya terhadap mad'u sebagai audiens digital.

Dalam konteks dakwah, strategi penyampaian pesan sangat ditentukan oleh kualitas interaksi antara da'i dan mad'u. Salah satu pendekatan yang dapat meningkatkan efektivitas komunikasi dakwah adalah Coerseduction yakni perpaduan antara pendekatan *coercion* (paksaan) dan *seduction* (bujukan) dengan menggabungkan keduanya, seorang da'i diharapkan mampu menyeimbangkan antara ketegasan dalam penerimaan pesan serta dapat diimpelentasikan. Dakwah yang bersifat paksaan akan memberikan ancaman yang dilakukan dai terhadap mad'u agar besikap sesuai dengan kehendak yang di inginkan dai, sedangkan dakwah yang bersifat bujukan kemampuan dai untuk mempengaruhi dan meyakini mad'u agar menerima pesan dakwah dengan melakukan perubahan sikap dan perilaku secara sukarela atas kemuanya sendiri.<sup>3</sup>

Untuk menelaah strategi Coerseduction yang digunakan Ustadz Das'ad Latif, penelitian ini menggunakan tiga perspektif teori yang saling melengkapi. Pertama, Teori Komunikasi Teori Persuasif digunakan untuk menjelaskan unsur *seduction* dalam strategi Coerseduction. Dan unsur *coercion* dalam Coerseduction dapat dijelaskan melalui Teori Jarum Hipodermik (Hypodermic Needle Theory) atau Teori Peluru.



<sup>3</sup> Nasichah, (2024), *Komunikasi dan Konversi Agama*, Jakarta Selatan: Damera Press, hal. 18

## Penelitian Sebelumnya (Literatur Review)

Penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh Aulia Salwa Afifah dan tim yang menganalisis “Komunikasi Dakwah Persuasif dalam Membangun Ukhuwah Islamiyah di Komunitas Kajian Malikal Mulki” menunjukkan bahwa 1) cara penyampaian dakwah yang persuasif oleh para da’i mampu menarik perhatian para pemuda dengan metode yang santai, mudah dipahami, dan relevan dengan situasi saat ini. Strategi tersebut memberikan dampak positif dalam membentuk sikap keagamaan serta meningkatkan partisipasi aktif jamaah dalam kegiatan belajar, 2) persaudaraan dalam Islam mulai terbentuk melalui komunikasi yang lebih intens dan program-program sosial bersama, meskipun masih menghadapi beberapa tantangan seperti kurangnya interaksi antar kelompok jamaah dan minimnya keterlibatan jamaah perempuan. Oleh sebab itu, komunikasi yang terbuka dan berfokus pada nilai kebersamaan menjadi hal penting dalam membangun persaudaraan Islam yang lebih merata dan dapat diakses oleh semua orang.<sup>4</sup>

Selanjutnya yaitu penelitian dalam skripsi “Strategi Komunikasi Persuasif Akun Tiktok @sarahafhr Dalam Berdakwah di TikTok” didapatkan hasil bahwa pendekatan psikodinamik di akun TikTok @sarahafhr dalam berdakwah memanfaatkan elemen kognitif dan emosional, bertujuan untuk menyentuh aspek-aspek tersebut dari berbagai kalangan agar pengikutnya dapat mendalami ajaran agama dan terlibat dalam aktivitas yang positif. Ini juga meliputi usaha untuk memahami dengan seksama umpan balik melalui komentar dari para penontonnya agar pesan dakwahnya tersampaikan dengan efektif dan dirasakan oleh audiensnya. Adanya interaksi antara Sarah dan para pengikutnya, serta antara sesama pengikut dalam kolom komentar, sehingga terbentuklah sebuah komunitas sosial. Selain itu, ia memanfaatkan jaringan pertemanan pengikutnya untuk meningkatkan kesadaran mengenai pentingnya memahami ajaran agama. Berdakwah dengan cara menggunakan penjelasan yang mudah dan bahasa yang santai. Tujuannya adalah agar pengikutnya atau penonton dapat dengan mudah memahami pesan yang disampaikan oleh Sarah Affifah Rizky. Konstruksi makna ini juga diterapkan dalam konteks pesan tanpa mengurangi esensi sebenarnya, khususnya saat menyampaikan ayat Al-Qur'an dan Hadits.<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> Aulia Salwa Afifah, dkk, (2025), *Analisis Komunikasi Dakwah Persuasif dalam Membangun Ukhuwah Islamiyah di Komunitas Kajian Malikal Mulki*, Jurnal Ranah Research, Vol. 7, No. 5, hal. 3327-3328

<sup>5</sup> Cinta Al-Islamiy, (2024), *Strategi Komunikasi Persuasif Dalam Berdakwah di Akun TikTok @Sarahafhr* Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, hal. 77-78

Penelitian selanjutnya berasal dari Fadilla Raihan Putri, dkk. Dengan judul jurnal “*Interaksi Dai dan Mad’u dalam Pengajian Arisan Qolbu di Kabupaten Agam*”, didapatkan hasil bahwa efektivitas penyampaian dakwah sangat tergantung pada cara dai berinteraksi dengan mad’u. Model Pertukaran Sosial menunjukkan bahwa mad’u cenderung lebih menerima dakwah jika mereka merasakan keuntungan yang lebih besar dibandingkan dengan usaha yang mereka korbakan. Hubungan yang efektif dapat dilihat dari dai Elya Sastra, yang mampu memberikan manfaat lebih besar bagi mad’u. Di sisi lain, hubungan yang kurang efektif terjadi ketika mad’u merasa bahwa keuntungan yang mereka dapatkan tidak sebanding dengan usaha yang telah mereka lakukan, seperti yang terlihat dalam interaksi dengan dai Nora. Model Peranan menekankan pentingnya dai sebagai teladan. Keteladanan dai seperti Umi Elya, yang menerapkan metode personal dan emosional, membantu mad’u merasa lebih nyaman dalam menerima ajaran Islam. Selain itu, Model Permainan menggambarkan bahwa kemampuan dai untuk beradaptasi sebagai orang tua, dewasa, atau anak sesuai dengan kebutuhan situasi dapat membuat hubungan dakwah menjadi lebih dinamis dan efektif. Penelitian ini menekankan pentingnya cara pendekatan yang peka terhadap kebutuhan psikologis dan sosial dari mad’u. Keberhasilan dakwah tidak hanya tergantung pada isi dari pesan yang disampaikan, tetapi juga pada cara pesan tersebut disampaikan.<sup>6</sup>

Persamaan penelitian yang dilakukan dengan penelitian terdahulu adalah sama-sama membahas mengenai komunikasi dakwah persuasif, strategi komunikasi persuasif, serta efek dari penyampaian dakwah dalam membangun interaksi dai’ dan mad’u. Ketiga penelitian terdahulu menggunakan pendekatan dan fokus pada strategi komunikasi yang bersifat persuasif, juga sama-sama menyoroti bagaimana sebuah interaksi antara da’i dan mad’u dapat memengaruhi sebuah keberhasilan pesan dakwah. Baik penelitian ini maupun penelitian sebelumnya juga sama-sama membahas mengenai kemampuan seorang da’i dalam membangun interaksi yang sifatnya persuasif dengan mad’u. Selanjutnya kesamaan dalam menggunakan konsep komunikasi dua arah yang menekankan adanya umpan balik baik da’i maupun mad’u guna mencapai keberhasilan dakwah yang diharapkan.

Selanjutnya mengenai perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian dahulu yaitu adanya unsur paksaan bukan hanya bujukan/ persuasif yang di sebut dengan coerseduction. Coerseduction sendiri identik dengan komunikasi persuasif yang sifatnya personal, dimana

---

<sup>6</sup> Fadilla Raihan Putri, dkk, (2024), *Interaksi Dai dan Mad’u dalam Pengajian Arisan Qolbu di Kabupaten Agam*, Jurnal Komunikasi dan Dakwah Islam, Vol. 2. No. 2, hal.183

dalam konteks dakwah materi yang disampaikan berupa bujukan dengan janji-janji keindahan mengenai syurga, kebaikan dan amal yang mendatangkan pahala, dan sebagainya. Dalam konteks persepsi aktif orang yang telah terbujuk bukan berarti penerima pesan yang pasif, namun ia berfikir jernih untuk bisa memaknai pesan yang diterimanya, yang disampaikan oleh komunikator/ da'i.

Berdasarkan hasil analisis terhadap penelitian sebelumnya, mayoritas penelitian yang ada berbicara mengenai komunikasi dakwah persuasif, strategi komunikasi persuasif, serta efektivitas penyampaian dakwah dalam membangun interaksi saja. Penelitian terdahulu lebih menyoroti strategi persuasi dari da'i kepada mad'u juga cara komunikasi yang dapat membangun interaksi aktif, sehingga terjadi komunikasi dua arah yang efektif dalam kegiatan dakwah. Namun, pada penelitian tersebut belum mengeksplorasi keberhasilan penerapan strategi coerseduction yang tidak hanya menggunakan pendekatan dakwah dengan menggunakan unsur bujukan/ persuasif tetapi juga berisi unsur paksaan secara langsung dalam interaksi antara dai dan mad'u. Penelitian ini berfungsi sebagai pengembangan dari penelitian yang telah ada, dengan menyoroti aspek baru mengenai keberhasilan strategi coerseduction dalam menciptakan komunikasi dua arah yang lebih empatik dan partisipatif antara dai dan mad'u. Dengan demikian, studi ini memberikan kontribusi yang penting dalam memperluas pemahaman tentang dakwah modern yang mengedepankan hubungan saling menguntungkan dan manusiawi antara da'i dan mad'u.

### **Teori (Landasan Teoretis)**

Penelitian ini menggunakan tiga teori utama yang saling melengkapi dalam Strategi Coerseduction dalam Interaksi Dakwah Ustadz Das'ad Latif di YouTube terhadap Mad'u, yakni teori komunikasi dakwah, teori persuasif dan teori jarum jarum hipodermik, yang juga disebut teori peluru, pada media massa. Sebelum suatu pesan dakwah dapat dikonstruksikan untuk disampaikan kepada komunikan dengan tujuan mempengaruhi dan membujuk, disitu harus terdapat komunikasi dakwah, persuasif dan penggunaan teori Penelitian ini menggunakan tiga teori utama yang saling melengkapi dalam menjelaskan strategi coerseduction pada interaksi antara *da'i* (ustadz das'ad latif) dan *mad'u* (objek dakwah), yakni teori komunikasi dakwah, teori persuasif dan teori jarum jarum hipodermik pada media massa dalam pendekatan da'i ke mad'u guna menciptakan strategi Coerseduction dalam Interaksi Dakwah Ustadz Das'ad Latif di YouTube terhadap Mad'u.

Menurut Riswandi teori komunikasi dapat dipahami sebagai proses di mana informasi dipertukarkan antara individu dengan menggunakan bentuk bahasa, baik verbal maupun nonverbal, yang dilakukan secara langsung atau melalui media tertentu. Selanjutnya menurut Ilyas adalah sebuah pandangan alternatif menjelaskan bahwa istilah komunikasi berasal dari bahasa Latin "comunis" yang berarti menciptakan keterikatan atau membangun hubungan antara dua orang atau lebih, sementara istilah "comuni" berasal dari "communico" yang berarti berbagi.<sup>7</sup>

Komunikasi dakwah dalam karya Psikologi Dakwah menunjukkan bahwa dakwah merupakan sebuah bentuk komunikasi, di mana seorang da'i menyampaikan pesan dakwah kepada mad'u, baik sendirian maupun dalam kelompok. Dalam hal ini, dakwah menjadi interaksi antara da'i (sebagai komunikator) dan mad'u (sebagai komunikan). Sebelum pesan dakwah dapat disiapkan untuk disampaikan kepada komunikan, dengan tujuan untuk memengaruhi melalui paksaan atau bujukan, maka harus ada materi atau pesan dakwah yang disusun sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Penting untuk dicatat bahwa pengertian komunikasi dakwah tidak hanya berfokus pada tujuannya, tetapi juga mengedepankan dampak yang timbul pada komunikan sebagai hasil dari penyampaian pesan ustad das'ad latif dalam menggunakan strateginya.<sup>8</sup>

Hal ini membutuhkan pendekatan persuasif pada dakwah ustadz das'ad latif untuk mendukung proses komunikasi dakwah. Dalam kamus bahasa Indonesia, arti dari persuasi adalah bujukan lembut, ajakan, dan juga usaha yang halus. Persuasif mengarah pada kondisi daya tarik yang muncul selama interaksi, yang tidak hanya terbatas pada hubungan pribadi, tetapi juga dalam konteks sosial yang lebih luas. Persuasi merupakan bentuk komunikasi yang bertujuan agar pesan yang disampaikan bisa membawa perubahan pada sikap, keyakinan, dan tindakan penerima atau komunikan. Di dalam konteks dakwah, persuasif adalah komunikasi yang selalu fokus pada aspek psikologis mad'u untuk meningkatkan kesadaran dalam menerima dan menerapkan ajaran Islam. Dalam konteks komunikasi dakwah dan pentingnya persuasi, seorang komunikator dakwah sebaiknya mempersiapkan dirinya dengan teori-teori persuasif agar bisa menjadi komunikator yang efisien. Efektivitas komunikasi dakwah dalam

---

<sup>7</sup> Indah Siti Romadhonah dan Malik Ibrahim, (2023), *Komunikasi Dakwah dalam Bingkai Teori-Teori Psikologi (Da'wah Communication in the Frame Psychological Theories)*, Nusantara Hasana Journal, Vol. 3, No. 2, hal. 80

<sup>8</sup> Muslimin Ritonga, (2019), *Komunikasi Dakwah Zaman Milenial*, Jurnal Komunikasi Islam dan Kehumasan (JKPI), Vol. 3, No. 1, hal. 65

persuasi akan memunculkan pertanyaan tentang sejauh mana pesan dan aktivitas dakwah dapat mempengaruhi audiens (mad'u). Untuk menjawab pertanyaan ini, penting untuk memperhatikan seberapa besar daya tarik yang dimiliki oleh komunikator.<sup>9</sup>

Sebagaimana dijelaskan oleh Burgon dan Huffner, komunikasi yang bersifat persuasif bertujuan untuk mempengaruhi cara berpikir dan pandangan orang agar sejalan dengan keinginan dari komunikator. Selain itu, komunikasi jenis ini juga bertujuan untuk mengajak orang lain supaya mengubah sikap, keyakinan, dan pendapat mereka sesuai dengan keinginan komunikator, tanpa menggunakan paksaan atau ancaman. Sebaliknya, pendekatan ini menggunakan argumentasi dan alasan yang bersifat psikologis (Maulana dan Gumelar, 2013). Dalam konteks dakwah, teori persuasif adalah komunikasi yang selalu menekankan aspek-aspek psikologis dari mad'uw untuk membangun kesadaran mereka dalam menerima dan mengamalkan ajaran Islam Guna menjalankan komunikasi persuasif dalam perancangan strategi coerseduction antara mad u dan dai untuk penerimaan pesan yang diterima.<sup>10</sup>

Serta teori jarum hipodermik, yang juga disebut teori peluru, adalah salah satu konsep dalam komunikasi massa. Teori jarum hipodermik adalah model komunikasi linear yang menekankan pada dampak kuat media terhadap audiens. Teori peluru atau jarum hipodermik berpendapat bahwa media memiliki kekuatan luar biasa dan penerima pesan dianggap tidak aktif atau kurang tahu. Teori ini menyatakan bahwa seorang komunikator dapat menembakkan pesan komunikasi yang dahsyat kepada audiens yang tidak berdaya (pasif). Secara umum, audiens dianggap sebagai kelompok orang yang seragam dan mudah terpengaruh. Dengan demikian, pesan-pesan yang disampaikan kepada mereka akan selalu diterima begitu saja. Teori jarum suntik beranggapan bahwa audiens tidak mampu menolak informasi yang disampaikan melalui media komunikasi. Audiens terbuai layaknya terpengaruh obat bius yang masuk melalui jarum suntik sehingga tidak memiliki pilihan lain selain apa yang disajikan oleh media.<sup>11</sup> Pada teori jarum hipodermik kami berasumsi bahwa pada strategi coerseduction yang di gunakan ustadz Das'ad Latif di YouTube apakah beliau dalam berdakwah untuk mempermudah jamaah dalam menerima dan memahami pesan dakwah dengan menggunakan teori ini.

---

<sup>9</sup> Muhammad Ridwan, (2023), *Dakwah Persuasif Nabi Musa dalam Perspektif Komunikasi Dakwah Kontemporer*, Ad-Da'wah: Jurnal Dakwah dan Komunikasi, Vol. 21, No. 2, hal. 121

<sup>10</sup> Lina Masruroh, (2020), *Komunikasi Persuasif dalam Dakwah Konteks Indonesia*, Surabaya: Scopindo Media Pustaka, hal. 11–12.

<sup>11</sup> Erwan Effendi, Paradia Kristanti Dewi, Frisca Nabila, dan Natasya, (2023), *Teori Peluru Ajaib*, Jurnal Pendidikan dan Konseling, Vol. 5, No. 2, hal. 5216–5220

Ketiga teori tersebut menunjukkan pola pikir yang jelas. Teori Komunikasi Dakwah memberikan kerangka dasar terkait struktur penyampaian pesan, teori persuasif menguraikan cara unsur bujukan dibangun, sementara teori jarum hipodermik menggambarkan bagaimana elemen ketegasan dapat memberikan dampak langsung pada pendengar. Ketiga aspek ini kemudian bergabung dalam analisis strategi coerseduction yang menggabungkan pendekatan tegas dan persuasif dalam dakwah yang disampaikan oleh Ustadz Das'ad Latif di YouTube. Yang analisis strategi komunikasi da'i, dan akhirnya mencapai pemahaman tentang bagaimana Coerseduction mempengaruhi efektivitas dakwah kepada mad'u.

## **TEMUAN PENELITIAN**

### **Hasil**

Analisis mendalam diawali dengan membaca komentar pengguna YouTube. Hasil dari analisis komentar dakwah yang dilakukan Ustadz Da'ad Latif pada platform YouTube mengungkap beberapa respon terhadap strategi coerseduction yang digunakan.

### **Penerimaan Pesan Dakwah Terhadap Keilmuan Da'i**

Beberapa respon pada komentar konten dakwah ustad Das'ad Latif di YouTube dapat diketahui bahwa audiens menerima pesan dakwah sebab keilmuan dan wawasan yang dimiliki ustadz Das'ad Latif, sehingga pesan dakwah lebih dipercaya.

@Jailpeq menyatakan "Pendakwah kita bukan sekedar tau ilmu agama, tapi wawasannya sangat luas, beneran cerdas bukan orang sembarangan"

Pada respon di atas dapat kita ketahui bahwa ustadz Das'ada Latif bukan hanya pendakwah yang mengetahui ilmu agama, tetapi seseorang yang wawasannya luas, cerdas. Sehingga pesan yang disampaikan lebih dipercaya. Dimana hal tersebut dipengaruhi oleh kredibilitas komunikator sebagai pengirim pesan, baik itu ketertarikan maupun kekuasaan.

@enninnurbayanti2509 "Ini kalo ustadz yang punya pendidikan jadi memberikan edukasi"

Keilmuan seorang da'i menjadi salah satu faktor yang penting, karena tidak hanya cukup dengan menyampaikan pesan dakwah. Tetapi, dakwah yang disampaikan juga bermuatan edukasi yang disesuaikan dengan pendengar dakwahnya. Dakwah yang dilakukan ustadz Das'ad Latif ternyata membuat audiens juga merasa diedukasi, jadi penyampaian dakwah dianggap tidak monoton dan terasa lebih profesional.

## **Konten Dakwah Sebagai Penyadaran Spiritual**

Pada komentar dari akun @Liarturingdancamping “saya dulu berat banget mau shalat karna banyak bacaan yang lupa, setelah dengerin ceramahan ustad "kau ga bisa shalat, datang kau ke masjid, di wakili kau sama imam" dari situ saya langsung berangkat ke Masjid. Semoga menjadi amal kelak d akhirat nanti. berkat telah menyadari saya walau tidak secara langsung, amiin”.

Komentar ini menggambarkan respon yang baik dari audiens yang merasa bahwa dakwah yang dilakukan oleh ustadz Das’ad Latif memberikannya sebuah dorongan agar kembali melaksanakan shalat. Audiens kembali sadar untuk kembali pada kewajibannya sebagai seorang muslim, walaupun banyak terhalang oleh bacaan shalat yang telah ia lupakan ia akhirnya kembali pada kewajibannya untuk menjalankan shalat. Coerseduction yang dilakukan ustadz Das’ad Latif, seperti “Kau ga bisa shalat, datang ke masjid, di wakili kau sama imam”. Dalam ucapannya tersebut mengandung paksaan agar umat Islam menjalankan shalat apapun keadaannya, karena shalat adalah sebuah kewajiban maka tidak ada alasan untuk tidak melaksanakannya.

Selanjutnya komentar pada akun @cemara9634 yang menyatakan “ Dari ucapan ustadz "Sebagai anak jangan pernah sembako di rumah ibumu kosong" pukulan keras bagi kita sebagai anak yg selama ini hanya mementingkan keluarga kita, dapat rezeki berapapun masih merasa kurang saja di benak kita”.

Pada komentar ini terlihat bahwa ucapan ustadz Das’ad Latif memberikannya sebuah penyadaran bagi seorang anak yang abai terhadap orang tuanya. Dari komentar ini kita bisa melihat bahwa strategi coerseduction ustadz Das’ad Latif membuat seseorang sadar terhadap kesalahan yang telah diperbuat, serta dorongan untuk melakukan perubahan positif agar kesalahan yang telah diperbuatnya tidak terulang.

## **Dakwah Diminati Lintas Agama**

Dakwah yang dilakukan oleh ustadz Das’ad Latif ternyata dapat diterima dan dinikmati oleh audiens yang berasal dari agama lain. Hal ini menunjukkan dakwah yang disampaikan bersifat toleran dan tidak mendiskriminasi, walaupun menggunakan strategi coerseduction.

Akun @chacivas menyebutkan “Saya Nasrani, tapi saya mengidolakan beliau ini. Selalu damai kalau mendengarkan kotbah beliau”

Respon positif ternyata tidak hanya datang dari audiens yang beragama Islam, dalam respon pada akun @chacivas tersebut, dapat kita ketahui bahwa dakwah yang dilakukan oleh

ustadz Das'ad Latif ternyata dapat menyentuh hati audiens dari agama yang berbeda. Dari pernyataan komentar tersebut dapat kita ketahui juga bahwa orang yang berbeda kepercayaan pun mampu merasa damai ketika mendengarkan dakwah.

Selanjutnya @donella3642 “Saya Nasrani dan mengidolakan beliau karena dari sulawesi selatan dan selalu dakwahnya lucu kalau bahasa makassar, sehat selalu pak Ustad”

Dari komentar tersebut asal geografi ternyata membawa pengaruh dan menjadi daya tarik seseorang dalam mendengarkan dakwah, sekalipun mempunyai kepercayaan yang berbeda. Tentunya karena pembawaan dakwah yang humoris membuat dakwah ustadz Das'ad Latif disukai oleh beragam kalangan.

Kemudian @pertovafiano7551 “Saya beragama Nasrani dan jujur saya sangat dan mengidolakan ustad Da'sad Latif karena beliau itu sangat nasionalis dan sangat bijaksana apa adanya tidak seperti orang lain”

Kepribadian ustadz Das'ad Latif yang nasionalis dan gaya penyampain dakwah yang bijaksana membuat penyebaran dakwah semakin luas. Sikap mencintai bangsa dan negara juga kebijaksanaan dalam penyampaian dakwah berarti adanya toleransi dan tidak adanya deskriminasi yang dilakukan terhadap kelompok lain yang mempunyai kepercayaan berbeda, sehingga pesan dakwah dapat diterima oleh siapapun yang mendengarnya, terlebih Indonesia adalah negara yang beragam agama, suku, dan bahasa. Sehingga seseorang dengan kepercayaan berbeda juga dapat mengidolakan seorang pemengaruh dari agama lain.

Lalu @puanalizha7642 “ini baru benar-benar ustad keren mudah diterima diberbagai kalangan dan agama”

Komentar di atas merupakan bentuk apresiasi dari audiens untuk ustadz Das'ad Latif yang dapat membawa dakwahnya dengan luar biasa, sehingga dapat diterima oleh berbagai kalangan maupun agama. Dapat kita lihat pula bahwa respon tersebut merupakan validasi bahwa dakwah ustadz Das'ada Latif mempunyai cakupan luas, dan seorang ustadz yang dapat menjadi teladan atau contoh untuk ustadz/ da'i lain.

### **Pembahasan**

Di tengah berbagai perubahan dan perkembangan zaman, muncul kebutuhan baru terhadap bentuk penyampaian nilai-nilai Islam yang relevan dengan konteks zaman. Dakwah pun dituntut agar hadir bukan hanya sekadar sebagai seruan moral, tetapi juga solusi yang mampu menjawab realitas kehidupan modern secara bijaksana. Sehingga, menuntut para pendakwah untuk mengembangkan strategi dakwah kreatif dengan pendekatan yang lebih

inovatif dan partisipatif dengan metode dan pendekatan yang disesuaikan dengan kondisi masyarakat atau mad'u. Salah satunya adalah dengan kemampuan komunikasi.

Komunikasi dalam dakwah memiliki peran yang penting agar pesan dakwah mampu tersampaikan dan diterima dengan baik oleh mad'u. Salah satu bentuk komunikasi dalam dakwah adalah coerseduction. Coerseduction berasal dari kata "*coercion*" yang artinya paksaan dan "*seduction*" yang berarti bujukan. Komunikasi ini berupa upaya agar komunikator bisa mendapatkan hasil sesuai dengan apa yang diinginkannya. Coerseduction identik dengan komunikasi persuasif yang sifatnya personal. Dalam dakwah biasanya materi yang dijelaskan berupa bujukan dan janji-janji surga, pahala, bahkan ancaman neraka, hukuman, dan dosa. Ravault menganggap coerseduction adalah alat menipulasi yang memasuki emosi, pikiran, dan lain sebagainya. Sedangkan, Bakti mendefinisikan coerseduction adalah cara untuk memengaruhi orang lain secara langsung. Baik berupa bujukan maupun paksaan. Biasanya komunikator/ da'i mempunyai tujuan untuk mengubah pandangan komunikan dengan strategi bujukan dan paksaan baik dalam bentuk lisan maupun tindakan.

Ramlan Surbakti menjelaskan konsep Coerseduction sebagai salah satu jenis kekuatan. Dalam pemikirannya, Subakti mengklasifikasikan konsep ini menjadi lima kategori, yaitu:

1. Pengaruh, yaitu kemampuan untuk membujuk penerima agar merubah sikap dan perilakunya dengan sukarela.
2. Persuasi, yaitu kemampuan untuk meyakinkan penerima dengan argumen agar melakukan sesuatu.
3. Manipulasi, yaitu penggunaan pengaruh di mana orang yang terpengaruh tidak menyadari bahwa dia telah mengikuti keinginan pengirim.
4. Paksaan, yaitu tampilan ancaman yang dibuat oleh pengirim terhadap penerima agar bertindak sesuai dengan kehendak pengirim.
5. Kekerasan, yaitu penggunaan tekanan fisik agar penerima melakukan apa yang diinginkan pengirim.

Adapun menurut Mark Orbe yang menjelaskan tindakan paksaan, menurutnya tindakan paksaan adalah tindakan yang dapat dengan cepat dilaksanakan jika pengirim adalah kelompok yang lebih besar sementara penerima adalah kelompok yang lebih kecil. Ia berpendapat bahwa kelompok yang lebih kecil lebih mudah terpengaruh, dan ini berkaitan dengan asumsi dasar Orbe yang meliputi:

1. Terdapat struktur yang menguntungkan kelompok yang memiliki kekuasaan.
2. Anggota kelompok yang berkuasa memiliki posisi yang istimewa.
3. Sistem komunikasi yang dominan bertujuan untuk memastikan bahwa budaya lain tetap terpinggirkan dari interaksi komunikasi.
4. Budaya lain memiliki strategi tersendiri untuk berhadapan dengan kelompok yang berkuasa.<sup>12</sup>

Dalam prakteknya, ternyata strategi coerseduction yang dilakukan ustadz Das'ad Latif mampu menciptakan interaksi yang baik dengan audiens/ mad'u. Adanya unsur paksaan halus dan ajakan yang dilakukan ternyata dapat diterima oleh mad'u, terlebih penyampaian ustadz Das'ad Latif yang jenaka, menyentil, dan penuh makna membuat strategi coerseduction yang dilakukan membuat mad'u berubah bukan karena paksaan, tetapi karena kenyataan yang memang mengharuskan mad'u melakukan perubahan, sehingga mereka sadar dan akhirnya melakukan perubahan.

Selain unsur paksaan, strategi coerseduction juga menggunakan komunikasi persuasif. Menurut Devito, komunikasi yang bersifat persuasif adalah suatu usaha yang bertujuan untuk meyakinkan orang lain, dengan fokus pada perubahan atau penguatan pandangan maupun keyakinan audiens, atau untuk mengajak mereka bertindak dengan cara tertentu. Upaya persuasi juga diartikan sebagai cara mengubah pandangan dengan menggunakan pesan, serta menekankan pada karakteristik komunikator dan pendengarnya. Dalam konteks dakwah, komunikasi persuasif adalah aspek penting dalam sebuah penyampaian pesan dakwah. Dakwah persuasif berfungsi untuk menyampaikan informasi dan bukti yang bersifat psikologis serta sosiologis. Dengan demikian, mad'u dapat mengevaluasi dan membandingkan, sehingga pada akhirnya dapat menemukan kebenaran dan menyadari bahwa ajaran Islam adalah pilihan yang tepat untuk diikuti dan dijalankan.<sup>13</sup>

Dakwah pada intinya sebenarnya adalah aktivitas berkomunikasi sosial. Dalam proses komunikasi ini, terdapat interaksi yang saling memengaruhi antara da'i dan mad'u. Baik saat melakukan dakwah secara pribadi atau tatap muka, maupun secara umum, selalu ada proses pengaruh yang saling terjadi, yang dapat mengubah atau memperbaiki perilaku antara da'i dan mad'u atau sebaliknya. Dalam hal keterampilan berkomunikasi, sifat da'i menjadi elemen

---

<sup>12</sup> Nasichah, (2024), *Komunikasi dan Konversi Agama*, Jakarta Selatan: Damera Press, hal. 15-17

<sup>13</sup> Slamet, (2009), *Efektifitas Komunikasi dalam Dakwah Persuasif*, Jurnal Dakwah, Vol. 10, No. 2, hal.

penting dalam pelaksanaan dakwah yang persuasif. Di dunia dakwah persuasif, da'i tidak hanya berfungsi sebagai pembicara, melainkan juga bertindak sebagai pendorong dan teladan dalam kehidupan sehari-hari. Dalam aktivitas dakwah, kesuksesan seorang da'i tercapai saat dia berhasil membimbing dan mengajak mad'u untuk mengikuti ajaran agama Islam, sehingga keberadaan da'i sangat berpengaruh dalam kegiatan dakwah.<sup>14</sup> Oleh karena itu, dakwah dengan strategi *coerseduction* yang dilakukan ustadz Das'ad Latif disukai mad'u karena dinilai mampu mengedukasi, memaparkan kenyataan, dan menyentuh aspek psikologi sehingga mad'u dapat menerima pesan dakwah, walaupun di dalamnya terdapat unsur paksaan dan bujukan.

### **Refleksi (diskusi Kritis)**

Analisis mendalam terhadap respons audiens di YouTube menunjukkan bahwa strategi *coerseduction* yang diterapkan oleh Ustadz Das'ad Latif merupakan model komunikasi dakwah yang canggih dan multidimensi, jauh melampaui sekadar bujukan dan paksaan konvensional. Keberhasilan fundamental strategi ini terletak pada tingginya kredibilitas da'i, yang diakui audiens tidak hanya karena penguasaan ilmu agama yang mumpuni, tetapi juga karena wawasan yang luas dan kecerdasan yang disematkan dalam setiap penyampaian. Legitimasi keilmuan ini berfungsi sebagai jangkar utama yang mengubah elemen coercion (paksaan) dalam pesannya menjadi sebuah edukasi profesional dan teguran yang dihormati, sehingga mad'u (audiens) meresponsnya sebagai pencerahan, bukan intervensi yang tidak menyenangkan.

Dalam kerangka Ramlan Surbakti, pendekatan ini secara efektif menggabungkan persuasi (meyakinkan dengan argumen) dan pengaruh (membujuk agar sukarela berubah), di mana paksaan yang disampaikan terasa valid karena didukung oleh otoritas keilmuan sang komunikator. Dengan demikian, paksaan halus yang disampaikan, seperti dorongan untuk melaksanakan shalat tanpa alasan yang berarti, menjadi alat komunikasi yang efektif untuk memicu refleksi diri, sekaligus membalikkan asumsi dasar Mark Orbe di mana kelompok kecil (individu) merasa diberdayakan, bukan dipinggirkan, oleh kekuatan struktural da'i.

Dampak transformatif dari *coerseduction* ini terwujud secara nyata dalam penyadaran spiritual dan perubahan perilaku audiens. Ujaran-ujaran yang lugas, jenaka, dan "menyentil" berhasil menjadi "pukulan keras" yang mendorong *mad'u* kembali kepada kewajiban-

---

<sup>14</sup> Halimatus Sakdiyah, (2015), *Urgensi Interpersonal Skill dalam Dakwah Persuasif*, *Jurnal Ilmu Dakwah*, Vol. 35, No.1, hal. 9

kewajiban dasar keagamaan. Momen coercion yang kuat, seperti teguran keras mengenai kewajiban anak terhadap ibu, secara efektif memecah kekosongan spiritual dan abai terhadap nilai-nilai sosial. Penggunaan dialek lokal, seperti bahasa Makassar, dan gaya humoris, meningkatkan aspek persuasif, menjadikan pesan dakwah terasa sangat personal, relevan dengan realitas audiens, dan berhasil mengikat emosi mereka. Hasilnya, audiens melaporkan adanya dorongan untuk melakukan perubahan positif, yang merupakan manifestasi dari elemen seduction (bujukan), di mana kepatuhan dan kesadaran spiritual pada akhirnya membawa rasa damai dan kebenaran. Dalam konteks dakwah yang menuntut inovasi, kombinasi ini berhasil menjadikan dakwah tidak monoton dan profesional.

Daya tarik dakwah Ustadz Das'ad Latif meluas hingga melintasi batas-batas agama. Respons positif dari audiens non-Muslim, yang mengidolakan beliau karena pembawaan yang damai, nasionalis, bijaksana, dan humoris, menjadi bukti validasi yang luar biasa terhadap inklusivitas pesan dakwah tersebut. Fenomena ini menggarisbawahi bahwa efektivitas komunikasi dakwah di era digital tidak lagi bergantung hanya pada otoritas keagamaan, tetapi pada kemampuan da'i untuk membangun citra sebagai figur publik yang toleran dan non-diskriminatif. Sikap nasionalis dan kebijaksanaan dalam penyampaian dakwah berarti tidak adanya deskriminasi, sehingga pesan-pesan moral dapat diterima oleh siapapun tanpa memandang latar belakang kepercayaan.

Dengan memadukan kompetensi keilmuan, pendekatan persuasif yang personal, serta etika berdakwah yang sesuai dengan konteks kebhinekaan Indonesia, Ustadz Das'ad Latif berhasil menawarkan sebuah model dakwah modern yang tidak hanya menyerukan moral, tetapi juga menjadi teladan nyata bagi kohesi sosial dan perdamaian antar kelompok di ruang digital.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa strategi coerseduction dalam interaksi dakwah ustadz Das'ad Latif di YouTube terhadap mad'u dapat diterima dan dinikmati. Pembawaan dakwah yang jenaka, menyentil dan penuh makna berhasil menjadi "pukulan keras" yang mendorong *mad'u* kembali kepada kewajiban-kewajiban dasar keagamaan.

Temuan ini menunjukkan bahwa strategi coerseduction yang digunakan ustadz Das'ad Latif diterima sebab keilmuan dan wawasan yang dimiliki ustadz Das'ad Latif, sehingga pesan

dakwah lebih dipercaya. Coerseduction membuat seseorang sadar terhadap kesalahan yang telah diperbuat, serta dorongan untuk melakukan perubahan positif agar kesalahan yang telah diperbuatnya tidak terulang. Dakwah yang dilakukan oleh ustadz Das'ad Latif tidak hanya dinikmati oleh umat Islam, tetapi juga diterima dan dinikmati oleh audiens yang berasal dari agama lain. Hal ini menunjukkan dakwah yang disampaikan bersifat toleran dan tidak mendiskriminasi, walaupun menggunakan strategi coerseduction.

Dapat kita ketahui bahwa strategi coerseduction yang dilakukan ustadz Das'ad Latif memberikan interaksi yang positif antar da'i dan mad'u. Coerseduction bukanlah strategi yang mudah digunakan karena mengandung unsur paksaan, tetapi dengan kepribadian yang baik, pengetahuan yang luas, gaya bicara yang sopan, toleran, dan bijaksana membuat pesan dakwah dapat diadaptasi dan dinikmati oleh berbagai kalangan maupun agama.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afiifah, Aulia Salwa dkk, (2025), *Analisis Komunikasi Dakwah Persuasif dalam Membangun Ukhuwah Islamiyah di Komunitas Kajian Malikal Mulki*, Jurnal Ranah Research, Vol. 7, No. 5
- Afriyanto, Hendri, (2018), *Komunikasi Persuasif Da'i dan Mad'u dalam Pemahaman Pesan Dakwah*, Skripsi: Universitas Raden Intan Lampung
- Aisyah, Siti, Hajar dan Muhammad Syukron Anshori, (2021), *Strategi Komunikasi Persuasif Farah Qoonita Dalam Menyampaikan Dakwah Melalui New Media*, Aksiologi: Jurnal Pendidikan dan Ilmu Sosial 1, No. 2
- Al-Islamiy, Cinta, (2024), *Strategi Komunikasi Persuasif Dalam Berdakwah di Akun TikTok @Sarahafhr* Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta
- Effendi, Erwan, Paradia Kristanti Dewi, Frisca Nabila, dan Natasya, (2023), *Teori Peluru Ajaib*, Jurnal Pendidikan dan Konseling, Vol. 5, No. 2
- Harahap, Hilda Rahmadani, dkk., (2024), *Peran Komunikasi Verbal dalam Meningkatkan Kualitas Hubungan Interpersonal di Kelas Manajemen Dakwah-B UIN Sumatera Utara*, INNOVATIVE: Journal of Social Science Research, Vol. 4, No. 3
- Masruroh, Lina, (2020), *Komunikasi Persuasif dalam Dakwah Konteks Indonesia*, Surabaya: Scopindo Media Pustaka
- Nasichah, (2024), *Komunikasi dan Konversi Agama*, Jakarta Selatan: Damera Press
- Putri, Fadilla Raihan, dkk, (2024), *Interaksi Dai dan Mad'u dalam Pengajian Arisan Qolbu di Kabupaten Agam*, Jurnal Komunikasi dan Dakwah Islam, Vol. 2. No. 2
- Ridwan, Muhammad, (2023), *Dakwah Persuasif Nabi Musa dalam Perspektif Komunikasi Dakwah Kontemporer*, Ad-Da'wah: Jurnal Dakwah dan Komunikasi, Vol. 21, No. 2
- Ritonga, Muslimin, (2019), *Komunikasi Dakwah Zaman Milenial*, Jurnal Komunikasi Islam dan Kehumasan (JKPI), Vol. 3, No. 1

- Romadhonah, Indah Siti, dan Malik Ibrahim, (2023), *Komunikasi Dakwah dalam Bingkai Teori-Teori Psikologi (Da'wah Communication in the Frame Psychological Theories)* Nusantara Hasana Journal, Vol. 3, No. 2
- Sakdiyah, Halimatus (2015), *Urgensi Interpersonal Skill dalam Dakwah Persuasif, Jurnal Ilmu Dakwah*, Vol. 35, No.1
- Slamet, (2009), *Efektifitas Komunikasi dalam Dakwah Persuasif*, Jurnal Dakwah, Vol. 10, No. 2