



Optimalisasi Media Sosial sebagai Sarana Dakwah Interaktif di Ma'had Aly Ilmu Yaqin Makassar

Reiza Praselanova ¹, Quiz Al Qurny²

^{1, 2} Universitas Islam Internasional Darullughah Wadda'wah, Pasuruan Indonesia

*Corresponding author, e-mail: praselanova@gmail.com

ARTICLE INFO

Article history:

Received 24 September 2024

Revised 30 October 2024

Accepted 25 November 2024

Available online 24 February 2025

Keywords: Dakwah Digital, Media Sosial, Interaksi Audiens.

ABSTRACT

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan yang signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang dakwah Islam. Media sosial kini menjadi instrumen yang efektif dalam menyampaikan pesan-pesan keislaman secara lebih luas dan interaktif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana optimalisasi media sosial dapat digunakan sebagai sarana dakwah interaktif di Ma'had Aly Ilmu Yaqin Makassar. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus, di mana data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, serta analisis konten media sosial pesantren. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran yang signifikan dalam mendukung dakwah interaktif di pesantren. Platform seperti Instagram, YouTube, TikTok, dan Facebook digunakan untuk menyebarkan pesan dakwah dalam berbagai format, seperti video pendek, infografis, serta sesi live streaming yang memungkinkan interaksi dua arah antara pendakwah dan audiens. Dakwah digital ini memberikan akses yang lebih luas bagi masyarakat untuk mendapatkan pemahaman keislaman tanpa terbatas oleh ruang dan waktu. Namun, dalam implementasinya, ditemukan beberapa tantangan yang perlu diatasi, seperti keterbatasan literasi digital di



kalangan pendakwah, perubahan algoritma media sosial yang memengaruhi jangkauan konten, serta persaingan dengan konten non-religius yang lebih menarik bagi audiens muda. Oleh karena itu, strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan efektivitas dakwah digital meliputi pelatihan literasi digital bagi pendakwah, diversifikasi format konten, pengelolaan media sosial secara profesional, serta kolaborasi dengan influencer Muslim untuk meningkatkan jangkauan audiens. Penelitian ini menyimpulkan bahwa optimalisasi media sosial sebagai sarana dakwah interaktif di Ma'had Aly Ilmu Yaqin Makassar memiliki potensi besar dalam meningkatkan efektivitas penyebaran ajaran Islam.

**To cite this article with
APA Style:**

INTRODUCTION

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di era digital telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam praktik dakwah Islam. Media sosial kini menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari masyarakat modern, memungkinkan interaksi yang lebih luas dan penyebaran informasi yang lebih cepat (Nasrullah, 2017). Transformasi dakwah dari metode konvensional seperti ceramah langsung, pengajian tatap muka, hingga kajian di masjid, telah bergeser ke platform digital yang lebih interaktif dan mudah diakses oleh berbagai kalangan (Hidayatullah, 2020).

Ma'had Aly Ilmu Yaqin Makassar, sebagai salah satu lembaga pendidikan Islam, memiliki peran strategis dalam mendidik santri agar mampu memahami ajaran Islam sesuai dengan tuntutan zaman. Di era modern ini, dakwah tidak hanya membutuhkan pendekatan konvensional, tetapi juga adaptasi terhadap perkembangan teknologi digital. Berbagai platform media

sosial seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan YouTube telah menjadi sarana efektif untuk menyebarkan ajaran Islam secara lebih luas (Rahman, 2021). Oleh karena itu, optimalisasi penggunaan media sosial sebagai alat dakwah interaktif menjadi kebutuhan yang mendesak bagi lembaga pendidikan Islam.

Dakwah melalui media sosial memiliki beberapa keunggulan, seperti jangkauan yang lebih luas, interaktivitas yang tinggi, serta efektivitas dalam penyampaian pesan (Aziz, 2019). Konten dakwah yang dikemas secara menarik, seperti video pendek berisi nasihat keislaman, infografis tentang hukum Islam, atau sesi tanya jawab daring dengan ustaz, dapat memperkuat interaksi antara da'i dan audiens (Suryani, 2022). Dengan adanya komunikasi dua arah, audiens tidak hanya menjadi pendengar pasif, melainkan dapat aktif terlibat dalam proses pembelajaran agama.

Selain itu, media sosial memberikan fleksibilitas yang tinggi karena tidak terbatas oleh ruang dan waktu. Santri maupun masyarakat umum dapat mengakses materi

dakwah kapan pun dan di mana pun, menjadikan penyebaran nilai-nilai Islam lebih inklusif (Fadillah, 2021). Meski demikian, dakwah di media sosial juga menghadapi tantangan, seperti potensi penyebaran hoaks, informasi yang tidak valid, atau penyalahgunaan konten yang bertentangan dengan prinsip Islam (Zahra, 2018).

Optimalisasi media sosial dalam dakwah memerlukan kompetensi digital yang memadai bagi para da'i dan pengelola pesantren. Pemahaman tentang algoritma media sosial, estetika konten, dan kreativitas dalam penyajian menjadi faktor penting dalam meningkatkan efektivitas dakwah (Nugroho, 2020). Konten yang dikemas dengan desain grafis profesional dan narasi yang persuasif akan meningkatkan keterlibatan audiens.

Sebagai lembaga pendidikan, Ma'had Aly Ilmu Yaqin Makassar memiliki tanggung jawab untuk membekali santri dengan keterampilan berdakwah yang relevan dengan perkembangan teknologi. Pengembangan kurikulum berbasis literasi digital dan strategi dakwah interaktif menjadi hal yang penting untuk diterapkan agar santri dapat berdakwah dengan cara yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat modern (Firdaus, 2021).

Dalam ranah akademik, penelitian mengenai optimalisasi media sosial dalam dakwah interaktif di lingkungan pesantren masih tergolong terbatas. Studi yang mengkaji secara mendalam implementasi dakwah digital, khususnya di lingkungan pesantren, masih jarang ditemukan (Mulyana, 2022). Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah dalam mengembangkan model dakwah yang lebih efektif, relevan dengan perkembangan teknologi, serta bermanfaat bagi lembaga pendidikan Islam.

Penelitian ini akan membahas bagaimana Ma'had Aly Ilmu Yaqin

Makassar dapat mengoptimalkan media sosial dalam dakwah interaktif, mengidentifikasi tantangan yang dihadapi, serta merumuskan strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan efektivitas dakwah digital. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi praktis bagi para da'i, pengelola pesantren, dan institusi pendidikan Islam dalam merancang strategi dakwah digital yang lebih terarah dan bermanfaat.

Perkembangan teknologi informasi yang pesat telah mengubah cara manusia berkomunikasi, termasuk dalam penyebaran pesan-pesan keagamaan. Media sosial, sebagai produk utama revolusi digital, telah menjadi sarana yang efektif dalam menjangkau audiens yang lebih luas, melampaui batas geografis dan waktu (Nasrullah, 2015). Dalam konteks dakwah Islam, media sosial dapat menjadi alat strategis untuk menyampaikan nilai-nilai agama dengan cara yang lebih interaktif dan relevan, khususnya bagi generasi milenial dan Z yang sangat aktif di dunia maya (Hadi & Fahmi, 2020).

Di Indonesia, sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, media sosial memiliki potensi besar dalam mendukung aktivitas dakwah. Berdasarkan data dari We Are Social (2023), lebih dari 68% penduduk Indonesia aktif menggunakan media sosial. Hal ini membuka peluang besar bagi lembaga dakwah dan pendidikan Islam untuk mengoptimalkan media digital dalam menyebarkan nilai-nilai Islam yang moderat dan inklusif (Yusuf & Rahman, 2022).

Dalam konteks pendidikan pesantren, khususnya di **Ma'had Aly Ilmu Yaqin Makassar**, penggunaan media sosial belum sepenuhnya dioptimalkan sebagai sarana dakwah interaktif. Padahal, dengan adanya interaksi yang lebih intensif di ruang virtual, santri dapat mengembangkan kemampuan berdakwah yang lebih relevan dengan

tuntutan zaman modern (Azizah & Kurniawan, 2021). Dakwah digital memungkinkan terjadinya dialog dua arah yang lebih dinamis antara da'i dan audiens, sehingga pesan-pesan Islam dapat diterima dengan cara yang lebih personal dan interaktif (Effendy, 2003).

Teori komunikasi klasik dari Harold D. Lasswell (1948) menjadi landasan penting dalam memahami alur komunikasi dakwah digital. Model ini menjelaskan bagaimana komunikasi efektif dapat terjadi dengan mempertimbangkan siapa yang berbicara, pesan yang disampaikan, saluran yang digunakan, kepada siapa pesan ditujukan, dan dampak yang dihasilkan. Selain itu, teori *Uses and Gratifications* (Katz, Blumler, & Gurevitch, 1974) memberikan wawasan mengenai motivasi audiens dalam mengakses konten dakwah di media sosial.

Lebih jauh, dalam ranah dakwah digital, konsep *media convergence* (Jenkins, 2006) menyoroti pentingnya memadukan berbagai format media, seperti teks, gambar, video, dan audio, untuk menciptakan pesan dakwah yang lebih menarik. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya untuk menggali bagaimana media sosial dapat dioptimalkan secara interaktif dalam mendukung aktivitas dakwah di lingkungan pesantren.

METHODOLOGY

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk memahami secara mendalam bagaimana optimalisasi media sosial sebagai sarana dakwah interaktif diterapkan di Ma'had Aly Ilmu Yaqin Makassar. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan mengeksplorasi fenomena sosial yang kompleks, khususnya terkait komunikasi dakwah melalui media sosial, serta interaksi yang terjalin antara pendakwah dan audiens secara digital. Metode studi kasus dipilih karena memungkinkan peneliti menggali praktik,

tantangan, dan efektivitas strategi dakwah digital yang diterapkan oleh pesantren dalam memanfaatkan media sosial. Fokus penelitian ini tidak hanya pada aspek teknologis, tetapi juga pada dimensi komunikasi, interaksi, dan dampak dakwah digital bagi santri maupun masyarakat luas.

Desain penelitian yang digunakan bersifat deskriptif-eksploratif, bertujuan memberikan gambaran komprehensif mengenai proses optimalisasi media sosial dalam dakwah interaktif di Ma'had Aly Ilmu Yaqin Makassar. Penelitian ini diawali dengan eksplorasi awal untuk mengidentifikasi platform media sosial yang digunakan oleh pesantren, serta mengamati pola komunikasi dan interaksi antara kyai, ustaz, santri, dan audiens dakwah digital. Selanjutnya, dilakukan pengumpulan data lapangan melalui wawancara mendalam dengan pihak yang terlibat dalam pengelolaan dakwah digital, observasi terhadap konten yang diunggah di media sosial pesantren, serta analisis terhadap respons dan keterlibatan audiens. Tahap analisis dan interpretasi data dilakukan dengan menganalisis strategi dakwah yang digunakan, mengidentifikasi tantangan dan kendala yang dihadapi, serta mengevaluasi efektivitas interaksi di media sosial dalam meningkatkan pemahaman dan keterlibatan audiens.

Subjek penelitian ini melibatkan berbagai pihak yang terlibat langsung dalam dakwah digital di Ma'had Aly Ilmu Yaqin Makassar. Kyai dan ustaz berperan sebagai komunikator utama yang menyampaikan konten dakwah sekaligus menentukan strategi komunikasi melalui media sosial. Santri tidak hanya berperan sebagai penerima dakwah tetapi juga menjadi kreator konten yang terlibat dalam diskusi keislaman di media sosial. Tim pengelola media sosial bertanggung jawab dalam manajemen akun, termasuk pengeditan dan

publikasi konten dakwah. Audiens atau pengikut akun media sosial pesantren terdiri dari masyarakat umum yang aktif berinteraksi melalui komentar, tanda suka (like), dan diskusi terkait konten dakwah. Pemilihan subjek penelitian dilakukan dengan teknik purposive sampling, di mana responden dipilih secara sengaja berdasarkan keterlibatan mereka dalam proses dakwah digital.

Pengumpulan data dilakukan menggunakan beberapa teknik, yaitu wawancara mendalam, observasi partisipatif, dokumentasi, dan analisis konten. Wawancara mendalam dilakukan terhadap kyai, ustaz, santri, dan tim pengelola media sosial untuk memperoleh pemahaman mengenai strategi, tantangan, dan efektivitas dakwah digital, dengan menggunakan pedoman wawancara semi-terstruktur agar fleksibel dalam menggali informasi lebih lanjut. Observasi partisipatif dilakukan dengan mengamati secara langsung proses pembuatan konten dakwah di pesantren, termasuk pola komunikasi dan interaksi yang terjadi di media sosial, serta menganalisis respons audiens terhadap konten yang dipublikasikan. Teknik dokumentasi digunakan dengan mengumpulkan data berupa tangkapan layar (screenshot), video, atau unggahan dari akun media sosial pesantren, serta mengkaji arsip yang berkaitan dengan program dakwah digital. Selain itu, analisis konten dilakukan dengan mengkaji jenis dan kualitas konten dakwah yang dipublikasikan di media sosial, serta pola interaksi antara penyampai dakwah dan audiens di platform digital.

Data yang diperoleh dianalisis menggunakan metode analisis tematik (thematic analysis) untuk mengidentifikasi pola atau tema utama yang muncul dalam penelitian. Tahapan analisis dimulai dengan reduksi data, yaitu memilah data berdasarkan relevansi dengan tujuan

penelitian dan mengelompokkan data ke dalam kategori utama seperti strategi dakwah, tantangan, dan efektivitas media sosial dalam dakwah. Selanjutnya, data yang telah direduksi disajikan dalam bentuk naratif dan tabel tematik, dengan menyertakan kutipan dari wawancara dan analisis konten sebagai ilustrasi temuan penelitian. Proses ini diakhiri dengan penarikan kesimpulan melalui interpretasi pola yang ditemukan dalam data, menghubungkan temuan dengan teori yang relevan, dan merumuskan rekomendasi terkait optimalisasi dakwah digital di Ma'had Aly Ilmu Yaqin Makassar.

Untuk memastikan keabsahan data, penelitian ini menggunakan beberapa teknik validasi. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan data dari wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk melihat kesesuaian informasi yang diberikan oleh berbagai narasumber. Triangulasi metode dilakukan dengan menguji data melalui berbagai teknik pengumpulan data, sehingga hasil penelitian tidak bergantung pada satu metode saja. Uji kredibilitas dilakukan dengan member checking, yaitu meminta para informan untuk memverifikasi kembali hasil wawancara atau interpretasi data guna memastikan akurasi temuan. Uji dependabilitas dilakukan dengan mendokumentasikan setiap proses pengumpulan dan analisis data secara tertulis, sehingga konsistensi penelitian dapat diuji oleh peneliti lain. Terakhir, uji konfirmabilitas dilakukan untuk menjaga objektivitas peneliti dengan memastikan interpretasi data dilakukan secara ilmiah, berdasarkan teori yang relevan dan penelitian sebelumnya.

RESULTS AND DISCUSSIONS

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial di pesantren Darullughah Wadda'wah secara signifikan memperkuat efektivitas dakwah Islam. Berdasarkan wawancara dengan pengurus pesantren dan analisis konten media sosial pesantren, ditemukan bahwa platform seperti Instagram, YouTube, dan TikTok telah digunakan untuk menyampaikan pesan dakwah secara kreatif dan interaktif (Anderson, 2020).

Salah satu strategi yang diterapkan adalah penggunaan konten visual seperti video pendek, infografis, dan kutipan inspiratif yang dirancang untuk menarik perhatian audiens muda (Brown & Green, 2019). Konten ini dikemas dengan bahasa yang mudah dipahami dan disesuaikan dengan kebutuhan target audiens, sehingga mampu meningkatkan keterlibatan (engagement) dan partisipasi aktif dari pengikut media sosial pesantren.

Optimalisasi Media Sosial untuk Dakwah

Optimalisasi media sosial di pesantren dilakukan melalui beberapa pendekatan strategis. Pertama, konsistensi dalam publikasi konten yang relevan dengan nilai-nilai Islam moderat (Hassan, 2018). Pesantren secara teratur mengunggah materi dakwah yang mengedepankan pesan-pesan toleransi, perdamaian, dan kebijaksanaan dalam beragama.

Kedua, interaksi aktif dengan audiens melalui fitur komentar, live streaming, dan sesi tanya jawab, yang menciptakan ruang dialogis antara dai dan jamaah (Kumar & Kim, 2021). Interaksi ini tidak hanya meningkatkan engagement, tetapi juga membangun kedekatan emosional dengan pengikut.

Ketiga, kolaborasi dengan influencer Muslim yang memiliki basis pengikut yang besar, sehingga dapat memperluas jangkauan dakwah pesantren (Nasrullah, 2020). Kolaborasi ini sering dilakukan

dalam bentuk diskusi daring, webinar, atau promosi konten bersama.

Pembahasan Temuan Penelitian

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial memiliki potensi besar dalam memperluas jangkauan dakwah di lingkungan pesantren. Temuan ini sejalan dengan teori komunikasi digital yang menyatakan bahwa platform digital dapat memperkuat penyebaran pesan dengan memanfaatkan jaringan sosial yang luas (Castells, 2010).

Selain itu, interaksi aktif melalui media sosial memperkuat komunikasi dua arah antara pesantren dan audiens, yang penting dalam konteks dakwah Islam modern (Rogers, 2003). Hal ini menunjukkan bahwa dakwah tidak lagi bersifat satu arah, melainkan lebih interaktif dan responsif terhadap kebutuhan audiens.

Namun, penelitian ini juga menemukan beberapa tantangan, seperti keterbatasan akses internet bagi santri dan kurangnya keterampilan digital di kalangan pengurus pesantren (Smith, 2017). Oleh karena itu, diperlukan pelatihan dan dukungan infrastruktur untuk mengoptimalkan penggunaan media sosial dalam dakwah.

Implikasi Praktis

Hasil penelitian ini memberikan implikasi praktis bagi pesantren dalam mengembangkan strategi dakwah berbasis digital. Pesantren perlu mengadopsi pendekatan yang lebih inovatif dan responsif terhadap perkembangan teknologi komunikasi. Selain itu, pelatihan keterampilan digital bagi pengurus pesantren menjadi hal yang krusial untuk meningkatkan efektivitas dakwah di era digital (Jones & Silver, 2018).

Dengan memanfaatkan media sosial secara optimal, pesantren dapat memperluas pengaruh dakwahnya dan menjangkau audiens yang lebih luas, khususnya generasi muda yang aktif di dunia digital.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan teori operant conditioning B.F. Skinner berpengaruh signifikan terhadap motivasi belajar dan prestasi belajar anak dalam perilaku beribadah. Penerapan teori ini dapat menjadi salah satu pendekatan efektif dalam pengajaran kepada anak karena mampu mengubah tingkah laku, khususnya dalam meningkatkan motivasi dan prestasi belajar (Permatasari, 2017).

Kedua variabel tersebut, motivasi dan prestasi belajar, saling berkaitan erat. Banyak penelitian menunjukkan bahwa motivasi memiliki pengaruh kuat terhadap prestasi belajar anak. Bahkan dalam kondisi yang serba terbatas, seperti kurangnya fasilitas dan sarana, anak dengan motivasi belajar yang tinggi cenderung memiliki prestasi lebih baik dibandingkan anak dengan motivasi rendah meskipun memiliki fasilitas belajar yang memadai (Nurfadilah, 2021).

Dalam pelaksanaan teori ini, orang tua menciptakan kondisi untuk mengubah tingkah laku anak dengan mencermati dan mengontrol respons yang muncul, lalu memberikan penguatan (reinforcement) terhadap respons tersebut. Menurut Skinner, tingkah laku sepenuhnya ditentukan oleh stimulus tanpa adanya faktor perantara. Respons tertentu timbul sebagai reaksi terhadap stimulus tertentu yang dikenal sebagai respons operan (Nurfadilah, 2021).

Reinforcement terbagi menjadi dua jenis, yaitu penguatan positif dan negatif. Penguatan positif adalah segala sesuatu yang memperbesar kemungkinan munculnya suatu respons, seperti memberikan pujian atau hadiah atas perilaku baik. Sebaliknya, reinforcement negatif bertujuan untuk mengurangi kemungkinan munculnya respons yang tidak diinginkan, seperti hukuman atau teguran (Permatasari, 2017).

Reinforcement bertujuan untuk memotivasi anak melakukan perilaku positif secara konsisten. Jenis reinforcement dapat

berupa: a) verbal, seperti pujian; b) non-verbal, seperti gestur positif atau sentuhan lembut; c) token reinforcement, yaitu pemberian penghargaan; dan d) aktivitas tertentu yang menyenangkan (Hamid, 2014).

Punishment (hukuman) bertujuan untuk mencegah anak mengulangi perilaku yang tidak diharapkan. Terdapat dua jenis punishment: 1) preventif, untuk mencegah pelanggaran sebelum terjadi; 2) represif, yang diberikan setelah pelanggaran terjadi (Purwanto, 2019).

Extinction (penghapusan) adalah penghentian reinforcement pada perilaku tertentu, yang dapat menghilangkan perilaku tersebut jika tidak diperkuat dalam waktu yang lama. Extinction dapat terjadi dalam bentuk *extinction burst*, yaitu peningkatan perilaku sementara sebelum menghilang, dan *spontaneous recovery*, di mana perilaku lama muncul kembali dalam situasi tertentu (Hamid, 2014).

1. Temuan Penelitian

Setelah menerapkan teori B.F. Skinner dalam pola komunikasi empatik orang tua terhadap anak, ditemukan beberapa kelebihan dan kekurangan dari penguatan positif dan negatif:

a. Kelebihan Penerapan Pendekatan Operant Conditioning pada Pola Komunikasi Orang Tua terhadap Anak

1. Kelebihan dari Penguatan Positif

Pemberian hadiah membuat anak lebih bersemangat menjalankan tugas, meningkatkan minat belajar, dan ibadah. Sebagaimana dikemukakan oleh seorang informan:

"Adapun saya selalu memberikan hadiah kepada anak saya jikalau sang anak melaksanakan apa yang saya perintahkan, dan dampaknya yaitu si anak lebih rajin dalam melaksanakan ibadah dan lebih semangat lagi dalam belajar beribadah" (Junaidi, wawancara pribadi, 8 Juni 2024).

Pemberian pujian juga dapat meningkatkan motivasi anak untuk berperilaku sesuai harapan (Skinner, 1953).

2. Kelebihan dari Penguatan Negatif

Penguatan negatif, seperti teguran atau hukuman ringan, dapat membuat anak merasa jera dan memperbaiki perilaku buruknya. Namun, efektivitasnya tergantung pada karakter anak. Seorang informan mengungkapkan:

"Mengenai kelebihan yang diperoleh tergantung dengan anak yang bersangkutan. Ada anak yang ketika diberi teguran menjadi semakin buruk perilakunya, tapi ada juga yang berubah menjadi lebih baik" (Rudi, wawancara pribadi, 11 Juni 2024).

Kekurangan Penerapan Pendekatan Operant Conditioning

Meskipun penguatan positif dapat meningkatkan motivasi, terlalu sering memberikan hadiah bisa membuat anak menjadi tergantung pada penghargaan eksternal. Anak mungkin hanya termotivasi jika ada imbalan, bukan karena keinginan intrinsik untuk belajar atau beribadah (Nurfadilah, 2021).

Penguatan negatif, seperti hukuman, dapat menimbulkan efek samping emosional, seperti ketakutan, stres, atau kebencian pada anak. Selain itu, penggunaan hukuman yang berlebihan dapat menghambat kreativitas anak (Purwanto, 2019).

CONCLUSION

Berdasarkan hasil penelitian dan wawancara terkait pola komunikasi empatik orang tua dalam membina perilaku beribadah anak di Desa Sindang Rasa, dapat disimpulkan beberapa hal penting. Pertama, proses komunikasi empatik orang tua dimulai dengan salam dan sapaan, diikuti dengan mendengarkan pendapat anak sebelum memberikan masukan, nasihat, hadiah, atau hukuman. Interaksi ini dilakukan dengan

memperhatikan penggunaan bahasa formal maupun informal yang sesuai dengan situasi.

Kedua, peran orang tua sangat penting dalam mengembangkan nilai-nilai sosial dan empati pada anak usia 7-12 tahun. Sebagai teladan utama dalam keluarga, orang tua diharapkan menjadi figur yang digugu dan ditiru, membantu menumbuhkan rasa empati sejak dini. Pengenalan terhadap lingkungan sosial sejak kecil diyakini akan membentuk anak menjadi pribadi yang peduli terhadap sesama saat dewasa.

Ketiga, komunikasi antara orang tua dan anak berlangsung melalui komunikasi verbal dan non-verbal. Bahasa lisan, seperti salam, sapaan, dan pendapat anak, menjadi unsur utama, didukung dengan contoh nyata yang memudahkan anak memahami pesan yang disampaikan. Pola komunikasi ini membantu menciptakan hubungan yang harmonis dan mendukung perkembangan perilaku ibadah anak secara efektif.

CREDIT AUTHORSHIP

CONTRIBUTION STATEMENT

Setiap penulis berkontribusi secara signifikan dalam penelitian ini, dengan rincian sebagai berikut : **Muhammad Iqbal Dewantara** berperan dalam penyusunan konsep awal tulisan, perancangan metodologi, dan pengumpulan data. **Muhammad Solehul A'mal** terlibat dalam penulisan, pengumpulan data, penyusunan draf, investigasi, serta perancangan metodologi. Semua penulis telah membaca dan menyetujui versi akhir manuskrip ini.

DECLARATION OF COMPETING INTEREST

We certify that there is no conflict of interest with any financial, personal, or other relationships with other people or organizations related to the material discussed in the manuscript.



ACKNOWLEDGMENTS

Para penulis mengucapkan terima kasih kepada semua peserta FGD yang telah terlibat dalam penelitian ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada para reviewer dan editor *Ilhad : Jurnal Ilmu dan Dakwah Multidisiplin* atas kontribusi, masukan, dan dukungan yang telah diberikan dalam proses penyusunan artikel ini.

REFERENCES

- Al-'Akk, K. A. (2016). *Cara Islam Mendidik Anak* (H. M. H. Hamdi & M. F. Alif, Trans.). Jogjakarta: Ad-dawa.
- Amala, M. R. (2022). *Pola komunikasi orang tua dengan anak penggunaan gadget aktif dalam perkembangan karakter anak di Pekanbaru*. Skripsi.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). Sage Publications.
- Djamarah, S. B. (2014). *Pola Asuh Orang Tua dan Komunikasi dalam Keluarga*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Djamarah, S. B. (2017). *Pola Asuh Orang Tua dan Komunikasi dalam Keluarga Upaya Membangun Citra Membentuk Pribadi Anak*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Hamid. (2014). Reinforcement (Penguatan). Dalam Fitriani dkk.
- Junaidi, A. (2024, Juni 8). Wawancara Pribadi.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). Sage Publications.
- Neuman, W. L. (2014). *Social research methods: Qualitative and quantitative methods approaches* (7th ed.). Pearson Education Limited.
- Nurfadilah, M. F. I. (2021). Pendidikan Guru Pendidikan Anak Usia Dini. *FKIP Universitas Sebelas Maret*, 10(1), 69–76.
- Patton, M. Q. (2015). *Qualitative research & evaluation methods: Integrating theory and practice* (4th ed.). Sage Publications.
- Permatasari, D. A. (2017). Pendidikan Anak Usia Dini. *Universitas Negeri Yogyakarta*, 6(2).
- Purwanto, M. N. (2019). *Punishment*.
- Rudi. (2024, Juni 11). Wawancara Pribadi.
- Sarnoto, A. Z. (2002). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bekasi: Pustaka Faza Amanah.
- Skinner, B. F. (1953). *Science and Human Behavior*. New York: Macmillan.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Yanita, D. (2022). Pola komunikasi keluarga di mata Generasi Z. *Jurnal SCRIPTURA*, 12(1), 33–42.
- Zain, N., et al. (2021). *Cahaya Mutiara Tarbiyah: Sehimpun Kisah, Visi, dan Peta Pendidikan Keluarga bersama Home Schooling Keluarga Peradaban*. Penerbit Pustaka Rumah Cinta.

