

Kodifikasia : Jurnal Penelitian Islam, Vol. 20, No. 1, 2026  
 DOI : 10.21154/kodifikasia.v20i1.13413  
 p-ISSN : 1907-6371  
 e-ISSN : 2527-9254



## EFEKTIVITAS STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH TERHADAP MINAT BERIBADAH DAN PARTISIPASI PELAJAR DALAM ORGANISASI ROHIS DI SMA DHARMAWANGSA MEDAN

Israhq Fauziah\*, Faridah\*\*

### Abstract

*Rohis activities in schools play an important role in shaping students' religious character, but there is still a gap between the potential role of Rohis and the low interest in worship and involvement of some students in religious activities. This indicates the importance of effective da'wah communication strategies in attracting student attention and participation. This study aims to analyze the influence of da'wah communication strategies on students' interest in worship and involvement in Rohis activities at Dharmawangsa High School, Medan. This study used a quantitative approach with a survey method by distributing questionnaires to 32 Rohis members selected using census techniques. Data were analyzed using linear regression and t-tests. The results showed that da'wah communication strategies significantly influenced students' interest in worship and involvement. The coefficient of determination showed that da'wah communication strategies contributed 86.4% to interest in worship and 57.8% to student involvement, while the remainder was influenced by other factors outside this study. These results confirm that effective, persuasive, and student-specific communication strategies can improve the quality of Rohis activities and provide practical implications for Rohis instructors and schools to design innovative, creative, interactive, and relevant approaches to the world of students.*

**Keywords:** *Da'wah Communication, Religious Character, School Organization*

### Abstrak

Kegiatan Rohis di sekolah memiliki peran penting dalam membentuk karakter religius pelajar, namun masih terdapat kesenjangan antara potensi peran Rohis dan

### Artikel Info

**Received:** 06 Maret 2026  
**Revised:** 09 April 2026  
**Accepted:** 10 April 2026  
**Published:** 15 April 2026

\* Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, email: israhq0104222095@uinsu.ac.id

\*\* Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, email: faridahyafizham@uinsu.ac.id

rendahnya minat beribadah serta keterlibatan sebagian siswa dalam kegiatan keagamaan. Hal ini menunjukkan pentingnya strategi komunikasi dakwah yang efektif dalam menarik perhatian dan partisipasi pelajar. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh strategi komunikasi dakwah terhadap minat beribadah serta keterlibatan pelajar dalam kegiatan Rohis di SMA Dharmawangsa Medan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada 32 anggota Rohis yang dipilih menggunakan teknik sensus. Data dianalisis menggunakan regresi linier dan uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi dakwah berpengaruh signifikan terhadap minat beribadah dan keterlibatan pelajar. Nilai koefisien determinasi menunjukkan bahwa strategi komunikasi dakwah memberikan kontribusi sebesar 86,4% terhadap minat beribadah dan 57,8% terhadap keterlibatan pelajar, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Hasil ini menegaskan bahwa strategi komunikasi yang efektif, persuasif, dan sesuai dengan karakteristik pelajar mampu meningkatkan kualitas kegiatan Rohis serta memberikan implikasi praktis bagi pembina Rohis dan pihak sekolah untuk merancang pendekatan yang inovatif, kreatif, interaktif, dan relevan dengan dunia pelajar.

**Kata Kunci:** Komunikasi Dakwah, Karakter Religius, Organisasi Sekolah

## PENDAHULUAN

Pola hidup remaja, termasuk siswa sekolah menengah atas, telah diubah secara signifikan oleh perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di era digital. Mereka sekarang terbiasa dengan konten yang cepat dan instan.<sup>1</sup> Kondisi ini menimbulkan tantangan serius dalam pembinaan keagamaan, di mana nilai-nilai spiritual dan praktik ibadah personal rentan tergerus oleh distraksi dunia maya. Dalam konteks pendidikan formal, Rohani Islam (Rohis) hadir sebagai organisasi

---

<sup>1</sup> Hadi Ismanto and Silviana Pebruary, *Aplikasi Spss Dan Eviews Dalam Analisis Data Penelitian* (Deepublish Publisher, 2021).

ekstrakurikuler yang strategis dalam menjalankan fungsi dakwah di lingkungan sekolah, bertujuan untuk membentuk karakter dan meningkatkan pemahaman keagamaan siswa.<sup>2</sup> Namun, upaya Rohis dalam menumbuhkan minat beribadah (dimensi internal) dan memastikan keterlibatan pelajar secara aktif (dimensi eksternal) seringkali menghadapi hambatan, terutama jika strategi komunikasi dakwah yang digunakan masih konvensional dan kurang inovatif.<sup>3</sup>

Medan sebagai kota besar memiliki keragaman dalam interaksi remaja yang sangat luas. Masalah yang diangkat dalam penelitian ini timbul karena terdapat tanda-tanda bahwa metode yang digunakan untuk menyampaikan dakwah saat ini masih belum cukup efektif dalam menghadapi tantangan zaman untuk menarik perhatian dan keterlibatan aktif dari kalangan pelajar. Di SMA Dharmawangsa, hambatan berupa pengaruh teman sebaya yang mendorong untuk lebih memilih nongkrong atau aktivitas hiburan daripada mengikuti kajian Rohis menjadi alasan penting untuk menguji efektivitas strategi komunikasi dakwah. Peneliti ingin mengetahui seberapa jauh daya komunikasi dakwah bisa bersaing dengan pengaruh lingkungan sosial ini.

Strategi komunikasi dakwah adalah suatu rencana dan pengelolaan yang terstruktur untuk menyampaikan pesan-pesan Islam (dakwah) dengan maksud mempengaruhi individu atau kelompok agar memiliki kesadaran, keyakinan, dan keinginan untuk memeluk serta mendalami ajaran agama.<sup>4</sup> Inti dari kegiatan dakwah adalah sebuah interaksi yang mencakup komponen-komponen penting, seperti isi pesan (materi yang disampaikan), pengirim pesan (*da'i*), penerima pesan (*mad'u*), saluran penyampaian, serta dampak yang diinginkan dari dakwah.<sup>5</sup> Dalam konteks komunikasi yang efisien, seorang *da'i* perlu menerapkan prinsip-prinsip komunikasi yang

---

<sup>2</sup> Siti Fatimah, "Strategi Komunikasi Kerohanian Islam (ROHIS) Dalam Meningkatkan Pemahaman Ajaran Islam Di SMA Negeri 2 Samarinda" (Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Samarinda, 2016).

<sup>3</sup> Deni Irawan, "Strategi Komunikasi Dakwah (Studi Analisis Dakwah Tradisional Dengan Inovasi Digital)," *Sy'ar: Jurnal Ilmu Komunikasi, Penyuluhan Dan Bimbingan Masyarakat Islam* 8, no. 1 (2025): 1-16, <https://doi.org/10.37567/syiar.v8i1.3784>.

<sup>4</sup> Sukria Rizki Hasibuan, "Strategi Dakwah Tokoh Agama Dalam Meningkatkan Kegiatan Keagamaan Remaja Di Desa Sayur Mahincat Kecamatan Barumun Selatan Kabupaten Padang Lawas" (universitas ali hasan ahmad addary padangsidimpuan, 2023).

<sup>5</sup> Irawan, "Strategi Komunikasi Dakwah (Studi Analisis Dakwah Tradisional Dengan Inovasi Digital)."

diajarkan dalam Islam, seperti dakwah *bil-hal* yaitu penyampaian pesan melalui aksi yang nyata, keteladanan (*uswatun hasanah*) dan perilaku positif yang konkret dilingkungan sekolah dan dakwah *bil-lisan* yang menekankan kekuatan kata-kata yang efektif melalui prinsip *qoulan balighan* (menggunakan ucapan yang efektif, tepat sasaran, dan mudah dipahami) serta *qoulan ma'rufan* (berbicara dengan ramah dan memberikan manfaat) agar pesan dapat tersampaikan dengan baik dan menghasilkan perubahan perilaku positif pada *mad'u*.<sup>6</sup>

Dengan kemajuan teknologi, strategi komunikasi dakwah mengalami peningkatan yang signifikan. Jika dulu dakwah terbatas pada ruang fisik seperti majelis ta'lim, kini kreativitas dakwah merambah dunia digital. Melalui konten di YouTube hingga TikTok, pesan agama dikemas dalam bentuk video pendek atau cerita yang lebih relevan dengan selera generasi muda. Format digital yang visual dan sederhana ini terbukti lebih ampuh menarik minat audiens milenial dan Gen Z.<sup>7</sup> Secara esensial, strategi ini harus senantiasa fleksibel, memperhatikan siapa target audiensnya, dan merumuskan pesan yang tidak hanya sekadar dogmatis tetapi juga inovatif serta sesuai dengan perkembangan zaman.

Sejumlah penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa strategi komunikasi dakwah yang memanfaatkan media digital, pendekatan persuasif, serta keterlibatan aktif audiens cenderung lebih efektif dalam meningkatkan minat dan partisipasi remaja dalam kegiatan keagamaan. Minat beribadah dapat dipahami sebagai kecenderungan dan perhatian mendalam yang dimiliki seseorang untuk secara sukarela menjalankan praktik keagamaan yang diyakininya.<sup>8</sup> Dalam perspektif psikospiritual, minat ini mencerminkan kebutuhan dasar manusia untuk menemukan hubungan dan makna hidup yang lebih tinggi. Ibadah bukan sekadar respons terhadap

---

<sup>6</sup> Fachrul Rozy Sinambela, "Implementasi Dakwah Bil-Lisan Dalam Meningkatkan Pemahaman Agama Masyarakat" 3, no. 02 (2022): 207-15.

<sup>7</sup> Zainal Azman, "Dakwah Bagi Generasi Milenial Melalui Media Sosial," *Jurnal Khobar: Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 3, no. 2 (2022): 193-205, <https://doi.org/10.37092/khobar.v3i2.350>.

<sup>8</sup> Sitti Syahar Inayah Jumriah Komala Sari, M. Abzar Duraesa, Muhammad Tahir, "Strategi Komunikasi Islam Dalam Konteks Dakwah Jumriah Komala Sari, M. Abzar Duraesa, Muhammad Tahir, Sitti Syahar Inayah Universitas Islam Negeri Sultan Aji Muhammad Idris Samarinda, Indonesia Email:," *Strategi Komunikasi Islam Dalam Konteks Dakwah* 5, no. 5 (2024): 925-29.

lingkungan luar, tapi juga kebutuhan jiwa. Keyakinan yang kuat dan kesadaran bahwa spiritualitas adalah kunci keseimbangan batin merupakan faktor internal utama yang mendorong seseorang untuk taat beribadah. Faktor internal ini adalah yang membedakan ibadah yang tulus dari yang sekadar mengikuti ritual. Ketertarikan yang tinggi dalam menjalankan ibadah secara teratur seperti salat, meditasi, atau aktivitas spiritual lainnya yang memberikan dampak positif yang besar pada kesejahteraan psikologis individu.<sup>9</sup> Melalui ibadah, seseorang dapat menemukan ketahanan untuk mengatasi tantangan hidup, menurunkan tingkat stres, dan mencapai ketenangan serta kedamaian hati yang berkelanjutan seperti dalam Q.S Ar-Rad ayat 28. Dengan demikian, minat untuk beribadah menjadi motivasi utama yang mengubah ritual keagamaan menjadi sumber daya mental dan spiritual yang sangat penting.

Keterlibatan siswa dalam kegiatan Rohis (Rohani Islam) adalah bentuk partisipasi aktif yang dilakukan oleh siswa dalam organisasi keagamaan di sekolah, bertujuan untuk memahami, mengamalkan, dan menyebarkan ajaran Islam di lingkungan pendidikan.<sup>10</sup> Partisipasi ini tidak hanya terkait dengan kehadiran fisik, tetapi juga meliputi keterlibatan dalam berbagai program yang telah direncanakan, seperti studi agama rutin, kegiatan sosial, perayaan hari besar Islam, serta pelatihan kepemimpinan berbasis nilai-nilai Islam.<sup>11</sup> Melalui aktivitas Rohis, siswa punya kesempatan untuk meningkatkan pemahaman agama secara menyeluruh, memperkuat identitas sebagai seorang Muslim, dan mengasah keterampilan sosial serta kemampuan organisasi.

Internalisasi karakter dan keteguhan mental ini tercermin dalam nasihat Luqman kepada anaknya: "*Wahai anakku! Laksanakanlah salat dan suruhlah (manusia) berbuat yang makruf dan cegahlah (mereka) dari yang mungkar*

---

<sup>9</sup> Danang Budi Utomo, "Strategi Komunikasi Customer Relationship Management Lembaga Amil Zakat Dompot Dhuafa Dalam Menjaga Loyalitas Donatur" (Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2014), <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/28330>.

<sup>10</sup> Mohamad Saeful Rohman, Moch. Yasyakur, and Wartono, "Peranan Ekstrakurikuler Rohani Islam (Rohis) Dalam Mengembangkan Sikap Beragama Peserta Didik Di Sma Negeri 1 Dramaga Bogor Tahun Pelajaran 2018/2019," *Prosiding Al Hidayah Pendidikan Agama Islam* 1, no. 2 (2018): 16.

<sup>11</sup> Dewi Irmayani and Winda Novianti, "Pembinaan Karakter Religius Siswa Melalui Kegiatan Rohani Islam (ROHIS) di SMA Negeri 1 Kecamatan" 2 (2024): 74-80.

*dan bersabarlah terhadap apa yang menimpamu...*" (QS. Luqman: 17). Dengan demikian, keikutsertaan siswa di Rohis memiliki peran yang sangat signifikan sebagai media untuk pengembangan mental dan spiritual serta pembentukan kepribadian Islami yang menyeluruh selama masa remaja.

Penelitian sebelumnya mengungkapkan adanya hubungan yang kuat dan interaksi antara variabel strategi komunikasi dakwah, minat beribadah, dan keterlibatan pelajar dalam rohish. Temuan dari penelitian Fatimah<sup>12</sup> dan Farhan et al.<sup>13</sup> secara khusus menekankan pada Rohis sebagai fokus utama, menelaah bagaimana pendekatan komunikasi baik dari dalam maupun luar organisasi (strategi dakwah) berkontribusi dalam meningkatkan pemahaman keagamaan siswa serta menciptakan keselarasan dalam kegiatan. Namun, penelitian tersebut cenderung pada aspek pemahaman keterkaitan antara strategi komunikasi dakwah dengan minat beribadah dan keterlibatan pelajar secara bersamaan.

Temuan awal di lapangan menunjukkan bahwa keterlibatan pelajar dalam kegiatan Rohis di SMA Dharmawangsa Medan masih dipengaruhi oleh aktivitas sosial seperti nongkrong dan hiburan, yang mengindikasikan bahwa keberadaan Rohis saja belum cukup tanpa didukung oleh strategi komunikasi yang tepat. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk memperkuat pentingnya mengkaji peran strategi komunikasi dakwah secara lebih spesifik dalam meningkatkan minat beribadah dan partisipasi pelajar. Sejalan dengan hal tersebut, studi mengenai dampak ekstrakurikuler Rohis<sup>14</sup> menyimpulkan bahwa organisasi ini merupakan sarana yang efektif untuk menyalurkan minat, yang pada akhirnya dapat mendorong perkembangan sikap religius dan peningkatan praktik ibadah siswa.<sup>15</sup>

---

<sup>12</sup> Fatimah, "Strategi Komunikasi Kerohanian Islam (ROHIS) Dalam Meningkatkan Pemahaman Ajaran Islam Di SMA Negeri 2 Samarinda."

<sup>13</sup> M Farhan syaifullah; Nabila Farhan Nabilah Amatullah; Zaskia, Zaskia Aliffa Nadjimaisyah, "Komunikasi Organisasi Rohis Al Hidayah: Pilar Harmoni Dan Efektivitas Kegiatan Keagamaan," *Taqrib : Journal of Islamic Studies and Education*, no. Vol. 3 No. 1 (2025): *Taqrib: Journal of Islamic Studies and Education* (2025): 39–52, <https://jurnal.dokicti.org/index.php/taqrib/article/view/943/533>.

<sup>14</sup> Rohman, Yasyakur, and Wartono, "Peranan Ekstrakurikuler Rohani Islam (Rohis) Dalam Mengembangkan Sikap Beragama Peserta Didik DI SMA Negeri 1 Dramaga Bogor Tahun Pelajaran 2018/2019."

<sup>15</sup> Fatimah, "Strategi Komunikasi Kerohanian Islam (ROHIS) Dalam Meningkatkan Pemahaman Ajaran Islam Di SMA Negeri 2 Samarinda."

Di sisi lain, dalam konteks Komunikasi Dakwah yang lebih luas, Irawan<sup>16</sup> dan Sari menekankan pentingnya penggunaan metode penyampaian informasi yang fleksibel, persuasif, dan sesuai dengan media modern dalam mempengaruhi kecenderungan serta motivasi intern audiens (remaja) untuk meningkatkan minat beribadah mereka. Oleh karena itu, penelitian ini menawarkan kebaruan dengan mengintegrasikan ketiga variabel ini untuk mengkaji bagaimana strategi komunikasi dakwah yang terencana dan diterapkan oleh Rohis secara bersamaan berdampak baik pada motivasi spiritual (Minat Beribadah) maupun partisipasi dalam organisasi (Keterlibatan Pelajar).

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif dengan sampel seluruh anggota Rohis SMA Dharmawangsa Medan yang berjumlah 32 responden (teknik sensus). Data dikumpulkan melalui kuesioner dengan skala Likert 5 poin. Operasionalisasi variabel meliputi Strategi Komunikasi Dakwah (X) yang diukur melalui indikator kualitas pesan, pemanfaatan media digital, daya tarik pesan, kredibilitas komunikator, konsistensi program, variasi metode, pendekatan persuasif, interaktivitas, dan intensitas komunikasi. Minat Beribadah (Y1) diukur melalui motivasi, kesadaran spiritual, kebiasaan ibadah, partisipasi, penghayatan, serta inisiatif belajar agama. Keterlibatan Pelajar (Y2) diukur melalui partisipasi aktif, keterlibatan kegiatan, kontribusi pemikiran, tanggung jawab, interaksi sosial, rasa memiliki, peran sosial, dan dedikasi waktu. Data dianalisis menggunakan uji validitas, reliabilitas, normalitas, serta uji t, uji F, dan koefisien determinasi (Adjusted R<sup>2</sup>) dengan bantuan SPSS.

## PEMBAHASAN

### Pengujian Hipotesis Pengaruh Strategi Komunikasi Dakwah

Bagian ini memaparkan hasil uji statistik parametrik yang meliputi uji t dan uji F untuk mengukur pengaruh strategi komunikasi dakwah terhadap minat beribadah serta keterlibatan pelajar dalam kegiatan rohis. Berdasarkan hasil pengujian menggunakan SPSS, strategi komunikasi dakwah terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap minat beribadah dengan nilai t sebesar 14,059, dan nilai signifikansi <0,05 serta

---

<sup>16</sup> Irawan, "Strategi Komunikasi Dakwah (Studi Analisis Dakwah Tradisional Dengan Inovasi Digital)."

terhadap keterlibatan pelajar dengan nilai t sebesar 6,586, sedangkan nilai signifikansi  $<0,05$ , sehingga hipotesis H1 dan H2 dinyatakan diterima. Selain itu, uji simultan menunjukkan bahwa variabel strategi komunikasi dakwah berpengaruh secara keseluruhan terhadap kedua variabel terkait dengan nilai F hitung yang melampaui F tabel. Analisis ini diperkuat oleh nilai Adjusted R Square yang menunjukkan bahwa strategi komunikasi dakwah mampu menjelaskan variasi minat beribadah sebesar 86,4% dan variasi keterlibatan pelajar sebesar 57,8%.

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-3.177	3.133		-1.014	.319
	Strategi_Komunikasi_Dakwah	1.106	.079	.932	14.059	<.001

Tabel 1. Hasil pengujian mengenai strategi komunikasi dakwah dan minat beribadah siswa

Berdasarkan pengujian menggunakan SPSS, hasil pengujian mengenai strategi komunikasi dakwah dan minat beribadah siswa dalam kegiatan rohis menunjukkan nilai t sebesar 14,059 dengan probabilitas 0,001. Terlihat bahwa nilai t yang diperoleh (t hitung)  $>$  dari nilai t-tabel, dan nilai signifikansinya  $<$  dari 0,05. Dengan demikian, H1 diterima bahwa strategi komunikasi dakwah memiliki pengaruh terhadap peningkatan minat beribadah siswa dalam kegiatan rohis.

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
2	(Constant)	2.365	5.578		.424	.675
	Strategi_Komunika si_Dakwah	.923	.140	.769	6.586	<,001

Tabel 2. Hasil dari pengujian strategi komunikasi dakwah terhadap keterlibatan pelajar

Berdasarkan pengujian menggunakan SPSS, hasil dari pengujian strategi komunikasi dakwah terhadap keterlibatan pelajar dalam kegiatan rohis menunjukkan nilai t sebesar 6,586 dengan probabilitas 0,001. Data bahwa nilai t hitung > t-tabel dan nilai Signifikansinya < 0,05. Hal ini berarti H2 diterima, bahwa strategi komunikasi dakwah memiliki pengaruh terhadap keterlibatan pelajar dalam kegiatan rohis.

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-3.177	3.133		-1.014	.319
	Strategi_Komunika si_Dakwah	1.106	.079	.932	14.059	<,001
2	(Constant)	2.365	5.578		.424	.675
	Strategi_Komunika si_Dakwah	.923	.140	.769	6.586	<,001

Tabel 3. Hasil uji parsial

Berdasarkan Model regresi dalam studi ini mencakup variabel strategi komunikasi dakwah untuk menguji pengaruhnya terhadap dua variabel terkait, yakni minat beribadah dan keterlibatan pelajar. Variabel strategi komunikasi dakwah terhadap minat beribadah dalam kegiatan rohis menunjukkan koefisien parameter sebesar 14,059 dengan nilai signifikansi 0,001, sedangkan variabel strategi komunikasi dakwah terhadap keterlibatan pelajar dalam kegiatan rohis menghasilkan koefisien parameter 6,586 dengan signifikansi 0,001. Hasil dari kedua pengujian parameter tersebut lebih besar dari t-tabel (1,699) dengan signifikansi di bawah 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi dakwah berdampak positif terhadap minat beribadah dan keterlibatan pelajar.

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1713.858	1	1713.858	197.645	<,001 <sup>b</sup>
	Residual	260.142	30	8.671		
	Total	1974.000	31			
2	Regression	1192.793	1	1192.793	43.378	<,001 <sup>b</sup>
	Residual	824.926	30	27.498		
	Total	2017.719	31			

Tabel 4. Hasil uji simultan

Dari tabel di atas, terlihat bahwa nilai uji F mencapai 197,645 dan 43,378 dengan tingkat signifikansi 0,001. Hasil dari uji simultan ( $F_{\text{Hitung}} > F_{\text{tabel}}$  (3,328) dan tingkat signifikansinya  $<$  dari 0,05. Ini menunjukkan bahwa variabel strategi komunikasi dakwah berpengaruh pada variabel minat beribadah dan keterlibatan pelajar dalam kegiatan rohis secara keseluruhan.

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1	.932 <sup>a</sup>	.868	.864	2.945	
2	.769 <sup>a</sup>	.591	.578	5.244	

Tabel 5. Uji Koefisien Determinasi

Dari tabel yang tersedia, terlihat bahwa nilai Adjusted R Square ( $R^2$ ) yang diperoleh adalah 0,864 dan 0,578. Ini mengindikasikan bahwa 86,4% variasi dalam minat beribadah bisa dijelaskan oleh adanya strategi komunikasi dakwah sisanya 14,6% variasi yang dijelaskan oleh variable lainnya, dan 57,8% variasi keterlibatan pelajar dalam kegiatan rohis dapat dijelaskan oleh adanya strategi komunikasi dakwah sisanya 43,2% variasi yang dijelaskan oleh variable lainnya.

### **Pengaruh Strategi Komunikasi Dakwah terhadap Minat Beribadah Pelajar**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, strategi komunikasi dakwah berpengaruh yang signifikan terhadap peningkatan minat beribadah siswa dalam kegiatan rohis di SMA Dharmawangsa Medan. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan dakwah tidak hanya ditentukan oleh isi pesan, tetapi bagaimana pesan tersebut dikemas dan disampaikan.

Minat merupakan rasa suka dan ketertarikan terhadap suatu kegiatan atau objek yang muncul tanpa paksaan, yang berasal dari dalam diri, tampak melalui aktivitas mental, dan diwujudkan dalam sikap nyata seperti

ketekunan, keseriusan dalam beraktivitas, serta dorongan untuk mencapai sesuatu.<sup>17</sup> Dalam konteks ini, minat beribadah dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satunya adalah komunikasi dakwah yang efektif. Strategi komunikasi dakwah yang baik mampu menyampaikan pesan keagamaan secara persuasif, menarik, dan mudah dipahami oleh pelajar.

Gobel dan Usman<sup>18</sup> mengungkapkan bahwa keberhasilan komunikasi dalam memengaruhi sikap dan perilaku audiens sangat ditentukan oleh efektivitas penerapan komunikasi persuasif dalam berbagai konteks, yang dipengaruhi oleh beberapa faktor utama, yaitu ketepatan pemilihan bahasa, penggunaan pendekatan emosional, penerapan etika komunikasi, serta tingkat pemahaman terhadap karakteristik audiens, sehingga keempat aspek tersebut menjadi kunci dalam meningkatkan peran dan efektivitas komunikasi persuasif terhadap audiens.

Dalam penelitian ini, strategi komunikasi dakwah yang efektif, seperti penggunaan bahasa yang sesuai dengan karakteristik pelajar serta penyampaian yang tidak menggurui, dinilai mampu mempengaruhi minat pelajar dalam beribadah. Jika dikaitkan dengan realitas sosial pelajar saat ini, khususnya di Medan, mereka dihadapkan pada berbagai pilihan aktivitas, seperti budaya nongkrong, bermain gim, penggunaan media sosial, serta berbagai bentuk hiburan lainnya. Kondisi ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi dakwah perlu dirancang secara menarik dan kreatif agar mampu bersaing dengan berbagai aktivitas tersebut serta mendorong minat pelajar untuk terlibat dalam kegiatan keagamaan, seperti bergabung dalam organisasi Rohis di sekolah.

Dakwah yang menarik dan kreatif dapat dikemas melalui penyusunan pesan, pemilihan media, serta cara penyampaian yang relevan dengan karakteristik generasi pelajar saat ini. Selain itu, pemanfaatan media sosial seperti Instagram dan TikTok menjadi salah satu alternatif strategis untuk menjangkau pelajar secara lebih luas dan cepat, misalnya melalui konten video pendek yang tetap mengandung nilai edukatif dan pesan keagamaan.

---

<sup>17</sup> Ika Nur Iliza and mun Hanif, "Membangun Minat Dan Motivasi Belajar Peserta Didik," *Jurnal Pendidikan Islam* 01, no. 03 (2025): 700-708.

<sup>18</sup> Sry Ade Muhtya Gobel and Idewi Usman, "Komunikasi Persuasif: Seni Mempengaruhi Tanpa Memaksa," *Jurnal Pendidikan, Hukum, Komunikasi* 1, no. 1 (2025): 36-47, <https://doi.org/10.69623/j-dikumsi.v1i1.48>.

Hasil penelitian ini juga didukung oleh kajian terdahulu yang dilakukan oleh Mustaqima dan Arif yang menemukan bahwa strategi komunikasi persuasif dinilai cukup efektif dengan pendekatan yang digunakan bersifat kreatif dan tidak kaku, seperti penyisipan unsur emosional, visual dan naratif, serta komunikasi yang dialogis dan relevan dengan kehidupan pelajar.<sup>19</sup> Selain itu, penelitian Miftahuddin menemukan bahwa komunikasi dakwah dengan pendekatan persuasif lebih efektif, karena memanfaatkan logika, emosi, serta keteladanan da'i, sehingga pesan tidak hanya dipahami secara kognitif tetapi juga dirasakan oleh audiens. Prosesnya dilakukan melalui penyampaian ajakan yang disertai alasan yang masuk akal dan contoh nyata.<sup>20</sup>

Pelajar tidak hanya membutuhkan isi materi dakwah, tetapi juga cara penyampaian yang sesuai keseharian mereka. Jika dakwah disampaikan secara kaku dan membosankan, maka minat beribadah sulit meningkat. Sebaliknya, jika disampaikan dengan cara yang menarik, interaktif, dan relevan, pelajar akan lebih mudah tertarik. Dengan demikian, strategi komunikasi dakwah yang tepat dapat meningkatkan minat beribadah, karena keberhasilan dakwah tidak hanya ditentukan oleh isi pesan, tetapi juga cara penyampaiannya.

### **Pengaruh Strategi Komunikasi Dakwah terhadap Keterlibatan Pelajar dalam Kegiatan Rohis**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, strategi komunikasi dakwah terhadap keterlibatan pelajar dalam kegiatan rohis menunjukkan bahwa strategi komunikasi dakwah berpengaruh yang signifikan terhadap peningkatan keterlibatan pelajar dalam kegiatan rohis di SMA Dharmawangsa Medan. Hal ini mengindikasikan bahwa tingkat partisipasi pelajar sangat dipengaruhi oleh bagaimana kegiatan tersebut dikomunikasikan, bukan hanya oleh isi kegiatannya.

Keterlibatan pelajar dalam kegiatan Rohis merupakan bentuk partisipasi aktif dalam aktivitas keagamaan di lingkungan sekolah.

---

<sup>19</sup> Fathi Umar Mustaqima, Ida Afidah, and Muhammad Fauzi Arif, "Komunikasi Persuasif Pengurus Kesantrian Dalam Penyampaian Dakwah Pada Remaja," *Bandung Conference Series: Islamic Broadcast Communication* 5, no. 2 (2025): 1-10, <https://doi.org/10.29313/bcsibc.v5i2.21351>.

<sup>20</sup> Fathi Umar Mustaqima, Ida Afidah, and Muhammad Fauzi Arif.

Keterlibatan ini mencakup kehadiran, partisipasi dalam kegiatan, serta kontribusi dalam pelaksanaan program Rohis. Tingkat keterlibatan pelajar sangat dipengaruhi oleh bagaimana kegiatan tersebut dikomunikasikan dan dikemas.

Strategi komunikasi dakwah yang baik mampu menciptakan rasa ketertarikan dan memiliki terhadap kegiatan Rohis. Ketika pelajar merasa bahwa kegiatan Rohis disampaikan dengan cara yang menarik, tidak membosankan, dan sesuai dengan minat mereka, maka mereka akan lebih terdorong untuk terlibat secara aktif. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga dapat membangun hubungan, kepercayaan, dan kedekatan emosional antara pelajar dan kegiatan yang diikuti.<sup>21</sup>

Selain itu, komunikasi yang interaktif juga berperan penting. Kegiatan Rohis yang melibatkan diskusi, dialog dua arah, dan partisipasi aktif membuat pelajar merasa dihargai dan memiliki peran. Berbeda dengan komunikasi satu arah yang cenderung membuat pelajar pasif, semakin interaktif komunikasi yang dilakukan, maka semakin besar peluang pelajar untuk terlibat.

Kehidupan pelajar saat ini cenderung didominasi oleh aktivitas berkelompok, baik dalam kegiatan belajar maupun aktivitas sosial lainnya. Pelajar umumnya memiliki kecenderungan untuk berinteraksi dan membentuk kelompok dengan teman sebaya. Oleh karena itu, strategi Rohis perlu memanfaatkan pola interaksi ini sebagai pendekatan dalam menarik minat pelajar untuk bergabung.

Pendekatan yang menekankan kebersamaan dengan teman sebaya dapat menjadi daya tarik tersendiri, karena kegiatan Rohis tidak hanya dipersepsikan sebagai aktivitas keagamaan, tetapi juga sebagai ruang sosial yang menyenangkan dan tidak monoton. Selain itu, kegiatan yang dikemas secara fleksibel dan menyesuaikan dengan karakteristik pelajar masa kini akan lebih mudah diterima. Pengaruh teman sebaya juga menjadi faktor penting, mengingat pelajar cenderung mengikuti pilihan kelompoknya. Ketika satu individu dalam kelompok tertarik dan bergabung dalam

---

<sup>21</sup> Jumriah Komala Sari, M. Abzar Duraesa, Muhammad Tahir, "Strategi Komunikasi Islam Dalam Konteks Dakwah Jumriah Komala Sari, M. Abzar Duraesa, Muhammad Tahir, Sitti Syahar Inayah Universitas Islam Negeri Sultan Aji Muhammad Idris Samarinda, Indonesia Email:"

kegiatan Rohis, hal tersebut berpotensi mendorong anggota kelompok lainnya untuk ikut serta. Dengan demikian, kombinasi antara pengaruh teman sebaya dan strategi komunikasi dakwah yang menarik menjadi faktor kunci dalam meningkatkan keterlibatan pelajar.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Fuadi et al. yang menyatakan bahwa komunikasi yang efektif dapat meningkatkan pemahaman dan penerapan nilai keagamaan pada siswa melalui diskusi kelompok, media interaktif, dan pendekatan berbasis contoh.<sup>22</sup> Selain itu, Hasibuan juga menemukan bahwa strategi dakwah yang menyentuh aspek emosional, rasional, dan keteladanan mampu meningkatkan keterlibatan remaja dalam kegiatan keagamaan.<sup>23</sup> Faktor lain yang berpengaruh adalah teman sebaya. Pelajar cenderung mengikuti aktivitas teman-temannya. Jika teman-temannya aktif dalam kegiatan keagamaan, maka pelajar lain juga akan terdorong untuk ikut serta. Oleh karena itu, melibatkan pelajar sebagai penggerak atau komunikator dalam kegiatan Rohis menjadi strategi yang efektif.<sup>24</sup>

Selain itu, variasi kegiatan Rohis yang dikomunikasikan secara menarik juga dapat meningkatkan keterlibatan pelajar. Kegiatan yang beragam seperti kajian interaktif, kegiatan sosial, lomba islami, dan aktivitas kreatif akan lebih menarik minat pelajar. Komunikasi yang menonjolkan manfaat dan keseruan kegiatan dapat membentuk persepsi positif sehingga mendorong keterlibatan. Hal ini didukung oleh penelitian Hasanah et al. yang menunjukkan bahwa pengembangan program yang kreatif, kolaboratif, dan didukung pemanfaatan media sosial dapat meningkatkan minat dan partisipasi remaja dalam kegiatan keagamaan.<sup>25</sup>

---

<sup>22</sup> Muhamad Hanif Fuadi, Umi Rojati, and Erin Nur Maulidia, "Teacher Communication in Instilling Student Religious Values at Madrasah Tsanawiyah," *KnE Social Sciences* 10, no. 14 SE-Articles (July 15, 2025): 551–64, <https://doi.org/10.18502/kss.v10i14.19117>.

<sup>23</sup> Hasibuan, "Strategi Dakwah Tokoh Agama Dalam Meningkatkan Kegiatan Keagamaan Remaja Di Desa Sayur Mahincat Kecamatan Barumun Selatan Kabupaten Padang Lawas."

<sup>24</sup> Dwi Wulandari, Muhammad Fahmi, and Fathur Rohman, "Peran Remaja Masjid Dalam Meningkatkan Partisipasi Keagamaan Peserta Didik Di SMP Negeri 19 Surabaya," *Hikmah: Jurnal Studi Pendidikan Agama Islam* 1, no. 4 (2024): 164–81, <https://doi.org/10.61132/hikmah.v1i4.307>.

<sup>25</sup> Wilda Rahmah Hasanah et al., "Optimalisasi Strategi Berbasis Soar Untuk Peningkatan Partisipasi Keagamaan Dan Sosial Remaja Masjid: Studi Kasus Irmu Al-Ittihad

Dalam konteks penelitian ini, pelajar lebih tertarik pada kegiatan yang memberi ruang interaksi, pengalaman, dan keterlibatan langsung. Oleh karena itu, strategi komunikasi yang interaktif, terbuka, dan sesuai dengan kebutuhan pelajar menjadi kunci utama. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi dakwah memiliki peran penting dalam meningkatkan keterlibatan pelajar dalam kegiatan Rohis. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi dakwah memiliki pengaruh yang signifikan baik terhadap minat beribadah maupun keterlibatan pelajar dalam kegiatan Rohis. Kedua variabel dependen tersebut saling berkaitan, di mana peningkatan minat beribadah dapat mendorong keterlibatan dalam kegiatan Rohis, dan sebaliknya, keterlibatan dalam Rohis dapat memperkuat minat beribadah.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi dakwah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beribadah dan keterlibatan pelajar dalam kegiatan Rohis di SMA Dharmawangsa Medan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi dakwah tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian pesan, tetapi juga sebagai faktor penting dalam membentuk sikap, minat, dan perilaku keagamaan pelajar. Minat beribadah dan keterlibatan dalam kegiatan Rohis memiliki hubungan yang saling berkaitan, di mana peningkatan minat beribadah dapat mendorong keterlibatan, dan keterlibatan yang tinggi juga dapat memperkuat minat beribadah siswa.

Adapun saran yang dapat diberikan kepada pihak sekolah, terutama kepada kepala sekolah dan pembina rohis, untuk mengembangkan strategi dakwah yang lebih kreatif, interaktif dan sesuai karakteristik pelajar, seperti mulai dengan memanfaatkan media sosial, pendekatan teman sebaya, serta kegiatan yang melibatkan orang banyak dan partisipatif. Penelitian ini juga memiliki keterbatasan, khususnya pada jumlah sampel yang relatif kecil (32 responden), sehingga hasil penelitian perlu digeneralisasikan secara hati-

---

Pekanbaru," *Masyarakat Madani: Jurnal Kajian Islam Dan Pengembangan Masyarakat* 10, no. 1 (2025): 48-72.

hati. Oleh karena itu penelitian selanjutnya disarankan untuk melibatkan jumlah sampel yang lebih luas serta memperluas lokasi penelitian.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Azman, Z. (2022). Dakwah Bagi Generasi Milenial Melalui Media Sosial. *Jurnal Khabar: Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 3(2), 193–205. <https://doi.org/10.37092/khabar.v3i2.350>
- Farhan Nabilah Amatullah; Zaskia, Zaskia Aliffa Nadjimaisyah, M. F. Syaifullah; N. (2025). Komunikasi Organisasi Rohis Al Hidayah: Pilar Harmoni dan Efektivitas Kegiatan Keagamaan. *Taqrib : Journal of Islamic Studies and Education*, Vol. 3 No. 1 (2025): *Taqrib : Journal of Islamic Studies and Education*, 39–52. <https://jurnal.dokicti.org/index.php/taqrib/article/view/943/533>
- Fathi Umar Mustaqima, Ida Afidah, & Muhammad Fauzi Arif. (2025). Komunikasi Persuasif Pengurus Kesantrian dalam Penyampaian Dakwah pada Remaja. *Bandung Conference Series: Islamic Broadcast Communication*, 5(2), 1–10. <https://doi.org/10.29313/bcsibc.v5i2.21351>
- Fatimah, S. (2016). *Strategi Komunikasi Kerohanian Islam (ROHIS) Dalam Meningkatkan Pemahaman Ajaran Islam di SMA Negeri 2 Samarinda*. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Samarinda.
- Fuadi, M. H., Rojiati, U., & Maulidia, E. N. (2025). Teacher Communication in Instilling Student Religious Values at Madrasah Tsanawiyah. *KnE Social Sciences*, 10(14 SE-Articles), 551–564. <https://doi.org/10.18502/kss.v10i14.19117>
- Gobel, S. A. M., & Usman, I. (2025). Komunikasi Persuasif: Seni Mempengaruhi Tanpa Memaksa. *Jurnal Pendidikan, Hukum, Komunikasi*, 1(1), 36–47. <https://doi.org/10.69623/j-dikumsi.v1i1.48>
- Hasanah, W. R., Anshori, A. M., Sinaga, Y. Y., Haris, M., & Laksana, B. I. (2025). Optimalisasi Strategi Berbasis Soar Untuk Peningkatan Partisipasi Keagamaan Dan Sosial Remaja Masjid: Studi Kasus Irmu Al-Ittihad Pekanbaru. *Masyarakat Madani: Jurnal Kajian Islam Dan Pengembangan Masyarakat*, 10(1), 48–72.
- Hasibuan, S. R. (2023). *Strategi Dakwah Tokoh Agama Dalam Meningkatkan Kegiatan Keagamaan Remaja Di Desa Sayur Mahincat Kecamatan Barumun Selatan Kabupaten Padang Lawas*. universitas ali hasan ahmad addary padangsidimpunan.
- Irawan, D. (2025). Strategi Komunikasi Dakwah (Studi Analisis Dakwah Tradisional dengan Inovasi Digital). *Syi'ar: Jurnal Ilmu Komunikasi, Penyuluhan Dan Bimbingan Masyarakat Islam*, 8(1), 1–16.

- <https://doi.org/10.37567/syiar.v8i1.3784>
- Irmayani, D., & Novianti, W. (2024). *Pembinaan Karakter Religius Siswa Melalui Kegiatan Rohani Islam ( ROHIS ) DI SMA Negeri 1 Kecamatan. 2*, 74–80.
- Ismanto, H., & Pebruary, S. (2021). *Aplikasi spss dan evIEWS dalam analisis data penelitian*. Deepublish Publisher.
- Jumriah Komala Sari, M. Abzar Duraesa, Muhammad Tahir, S. S. I. (2024). Strategi Komunikasi Islam Dalam Konteks Dakwah Jumriah Komala Sari, M. Abzar Duraesa, Muhammad Tahir, Sitti Syahar Inayah Universitas Islam Negeri Sultan Aji Muhammad Idris Samarinda, Indonesia Email: *Strategi Komunikasi Islam Dalam Konteks Dakwah*, 5(5), 925–929.
- Nur Iliza, I., & Hanif, mun. (2025). Membangun Minat Dan Motivasi Belajar Peserta Didik. *Jurnal Pendidikan Islam*, 01(03), 700–708.
- Rohman, M. S., Yasyakur, M., & Wartono. (2018). Peranan Ekstrakurikuler Rohani Islam (Rohis) Dalam Mengembangkan Sikap Beragama Peserta Didik Di SMA Negeri 1 Dramaga Bogor Tahun Pelajaran 2018/2019. *Prosiding Al Hidayah Pendidikan Agama Islam*, 1(2), 16.
- Sinambela, F. R. (2022). *Implementasi Dakwah Bil-Lisan dalam Meningkatkan Pemahaman Agama Masyarakat*. 3(02), 207–215.
- Utomo, D. B. (2014). *Strategi komunikasi customer relationship management lembaga amil zakat dompet dhuafa dalam menjaga loyalitas donatur* [Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta]. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/28330>
- Wulandari, D., Fahmi, M., & Fathur Rohman. (2024). Peran Remaja Masjid dalam Meningkatkan Partisipasi Keagamaan Peserta Didik di SMP Negeri 19 Surabaya. *Hikmah : Jurnal Studi Pendidikan Agama Islam*, 1(4), 164–181. <https://doi.org/10.61132/hikmah.v1i4.307>