

## PERAN CERITA INSPIRATIF SEBAGAI SARANA PROMOSI KEGIATAN DAKWAH DALAM MENGIMPLEMENTASIKAN AJARAN AGAMA

Winda Kustiawan<sup>1</sup>, Aulia Fathurrahman<sup>2</sup>, Riska Aulia Firdianti<sup>3</sup>  
[windakustiawan@uinsu.ac.id](mailto:windakustiawan@uinsu.ac.id)<sup>1</sup>, [aulfathurr@gmail.com](mailto:aulfathurr@gmail.com)<sup>2</sup>, [riskaauliafirdiant6@gmail.com](mailto:riskaauliafirdiant6@gmail.com)<sup>3</sup>  
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas kisah inspiratif sebagai media promosi kegiatan dakwah yang mampu meningkatkan pemahaman dan implementasi ajaran agama, khususnya di kalangan generasi muda. Melalui pendekatan kualitatif deskriptif dan teknik wawancara mendalam, penelitian menemukan bahwa narasi keagamaan yang dikemas dalam bentuk cerita nyata dan relevan dengan kehidupan remaja lebih mampu menyentuh sisi emosional serta membangun keterlibatan personal dibandingkan metode dakwah konvensional. Kisah-kisah ini, jika dikemas dalam media digital seperti video pendek atau podcast, dapat memperkuat penyampaian nilai-nilai agama secara kreatif dan kontekstual. Penelitian ini merekomendasikan pengembangan strategi dakwah berbasis narasi dengan memperhatikan aspek interaktif, emosional, dan budaya digital untuk menjawab tantangan komunikasi keagamaan di era modern.

**Kata kunci:** Kisah Inspiratif, Dakwah Digital, Generasi Muda, Komunikasi Emosional, Narasi Religius.

### ABSTRACT

*This study aims to analyze the effectiveness of inspirational stories as a promotional medium for da'wah activities that can enhance the understanding and implementation of religious teachings, especially among the younger generation. Through a descriptive qualitative approach and in-depth interview techniques, the research found that religious narratives packaged in the form of true stories and relevant to the lives of teenagers are more capable of touching emotional aspects and building personal involvement compared to conventional da'wah methods. These stories, when packaged in digital media such as short videos or podcasts, can creatively and contextually strengthen the delivery of religious values. This study recommends the development of narrative-based da'wah strategies that consider interactive, emotional, and digital culture aspects to address the challenges of religious communication in the modern era..*

**Keywords:** *Inspirational Stories, Digital Dawah, Youth Generation, Emotional Communication, Religious Narratives.*

### PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informatika telah mengalami banyak reformasi, metode dan gaya dakwah telah mengalami perubahan yang signifikan. Pendekatan konvensional kini dipadukan dengan berbagai media digital untuk menyampaikan pesan-pesan keagamaan. Metode yang semakin penting adalah pemanfaatan kisah-kisah inspiratif sebagai cara dalam dakwah. Kisah-kisah inspiratif mempunyai keunggulan dalam menyentuh aspek emosional dan kognitif sehingga isi pesan keagamaan lebih mudah dipahami dan diserap oleh penontonnya. Hal ini penting mengingat generasi muda di masa kini lebih tertarik pada kisah-kisah pribadi dan inspiratif dibandingkan pelajaran formal semata (Pridayanti, 2022; Ritonga, 2019).

Efektivitas kisah inspiratif dalam dakwah masih menghadapi tantangan di era post-truth dan penyebaran kebohongan, kredibilitas pesan-pesan dakwah seringkali

dipertanyakan. Kisah-kisah inspiratif yang disusun dengan cara yang autentik dan relevan dapat berfungsi sebagai alat untuk melawan narasi negatif dan mengembalikan keimanan masyarakat terhadap ajaran agama (Ritonga, 2019). Selain itu, cerita-cerita tersebut dapat disesuaikan dengan konteks budaya lokal sehingga lebih dekat dengan kehidupan sehari-hari penontonnya (Rohman, 2020).

Berdasarkan fenomena yang ada, di beberapa tempat kegiatan dakwah banyak yang masih menggunakan metode searah dan tidak melibatkan interaksi. Bahkan, kisah-kisah inspiratif yang disajikan dalam format dialogis atau reflektif dapat meningkatkan partisipasi aktif masyarakat yang pada akhirnya memperkuat penerapan ajaran agama dalam kehidupan nyata (Yonara, 2019). Oleh karena itu, diperlukan lebih banyak penelitian tentang bagaimana kisah-kisah inspiratif dapat menjadi cara yang efektif untuk mempromosikan kegiatan dakwah.

Penelitian ini menggali peran kisah inspiratif sebagai sarana dakwah yang tidak hanya sekedar menyampaikan isi ajaran agama, namun juga memotivasi khalayak untuk menerapkan nilai-nilai tersebut dalam kehidupannya di setiap hari. Penelitian ini bertujuan untuk mempelajari pola efektivitas kisah inspiratif dalam meningkatkan pemahaman dan penerimaan pesan dakwah di kalangan muda dan generasi Z.

Merujuk pada penelitian terdahulu yang telah membahas pentingnya kisah dalam dakwah. Rohman (2020) dalam jurnalnya tentang dakwah bil al-kitabah menunjukkan bahwa cerita-cerita yang terdapat dalam novel dapat menjadi sarana efektif dalam menyampaikan pesan moral dan agama. Penelitian ini menunjukkan bahwa struktur cerita yang baik dapat mempengaruhi sudut pandang dan sikap masyarakat terhadap ajaran agama. Sedangkan Pridayanti (2022) menggunakan model analisis wacana Teun A. Van Dijk untuk mengeksplorasi bagaimana kisah inspiratif dalam novel dan buku dapat menyampaikan pesan dakwah secara menarik dan mudah dipahami.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Widodo, Fatawi dan Rahmad (2020) menyoroiti dakwah bil-hikmah yang terdiri dari penyampaian pesan keagamaan melalui hikmah dan penuh kebijaksanaan. Mereka menemukan bahwa kisah-kisah inspiratif berperan penting dalam penyebaran nilai-nilai agama secara damai dan persuasif. Selain itu, Yonara (2019) membahas tentang konsep penyampaian pesan dakwah melalui kisah-kisah inspiratif yang efektif menarik perhatian khalayak muda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kisah-kisah inspiratif tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga sebagai sarana pendidikan dan transformatif. Namun, diperlukan lebih banyak penelitian guna memahami bagaimana cerita ini dapat diterapkan secara efektif dalam konteks dakwah digital dan komunitas lokal.

Penelitian yang dilakukan ini menggunakan teori komunikasi persuasif dan naratif. Teori komunikasi persuasif mengatakan bahwa pesan yang dibawakan melalui cerita lebih efektif karena mampu menciptakan hubungan emosional dengan audiens (Rohman, 2020; Haris, 2018). Selain itu, teori naratif menekankan pentingnya hal ini struktur cerita yang koheren dan relevan dengan perkembangan zaman untuk meningkatkan pemahaman dan penerimaan mad'u (Pridayanti, 2022).

Kebaruan penelitian ini terletak pada fokus penerapan kisah inspiratif dalam kegiatan dakwah digital dan komunitas yang belum dikaji secara mendalam. Penelitian ini juga mengeksplorasi bagaimana kisah-kisah inspiratif dapat dibawakan untuk melawan narasi negatif dan penipuan yang merajalela di era digital (Ritonga, 2019). Oleh karena itu, penelitian ini sangat diharapkan dapat memberikan kontribusi penting bagi pengembangan metode dakwah yang lebih kontekstual dan efektif.

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis tentang peran kisah inspiratif dalam promosi kegiatan dakwah dan penerapan ajaran agama pada generasi muda. Penelitian ini juga bertujuan untuk merumuskan strategi efektif dalam menyampaikan kisah-kisah inspiratif di berbagai media Dakwah.

## **METODOLOGI**

Penelitian ini memakai pendekatan kualitatif deskriptif karena sangat tepat untuk menggali makna dari pengalaman individu terhadap penggunaan cerita inspiratif dalam kegiatan dakwah. Pendekatan ini tidak fokus pada angka atau data statistik, melainkan lebih pada pendalaman makna, pemahaman, dan konteks yang terjadi di lapangan. Dalam konteks ini, peneliti ingin tahu bagaimana cerita inspiratif mampu memengaruhi cara berpikir dan berperilaku generasi muda dalam menjalani nilai-nilai agama yang disampaikan lewat dakwah. Seperti dijelaskan oleh Creswell (2018), pendekatan kualitatif cocok digunakan untuk mengkaji pengalaman personal dan interpretasi subyektif terhadap sebuah fenomena sosial secara mendalam.

Data dikumpulkan melalui teknik wawancara mendalam kepada lima orang siswa SMA yang aktif mengikuti kegiatan dakwah di media sosial dan komunitas keislaman. Teknik ini dipilih karena membantu peneliti untuk menggali lebih dalam pengalaman, persepsi, dan pendapat mereka terhadap cerita-cerita inspiratif yang mereka dengar atau lihat. Pemilihan informan dilakukan secara purposive, artinya peneliti memilih orang-orang yang dianggap bisa memberikan informasi relevan sesuai tujuan penelitian. Selain wawancara, peneliti juga melakukan observasi ringan terhadap konten dakwah yang berbasis cerita di media sosial untuk menambah data dan memperkaya analisis.

Setelah data terkumpul, peneliti menganalisisnya menggunakan teknik analisis tematik. Analisis ini bertujuan untuk menemukan tema-tema utama dari hasil wawancara yang berkaitan dengan peran cerita inspiratif dalam dakwah. Langkah-langkah analisis dilakukan dengan cara membaca ulang transkrip wawancara, memberikan kode pada bagian-bagian penting, lalu mengelompokkan kode-kode tersebut menjadi tema yang saling berkaitan. Untuk memastikan keabsahan data, peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber, yaitu membandingkan hasil wawancara dengan hasil observasi dan dokumentasi digital. Proses ini penting agar hasil penelitian tetap objektif dan bisa dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Penelitian ini mengungkapkan bahwa penggunaan kisah inspiratif sebagai media dakwah memiliki pengaruh yang signifikan dalam meningkatkan implementasi ajaran agama di kalangan generasi muda. Temuan ini diperoleh dari hasil pengisian kuesioner oleh sepuluh siswa SMA yang menjadi responden dalam penelitian. Mereka menyatakan bahwa pesan-pesan dakwah yang dikemas dalam bentuk cerita inspiratif terasa lebih mudah dipahami, lebih menyentuh, dan lebih membekas dalam ingatan dibandingkan dengan promosi kegiatan dakwah yang disampaikan secara konvensional. Kisah inspiratif yang disampaikan dalam bentuk narasi terbukti mampu menjalin hubungan emosional antara penyampai pesan dan penerima. Responden merasa lebih terhubung karena cerita yang diangkat biasanya memiliki relevansi langsung dengan realitas kehidupan mereka. Identifikasi ini memperkuat pesan moral dan spiritual yang ingin disampaikan dalam dakwah, karena audiens tidak hanya menjadi pendengar pasif, tetapi juga ikut merasakan dan memahami pesan secara personal.

Promosi kegiatan dakwah yang dilakukan secara informatif dan satu arah dinilai kurang menarik dan tidak efektif. Promosi yang tidak disesuaikan dengan kebutuhan serta gaya komunikasi generasi muda hanya dianggap sebagai formalitas dan tidak menumbuhkan ketertarikan atau keterlibatan emosional. Beberapa responden bahkan mengaku sering mengabaikan ajakan-ajakan yang disampaikan melalui media konvensional seperti pamflet atau poster karena tidak membangkitkan rasa ingin tahu atau koneksi pribadi. Melihat hasil tersebut, penting untuk mempertimbangkan pengembangan pendekatan dakwah dengan mengoptimalkan kekuatan narasi inspiratif. Salah satu langkah strategis yang dapat dilakukan adalah mengemas kisah-kisah inspiratif dalam bentuk konten digital yang sesuai dengan karakteristik generasi muda, seperti video pendek, podcast, atau narasi audio-visual yang dikemas secara kreatif di media sosial. Untuk mendukung hal ini, pemilihan cerita sebaiknya didasarkan pada pengalaman nyata yang dekat dengan kehidupan remaja, seperti tantangan dalam menjaga nilai agama di sekolah atau lingkungan pertemanan. Cerita yang membumi seperti ini akan lebih mudah membangkitkan empati dan mendorong refleksi diri. Penggunaan bahasa yang santai namun tetap bermakna juga menjadi faktor penting agar pesan dapat diterima dengan baik tanpa mengurangi esensi ajaran agama.

Dakwah berbasis narasi juga perlu didesain secara interaktif. Setelah penyampaian cerita, sebaiknya ada ruang diskusi atau refleksi bersama yang memungkinkan audiens berbagi pengalaman pribadi mereka. Cara ini tidak hanya meningkatkan partisipasi, tetapi juga memperkuat pemahaman dan penerimaan terhadap nilai-nilai agama yang disampaikan. Beberapa upaya yang dilakukan untuk mendongkrak metode ini dengan melakukan pelatihan bagi para pendakwah dalam teknik storytelling, pemanfaatan media digital, dan pemahaman psikologis audiens muda menjadi suatu hal sangat penting. Dengan pendekatan ini, kisah inspiratif tidak hanya menjadi sarana dakwah yang menyentuh hati, tetapi juga mampu mendorong transformasi perilaku yang sesuai dengan ajaran agama. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menekankan bahwa pendekatan dakwah melalui kisah inspiratif memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai metode utama dalam menyampaikan nilai-nilai keagamaan, terutama di era digital yang menuntut kreativitas dan konektivitas emosional dalam komunikasi keagamaan.

## **KESIMPULAN**

Pendekatan dakwah melalui kisah inspiratif terbukti efektif dalam meningkatkan pemahaman dan implementasi ajaran agama di kalangan generasi muda. Temuan ini menunjukkan bahwa narasi yang relevan dengan realitas kehidupan remaja lebih mampu menyentuh sisi emosional, membangun koneksi personal, dan mendorong refleksi diri dibandingkan dengan metode dakwah konvensional yang bersifat satu arah dan informatif. Oleh karena itu, strategi dakwah yang dikemas secara kreatif dalam bentuk konten digital seperti video, podcast, dan narasi audio-visual serta didukung dengan pelatihan storytelling bagi pendakwah menjadi langkah penting untuk menjawab tantangan komunikasi keagamaan di era digital.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Aldi, M. (2024). Peran Pidato Islam dalam Penguatan Pendidikan Agama Islam: Membangun Karakter Generasi Berakhlak Mulia. *Jurnal Ragam Pengabdian*, 1(3).
- Creswell, John W & J. David Creswell. 2018. *Research Design Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches Fifth Edition*. SAGE Publications, Inc.
- Fabriar, S. R., & Muhajarah, K. (2024). Tren Dakwah Nawaning di Era New Media. *Jurnal SMART*

- (Studi Masyarakat, Religi, dan Tradisi), 10(1).
- Makmudah, S. (2020). Penanaman nilai keagamaan anak melalui metode bercerita. *J-PAI: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 6(2).
- Muksin, M., & Mudlofir, A. (2024). Urgensi Penanaman Nilai-Nilai Pendidikan Islam Bagi Remaja Lewat Kisah-Kisah Islami. *Attaqwa: Jurnal Ilmu Pendidikan Islam*, 20(1).
- Pridayanti, E. D. (2022). Pesan dakwah kisah inspiratif dalam Novel *Be Calm Be Strong Be Grateful* karya Wirda Mansur: Analisis wacana model Teun A Van Dijk. Digital Library UIN Sunan Gunung Djati Bandung. <https://digilib.uinsgd.ac.id/id/eprint/58679>
- Rafikasari, F., Ibrahim, M., Amin, S. M., & Djazilan, S. (2021). Keefektifan pembelajaran agama islam melalui pendekatan pembelajaran aktif, kreatif, efektif, dan menyenangkan (pakem) di Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, 5(5).
- Rahmat, W. A., & Zanuba, Y. P. (2024). Living Hadis dan Strategi Komunikasi Dakwah Pada Osdpodcast “Marriage is Scary”. *Muqaddimah: Jurnal Studi Islam*, 15(5).
- Rianie, N. (2015). Pendekatan dan Metode Pendidikan Islam (sebuah perbandingan dalam konsep teori pendidikan Islam dan barat). *Management of Education: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 1(2).
- Ritonga, M. (2019). Penerapan metode dakwah mau'idzah hasanah di era hoax milenial. *Al-Munzir*, 12(1), 51-62. <https://doi.org/10.31332/am.v12i1.1329>
- Rohman, F. (2020). Dakwah bil al-kitabah: Analisis komunikasi persuasif dalam novel Islam Anak Rantau. *Ath-Thariq: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 4(1), 20-43. [https://doi.org/10.32332/ath\\_thariq.v4i1.2041](https://doi.org/10.32332/ath_thariq.v4i1.2041)
- Rosyidiani, T. S. (2014). Aplikasi Strategi Komunikasi Dakwah Terhadap Tingkat Partisipasi Jama'ah Ikatan Da'i Indonesia (IKADI) Jember Jawa Timur.
- Sinaga, D. Y., Hasibuan, S. H., & Sembiring, E. H. (2022). Implementasi metode cerita islami dalam penanaman moral keagamaan. *TARBAWI: Journal on Islamic Education*, 6(1).
- Syaifuddin, S., & Muhid, A. (2021). Efektivitas pesan dakwah di media sosial terhadap religiusitas masyarakat muslim: analisis literature review. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 20(1).
- Usman, F. (2016). Efektivitas Penggunaan media online sebagai sarana dakwah. *Al-Tsiqoh: Jurnal Ekonomi Dan Dakwah Islam*, 1(1).
- Wahidin, U. (2017). Pendidikan karakter bagi remaja. *Edukasi Islami: Jurnal Pendidikan Islam*, 2(03).
- Wakhyudi, Y., & Setyorini, R. (2021). Cerita Sebagai Media Penyampaian Pendidikan Karakter Islami: Array. *Dialektika Jurnal Pendidikan*, 5(2).
- Widodo, A., Fatawi, N. F., & Rahmad, A. (2020). Eksistensi dakwah bil hikmah sebagai akselerasi pengembangan sosial keagamaan. *Al-Izzah: Jurnal Hasil-Hasil Penelitian*, 15(2), 28-38. <https://doi.org/10.31332/ai.v0i0.2166>
- Yonara, D. (2019). Konsep penyampaian pesan dakwah melalui kisah-kisah inspiratif. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Yusuf Al Aziz, Y. A. A., Komalasari, B., & Muhammad, T. (2024). Efektivitas Penerapan Metode Cerita Dalam Meningkatkan Penguasaan Materi Pendidikan Agama Islam di SMP Negeri 2 Rejang Lebong (Doctoral dissertation, Institut Agama Islam Negeri Curup).
- Zulhendra, Z., Repelita, T., Lahay, C., & Hendra, W. (2024). Strategi Penggunaan Kalimat Efektif Dalam Dakwah Untuk Meningkatkan Pemahaman Audiens. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran (JRPP)*, 7(3).