



Hubungan Kredibilitas Dai dengan Motivasi Generasi Z dalam Kajian Sisterfillah

Habibah^{1*}, Aang Ridwan¹, Umi Halwati¹

¹Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi,
UIN Sunan Gunung Djati, Bandung

*Email : habibah2808@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kredibilitas dai dan motivasi generasi Z untuk menghadiri kajian Sisterfillah. Teori yang digunakan adalah teori citra dai yang menjelaskan pengaruh citra dan kredibilitas dai terhadap mad'u. Menggunakan metode kuantitatif korelasional, data dikumpulkan dari 45 jemaah generasi Z melalui kuesioner. Hasil menunjukkan bahwa jemaah generasi Z menilai para dai Sisterfillah memiliki keahlian yang baik dalam menyampaikan materi kajian. Motivasi generasi Z memiliki kesadaran dalam hal beragama dari dirinya sendiri sehingga termotivasi untuk menghadiri kajian Sisterfillah. Uji Pearson Product Moment menunjukkan korelasi positif yang kuat ($r = 0.782$, $sig. = 0.001$). Artinya kredibilitas dai turut meningkatkan motivasi generasi Z dalam menghadiri kajian Sisterfillah.

Kata Kunci : Kredibilitas Dai; Motivasi Generasi Z; Kajian Keislaman

ABSTRACT

This study aims to determine the credibility of the preachers and the motivation of Generation Z to attend the Sisterfillah study sessions. The theory used is the dai's image theory, which explains the influence of the dai's image and credibility on the audience. Using a correlational quantitative method, data was collected from 45 Generation Z congregants thru questionnaires. The results show that Generation Z congregants rate the Sisterfillah preachers as having good skills in delivering study materials. Generation Z's motivation stems from their self-awareness regarding religious matters, which motivates them to attend Sisterfillah studies. The Pearson Product Moment test showed a strong positive correlation ($r = 0.782$, $sig. = 0.001$). This means that the credibility of the dai also increases the motivation of Generation Z to attend Sisterfillah studies.

Keywords : Credibility of Preachers; Motivation of Generation Z; Islamic Studies

PENDAHULUAN

Islam merupakan agama yang identik dengan kegiatan dakwah. Islam selalu mendorong umatnya untuk berdakwah, karena aktivitas dakwah menentukan kemajuan dan kemunduran Islam (Diri, 2023: 30). Menurut Ridwan (2022: 72), dakwah merupakan upaya untuk mengajak orang lain agar termotivasi untuk menerapkan nilai-nilai dan ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari, baik secara lisan maupun perbuatan. Dengan demikian, makna dakwah masih sangat umum sehingga dakwah bisa dilakukan dalam berbagai bentuk. Misalnya kegiatan khutbah Jum'at, tulisan di media massa, film kisah nabi, atau kajian di berbagai masjid.

Terlaksananya kajian di berbagai masjid merupakan salah satu bentuk dakwah yang masih populer di kalangan masyarakat. Sebagian besar masyarakat berlomba-lomba mendatangi masjid untuk mendekatkan diri pada Allah Swt. melalui kajian tersebut. Dalam setiap kajian, tentunya tidak lepas dari seorang dai yang menjadi pemateri untuk menyampaikan pesan dakwah kepada mad'u. Dai memiliki peran penting dalam berlangsungnya kegiatan dakwah, sehingga mad'u dapat menerima pesan dakwah dengan baik dan diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.

Kajian keislaman Komunitas Sisterfillah merupakan satu di antara banyaknya kegiatan kajian yang terlaksana di Bandung Timur. Komunitas Sisterfillah menyelenggarakan kajian keislaman dengan target jemaah perempuan dari berbagai generasi, dari para muslimah muda (generasi Z) hingga para orang tua (generasi *baby boomer*). Di setiap bulannya, Komunitas Sisterfillah rutin menyelenggarakan kajian dalam dua kali pertemuan, yaitu di pekan kedua dan pekan keempat, atau menyesuaikan kesediaan waktu dai yang menjadi pemateri dalam pertemuan tersebut.

Dai yang diundang dalam kajian ini pun berbeda-beda, sehingga kehadiran jemaah dalam setiap pertemuannya memiliki jumlah yang berbeda-beda pula. Beberapa dai yang pernah diundang untuk menjadi pemateri dalam Komunitas Sisterfillah antara lain Umi Empat, Ustaz Evie Effendi, Ustazah Garlicha Maulidya, Ustazah Litasari Husna, dan lain-lain. Perbedaan jumlah kehadiran jemaah ini juga terlihat pada generasi Z. Di mana dalam pertemuan dengan dai satu, jemaah didominasi oleh generasi Z. Sedangkan pertemuan dengan dai lainnya, terlihat hanya sedikit generasi Z yang menghadiri kajian tersebut.

Beberapa penelitian relevan yang dijadikan acuan dalam penyusunan penelitian ini antara lain:

Pertama, Muh. Ikram, Muliaty Amin, dan St. Nasriah (2023) yang melakukan penelitian dengan judul “Kredibilitas Dai pada Lembaga Majelis Dai

Muda dalam Pembinaan Ibadah Masyarakat di Kecamatan Rilau Ale Kabupaten Bulukumba” dalam Jurnal Mecusuar. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dan tematik. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kredibilitas dai MDM Kabupaten Bulukumba memiliki pengaruh yang besar dalam pembinaan ibadah masyarakat. Kompetensi, sikap, kepribadian, dan sifat dinamis dai menjadi faktor penting dalam membangun kesadaran dan perubahan masyarakat menuju ke arah yang lebih baik sesuai dengan ajaran agama.

Kedua, Khoerul Rohman (2024) yang melakukan penelitian dengan judul “Kredibilitas Ustaz Dede Dendi sebagai Dai di Pengajian Pesantren (Studi Deskriptif Pengajian di Pondok Pesantren Al-Ihsan Cibiru Hilir Cileunyi Kabupaten Bandung”. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Ustaz Dede Dendi memiliki keahlian, pengetahuan agama, dan kemampuan *public speaking* yang baik. Kemampuan ini didukung oleh latar belakang pendidikan yang relevan dengan profesi sebagai dai.

Ketiga, Sri Lestari, Yunisca Nurmala, dan Ana Mentari (2024) yang melakukan penelitian berjudul “Pengaruh Literasi Digital dan Minat Baca Terhadap Motivasi Belajar Generasi Z” dalam jurnal *Hemat: Journal of Humanities Education Management Accounting and Transportation*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian analisis regresi berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh literasi digital terhadap motivasi belajar sebesar 46,8%, pengaruh minat baca terhadap motivasi belajar sebesar 46,2%, serta pengaruh literasi digital dan minat baca terhadap motivasi belajar sebesar 56,5%. Hal tersebut menunjukkan literasi digital dan minat baca tinggi pada mahasiswa akan berdampak pada motivasi belajar mahasiswa.

Keempat, Arsyil Waritsman (2020) yang melakukan penelitian berjudul “Hubungan Motivasi Belajar dengan Prestasi Belajar Matematika Siswa” dalam jurnal Tolis Ilmiah: Jurnal Penelitian. Penelitian ini menggunakan metode analisis korelasional. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara motivasi belajar dan prestasi belajar matematika siswa.

Kelima, Risalina (2024) yang melakukan penelitian berjudul “Interaksi Komunitas Sisterfillah Bandung Timur dalam Menyebarluaskan Dakwah Islam di Kalangan Muslimah: Studi Deskriptif di Masjid Al-Hikmah Kaum Kidul Cinambo”. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa interaksi Komunitas Sisterfillah melalui empat tahap untuk menyebarluaskan dakwah Islam. Di antaranya pengenalan komunitas, kerjasama antar anggota, kekompakan dan kolaborasi, serta evaluasi dan apresiasi anggota untuk menjaga kelangsungan dakwah.

Penelitian ini dilakukan kepada jemaah Komunitas Sisterfillah yang berpusat di Masjid Al-Hikmah, Kelurahan Sukamulya Kec. Cinambo Kota Bandung. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kredibilitas dai Sisterfillah dalam persepsi generasi Z, motivasi generasi Z dalam menghadiri kajian Sisterfillah, dan mengetahui hubungan antara kredibilitas dai dalam persepsi generasi Z dengan motivasi generasi Z dalam menghadiri kajian Sisterfillah.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dengan analisis korelasi. Analisis korelasi dapat menjelaskan bagaimana hubungan antara kredibilitas dai dengan motivasi generasi Z dalam menghadiri kajian keislaman Komunitas Sisterfillah.

Untuk menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini, peneliti mengambil data kehadiran jemaah dalam 5 pertemuan terakhir per 13 April 2025. Data tersebut menunjukkan bahwa jumlah kehadiran jemaah dalam 5 pertemuan terakhir adalah 51, 224, 65, 157, dan 250 orang. Dari data kehadiran tersebut, didapatkan rata-rata sebesar 150 orang. Dikarenakan penelitian berfokus pada generasi Z, maka digunakan pendekatan asumsi untuk menentukan jumlah populasi.

Pendekatan asumsi dilakukan dengan melihat jumlah penduduk Kota Bandung berdasarkan generasi pada survei tahun 2020. Peneliti mengambil data penduduk generasi *baby boomer*, X, Y, dan Z, yang berkemungkinan menghadiri kajian tersebut. Berdasarkan survei Badan Pusat Statistik Kota Bandung, didapatkan data bahwa generasi Z memiliki persentase 29,57% jika dibandingkan dengan generasi *baby boomer*, X, Y, dan Z.

Dari data tersebut, maka asumsi jumlah populasi jemaah Sisterfillah yang termasuk generasi Z adalah 30% dari rata-rata kehadiran jemaah dalam 5 pertemuan terakhir, yaitu 45 orang. Menurut Abubakar (2021: 59), jumlah populasi yang kurang dari 50, dapat dijadikan sampel penelitian secara keseluruhan.

Adapun metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji asumsi klasik dan uji hipotesis. Uji asumsi klasik digunakan untuk menguji apakah data yang didapatkan dapat dikatakan valid dan reliabel atau tidak, sehingga pantas untuk diuji menggunakan uji hipotesis selanjutnya. Sedangkan uji hipotesis meliputi uji normalitas, uji linearitas, dan uji korelasi Pearson Product Moment untuk menguji hubungan antara dua variabel.

LANDASAN TEORITIS

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori citra dai. Dalam ilmu komunikasi, teori citra dai dikenal dengan istilah teori kredibilitas sumber (*source credibility theory*) (Mahmuddin, 2018: 38). Teori kredibilitas sumber digagas oleh Hovland, Janis, dan Kelly yang menjelaskan bahwa seseorang akan lebih mudah dipersuasi atau dipengaruhi jika komunikator merupakan orang yang kredibel (Damargalih, 2021: 16). Dengan kata lain, seorang komunikator dapat menyampaikan pesan dengan lebih efektif kepada komunikan apabila ia memiliki kredibilitas tinggi dibanding komunikator yang berkredibilitas rendah.

Menurut Rakhmat (2012: 254), kredibilitas merupakan persepsi komunikan terhadap komunikator yang berkenaan dengan sifat-sifat komunikator. Mar'at sebagaimana dikutip oleh Hendri (2019: 194), berpendapat bahwa kredibilitas adalah “bagaimana seorang komunikator dinilai dan dipercaya oleh individu yang menerima pesan”. Rogert dan Svenning sebagaimana dikutip oleh Rahmah (2013: 2), berpendapat bahwa kredibilitas adalah “tingkat di mana sumber komunikasi dan saluran komunikasi dapat dipercaya dan kompeten oleh penerimanya”.

Sementara itu, *Oxford Dictionary* memaknai kredibilitas dengan kualitas pribadi yang dapat membuat orang lain memercayainya. Seseorang dapat dipercaya atau memiliki kredibilitas jika ia konsisten menjaga ucapannya sesuai dengan perilaku sehari-harinya. Oleh karenanya, kredibilitas bukan hal instan yang bisa didapatkan dalam satu atau dua hari. Butuh usaha yang konsisten sepanjang hidup agar seorang komunikator memiliki kredibilitas yang baik sehingga dipandang baik pula oleh komunikannya (Suriati, 2019: 203).

Kredibilitas merupakan modal utama bagi komunikator dalam menyampaikan pesannya. Hal ini telah disinggung Aristoteles sebagaimana dikutip oleh Rakhmat (2012, 252) bahwa, “Tidak benar, anggapan sementara penulis retorika bahwa kebaikan personal yang diungkapkan pembicara tidak berpengaruh apa-apa pada kekuatan persuasinya; sebaliknya, karakternya hampir bisa disebut sebagai alat persuasi yang paling efektif yang dimilikinya.”

Kredibilitas sumber atau komunikator ini memiliki kaitan erat dengan teori citra dai. Teori citra dai menekankan penilaian mad'u terhadap kredibilitas dai. Positif atau negatifnya persepsi mad'u terhadap dai, akan menentukan apakah mereka dapat menerima pesan dari dai tersebut atau tidak. Apabila dai memiliki kredibilitas tinggi, maka mad'u akan lebih mudah dalam menerima informasi yang disampaikan sehingga dapat mempengaruhi perilaku atau sikap mereka. Sebaliknya, apabila kredibilitas dai rendah, maka kecil kemungkinan

informasi yang disampaikan akan diterima mad'u, bahkan sulit untuk mempengaruhi perilaku mereka (Wahid, 2019: 184).

Sambas, sebagaimana dikutip oleh Hikamudin (2015), mengemukakan mengenai teori citra dai, bahwa makin tinggi interaksi seorang dai dengan materi dakwahnya, maka pemahamannya terhadap materi tersebut akan semakin mendalam. Dan makin tinggi pemahaman mubaligh terhadap materinya, maka makin meningkat pula kredibilitas dan citranya di hadapan jemaah.

Dari uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa seorang dai harus memiliki pemahaman materi dakwah yang mendalam untuk meningkatkan kredibilitasnya di hadapan jemaah. Hal ini harus diikuti dengan interaksi dai dengan materi dakwah atau ilmu yang dimilikinya, misalnya dengan terus mempelajari ajaran Islam dan terlibat dalam diskusi terkait materi tersebut, agar dai terus menambah ilmu dan berwawasan luas.

Dalam aktivitas dakwah melalui lisan, seperti ceramah atau khotbah, Aliyudin (2009: 122) merinci empat cara mad'u dalam menilai dai. Pertama, reputasi dai. Mad'u bisa mengetahui reputasi dai melalui rekam jejaknya. Karya, kontribusi, jasa, atau sikap dai pada masa lampau dapat memperindah atau menghancurkan kredibilitas seorang dai. Apabila dai diketahui pernah bersikap kasar atau berperilaku tidak baik, terutama di depan publik, maka hal tersebut dapat menghancurkan kredibilitasnya.

Kedua, perkenalan tentang seorang dai. Mad'u dapat menilai dai dari informasi yang didapatkannya. Apabila mad'u mengenal dai melalui temannya yang menceritakan kebaikan dai, maka hal tersebut dapat meningkatkan kredibilitas dai. Sebaliknya, apabila ia pertama kali mengenal dai karena teman yang menceritakan kontroversi dai, maka hal tersebut dapat menurunkan kredibilitasnya.

Ketiga, ucapan dai. Seorang dai yang merupakan pemuka agama profesional hendaknya mengatakan hal-hal yang baik. Jika seorang dai mengatakan hal-hal yang kotor, rendah, senonoh, atau menghina seseorang, maka dapat menimbulkan persepsi negatif di mata mad'u. Sebagaimana dikatakan oleh Ali bin Abi Thalib, "*al-lisan mizan al-insan*" (lisan adalah kriteria manusia).

Keempat, cara dai dalam menyampaikan pesan dakwah. Kepercayaan diri dan penguasaan materi bagi seorang dai sangat mempengaruhi kredibilitasnya. Seorang dai yang bicara dengan terbata-bata dan bingung akan menimbulkan persepsi negatif di mata mad'u. Dalam hal ini, kemampuan komunikasi publik atau *public speaking* merupakan hal penting bagi dai yang berdakwah dengan berceramah atau berkhotbah.

Citra positif merupakan hal penting yang harus dimiliki oleh seorang dai. Alwi Shihab mengemukakan betapa pentingnya kredibilitas atau citra positif bagi seorang dai sebagaimana dikutip oleh Yaqinah (2020, 49) dengan ungkapan berikut, “Bagaimana mungkin seseorang dapat mengajak orang untuk membangun karakter moral yang tinggi dan mencegah aktivitas yang tidak Islami jika seorang dai itu sendiri tidak memperlihatkan nilai-nilai akhlak yang baik yang mencerminkan nilai-nilai Islam.”

Setidaknya terdapat tiga wacana bagi seorang dai untuk membangun citra positif atau kredibilitas, yakni kebersihan hati, kecerdasan pikiran, dan keberanian mental (Aliyudin, 2009: 122). Ketiganya harus dimiliki oleh seorang dai agar pesan yang disampaikan dapat diterima mad’u secara efektif dan dapat mengubah perilaku mad’u menjadi lebih baik. Jika salah satu atau dua dari ketiganya tidak dimiliki oleh dai, maka akan berpengaruh pada citra dai atau persepsi mad’u terhadap dai.

Jika seorang dai merupakan orang yang jujur, amanah, dan dapat dipercaya serta memiliki ilmu agama yang mendalam, tetapi ia tidak berani tampil di depan publik, kurang percaya diri, atau justru grogi ketika berbicara di depan publik, maka akan menimbulkan persepsi negatif di mata mad’u.

Atau jika seorang dai merupakan orang jujur dan berani tampil di depan publik tetapi malas belajar sehingga sedikit ilmu yang dimilikinya, maka akan membuat masyarakat kebingungan, misalnya karena mereka tidak mendapat jawaban yang memuaskan atas pertanyaan yang diajukan kepada dai tersebut.

Contoh lainnya jika seorang dai merupakan orang yang pintar dan berani tampil di depan publik, tetapi ia diketahui suka berbohong, maka masyarakat sebagai mad’u tidak akan percaya dengan pesan dakwah yang disampaikannya. Bahkan jika sifatnya itu telah diketahui oleh banyak orang, kemungkinan besar ceramah dai tersebut tidak akan dihadiri oleh mad’u karena mereka telah mengetahui sikap buruk dai tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Komunitas Sisterfillah Bandung Timur merupakan komunitas yang bergerak di bidang dakwah untuk menyelenggarakan kajian keislaman khusus untuk perempuan. Komunitas ini berpusat di Masjid Al-Hikmah, Jalan Kaum Kidul Kelurahan Sukamulya Kecamatan Cinambo Kota Bandung, dan pertama kali dibentuk pada 17 September 2017. Terbentuknya komunitas Sisterfillah berawal dari amanah yang diberikan DKM Masjid Al-Hikmah kepada pendirinya, Anggia Chandra Aprilian, untuk mengadakan kajian bagi warga setempat (Wawancara, 13 April 2025).

Saat ini, kajian Komunitas Sisterfillah makin dikenal luas oleh berbagai kalangan. Dengan poster atau pengumuman jadwal kajian yang disebarluaskan melalui Instagram dan TikTok @sisterfillah_bdg, kini kajian Sisterfillah dihadiri paling sedikit oleh 50 jemaah dan paling banyak dihadiri oleh 300 jemaah. Jemaah yang hadir pun berasal dari berbagai usia dan kalangan, mulai remaja, dewasa muda, hingga para ibu yang telah lanjut usia (Wawancara, 13 April 2025).

Dalam penelitian ini, populasinya adalah jemaah Sisterfillah generasi Z yang berjumlah 45 orang. Jumlah ini diambil berdasarkan rata-rata kehadiran jemaah Sisterfillah yang berjumlah 150 orang, dengan asumsi 30% di antaranya merupakan generasi Z. Menurut Abubakar (2021: 59), jika jumlah populasi kurang dari 50 orang, maka seluruh populasi dapat dijadikan sampel penelitian. Oleh karena itu, sampel dalam penelitian ini berjumlah 45 orang.

Kredibilitas Dai Sisterfillah dalam Persepsi Generasi Z

Variabel kredibilitas dai sebagai variabel X, memiliki 22 pertanyaan dalam kuesioner yang mencakup 3 aspek, di antaranya aspek keahlian pada butir pernyataan 1—7, aspek kepercayaan pada butir pernyataan 8—12, dan aspek dinamisme pada butir pernyataan 13—22. Berdasarkan hasil penelitian penelitian dan olah data, didapatkan rata-rata skor TCR dalam aspek keahlian yang bernilai sebesar 86% (baik), kepercayaan yang bernilai sebesar 86% (baik), dan dinamisme yang bernilai sebesar 84% (baik).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa aspek keahlian dan kepercayaan memiliki nilai rata-rata yang sama besar, yaitu 86%. Dalam aspek keahlian, pernyataan nomor 6 “Dai mampu menjawab pertanyaan jemaah dengan baik” memiliki persentase yang paling tinggi, yaitu 88% dengan kategori baik. Sementara itu, persentase tertinggi kedua ada pada pernyataan nomor 1 “Dai yang mengisi kajian Sisterfillah memiliki pemahaman agama yang mendalam” dan nomor 5 “Dai mampu memberikan wawasan atau perspektif baru setiap memberi kajian” dengan persentase 87% dengan kategori baik pula. Hal ini menunjukkan bahwa jemaah generasi Z menilai para dai Sisterfillah memiliki keahlian yang baik dalam menyampaikan materi kajian, baik itu dalam menjawab pertanyaan, pemahaman yang mendalam, serta luasnya wawasan.

Lebih lanjut, pernyataan dengan TCR tertinggi selanjutnya adalah pernyataan nomor 2 “Dai memiliki kemampuan menjelaskan dalil dengan jelas” dengan skor 86% berkategori baik. Kemudian pernyataan nomor 3 dengan pernyataan “Dai memiliki wawasan yang luas, baik dalam ilmu agama maupun bidang lain yang relevan” dengan skor TCR 85% berkategori baik. Disusul skor TCR terendah dalam aspek keahlian, yaitu pernyataan nomor 4 dan 7 dengan pernyataan “Dai memiliki latar belakang pendidikan formal atau informal dalam ilmu keislaman” dan “Dai dapat menghubungkan ajaran Islam dengan isu-isu

kekinian yang relevan bagi generasi Z” dengan skor TCR 84% berkategori baik.

Dalam aspek kepercayaan, pernyataan nomor 10 “Dai tidak menyebarkan informasi yang bersifat provokatif” memiliki persentase yang paling tinggi, yaitu 87%. Sedangkan persentase tertinggi kedua ada pada pernyataan nomor 12 “Dai dikenal memiliki akhlak yang baik dalam kehidupan sehari-hari”. Hal tersebut menunjukkan bahwa jemaah generasi Z memandang para dai Sisterfillah memiliki tujuan yang murni dalam berdakwah tanpa adanya kepentingan pribadi atau politik dan tidak menyebarkan informasi yang memprovokasi jemaah untuk berpihak pada golongan tertentu. Hal ini didukung akhlak para dai yang dikenal baik tanpa rekam jejak buruk di masa lalunya.

Sebagai pendukung, pernyataan dengan skor TCR tertinggi ketiga yaitu pernyataan nomor 8 dan 9 dengan pernyataan “Dai menjadi uswatun hasanah (contoh teladan) dalam kehidupannya” dan “Dai memiliki integritas dan menyampaikan dakwah berdasarkan sumber yang dapat dipercaya” dengan skor TCR 85% berkategori baik. Kemudian pernyataan dengan skor TCR terendah dalam aspek kepercayaan adalah “Dai tidak pernah terlibat dalam kontroversi negatif yang dapat merusak kepercayaan jemaah” dengan skor TCR 84% berkategori baik.

Sementara dalam aspek dinamisme, rata-rata nilainya adalah 84% yang termasuk kategori baik. Pernyataan nomor 13 “Dai memiliki cara penyampaian yang menarik dan tidak membosankan” memiliki persentase yang paling tinggi, yaitu 86%. Sedangkan pertanyaan dengan persentase tertinggi kedua ada pada pertanyaan nomor 14 “Dai memiliki kharisma dalam menyampaikan ceramahnya”, nomor 17 “Dai menampilkan sikap yang ramah dan dekat dengan jemaahnya”, nomor 19 “Dai memberikan kesempatan pada jemaah untuk berdiskusi dan bertanya secara interaktif”, dan nomor 20 “Dai konsisten dalam menyampaikan kajian keislaman dan tetap aktif dalam berbagai forum dakwah”. Hal ini menunjukkan bahwa para dai Sisterfillah memberikan kesan yang baik di mata para jemaahnya mengenai bagaimana dai menyampaikan pesan dakwahnya.

Lebih lanjut, pernyataan dengan skor TCR tertinggi selanjutnya adalah pernyataan nomor 15 dengan pernyataan “Dai memiliki gaya bahasa yang mudah dipahami oleh generasi Z”, nomor 18 dengan pernyataan “Dai mampu menjelaskan ajaran Islam dengan cara yang santai dan tidak menggurui”, dan nomor 21 dengan pernyataan “Dai tidak hanya berdakwah di kajian, tetapi juga melalui media lain” dengan persentase 84% berkategori baik. Pernyataan skor TCR terendah dalam aspek dinamisme yaitu pernyataan nomor 16 dengan pernyataan “Dai memiliki teknologi/media sozial dalam berdakwah” dengan skor TCR 83% berkategori baik dan pernyataan nomor 22 dengan pernyataan “Dai membahas materi yang mencakup teori dan solusi praktis” dengan skor TCR

82% dengan kategori baik.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa para dai Sisterfillah memiliki kredibilitas yang baik di mata para jemaahnya. Hal ini selaras dengan teori citra dai yang mengharuskan seorang dai untuk memiliki ketiga hal tersebut. Aliyudin (2009: 122) menyebutnya sebagai kebersihan hati, kecerdasan pikiran, dan keberanian mental. Jika salah satu dari ketiganya tidak dimiliki oleh seorang dai, maka akan berpengaruh pada persepsi mad'u terhadap dai.

Dalam ilmu komunikasi, kebersihan hati dapat diidentikkan dengan kepercayaan. Kepercayaan adalah kesan yang terbentuk pada diri komunikator mengenai watak dan sikap komunikator (Rahmah, 2013: 6). Hal tersebut menjelaskan bahwa dai sebagai komunikator harus memiliki akhlak serta rekam jejak yang baik agar ia dapat dipercaya oleh mad'u-nya. Jika seorang dai diketahui pernah melakukan perbuatan yang kurang baik, maka akan mengurangi citra positifnya di mata mad'u.

Aristoteles telah mengemukakan bahwa karakter komunikator merupakan alat persuasif yang paling efektif yang dimiliki oleh komunikator (Rakhmat, 2012: 252). Hal ini menunjukkan betapa pentingnya akhlak baik yang dimiliki oleh seorang dai agar dapat memengaruhi mad'u untuk berperilaku sesuai dengan ajaran Islam dengan baik. Oleh karenanya, kepercayaan atau kebersihan hati merupakan hal yang penting untuk dimiliki dan dijaga oleh seorang dai.

Kecerdasan pikiran dapat diidentikkan dengan keahlian. Keahlian adalah kesan yang terbentuk pada diri komunikator mengenai hubungan kemampuan komunikator dengan topik yang dibicarakan (Arbi, 2012: 249). Sambas sebagaimana dikutip oleh Hikamudin (2015), mengemukakan bahwa makin tinggi interaksi dai dengan materi dakwahnya, maka pemahamannya terhadap materi tersebut akan semakin mendalam. Oleh karenanya, salah satu cara untuk meningkatkan keahlian dai adalah dengan terus mempelajari ajaran Islam atau ilmu bidang lainnya yang relevan, sehingga dai lebih memahami ilmu tersebut sehingga lebih mudah dalam menjelaskan atau menjawab pertanyaan-pertanyaan dari para jemaah.

Sementara itu, keberanian mental dapat diidentikkan dengan dinamisme. Dinamisme merupakan kesan komunikator mengenai cara komunikator berkomunikasi (Rakhmat, 2012: 257). Seorang dai harus memiliki keberanian mental dalam menyampaikan dakwahnya. Ia harus berani tampil di depan publik, menyampaikan pesan dengan percaya diri, serta menghadapi situasi yang mungkin terjadi. Dengan keberanian mental yang kuat, seorang dai tidak akan terlihat gugup di depan para jemaahnya ketika menyampaikan materi dakwah. Apabila seorang dai terlihat gugup atau terbata-bata dalam menyampaikan

dakwahnya, maka akan menimbulkan kesan yang kurang baik di mata jemaah.

Untuk memiliki keberanian mental serta meningkatkan citra positif, seorang dai hendaknya memahami materi yang akan disampaikan kepada audiens serta terus berlatih agar bisa tampil secara maksimal di depan audiens. Selain itu, seorang dai juga bisa melakukan relaksasi tubuh terlebih dulu untuk mengurangi ketegangan sebelum maju menghadap audiens (Adiwijaya, 2023: 21).

Motivasi Generasi Z dalam Menghadiri Kajian Sisterfillah

Variabel motivasi generasi Z sebagai variabel Y memiliki 22 pernyataan dalam kuesioner, yang mencakup faktor internal pada butir pernyataan 1—10, dan faktor eksternal pada butir pernyataan 11—22. Berdasarkan hasil penelitian dan olah data, didapatkan rata-rata skor TCR pernyataan motivasi internal yang bernilai sebesar 88% (baik), sedangkan pernyataan motivasi eksternal yang bernilai 74% (cukup).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa motivasi internal memiliki nilai TCR yang baik, yaitu 88%. Pernyataan yang persentase paling tinggi terdapat pada pernyataan nomor 5 “Saya ingin menjadi pribadi yang lebih baik dengan mengikuti kajian” dengan persentase 92%. Sedangkan pernyataan dengan persentase tertinggi kedua terdapat pernyataan nomor 2 “Saya menghadiri kajian sisterfillah karena ingin memperdalam ilmu agama” dengan persentase 90%. Hal ini menunjukkan bahwa generasi Z memiliki kesadaran dalam hal beragama dari dirinya sendiri sehingga termotivasi untuk menghadiri kajian Sisterfillah.

Selain itu, beberapa hal lain yang memotivasi generasi Z dalam menghadiri kajian Sisterfillah terdapat pada pernyataan nomor 3 dengan pernyataan “Saya ingin meningkatkan keimanan saya melalui kajian ini” dan nomor 9 dengan pernyataan “Saya menghadiri kajian karena merasa butuh bimbingan dalam menjalani kehidupan sehari-hari” dengan skor TCR 89% dengan kategori baik. Selanjutnya yaitu pernyataan “Saya datang ke kajian sisterfillah karena keinginan sendiri, pada nomor 1, “Saya menghadiri kajian sisterfillah karena ingin memiliki lingkungan pergaulan yang positif” pada butir pernyataan nomor 6, “Saya merasa lebih tenang dan damai setelah mengikuti kajian” pada nomor 7, dengan skor TCR sebesar 88% dengan kategori baik.

Pernyataan selanjutnya dengan skor TCR terendah dalam faktor internal adalah pernyataan nomor 10 dengan pernyataan “Saya menghadiri kajian karena ingin mendapatkan jawaban atas pertanyaan-pertanyaan agama yang belum saya pahami” dengan skor TCR sebesar 87% dengan kategori baik, serta pernyataan nomor 4 dengan pernyataan “Saya merasa kajian ini membantu saya menemukan makna hidup” dan nomor 8 dengan pernyataan “Saya merasa

makin bersemangat dalam beribadah setelah mengikuti kajian” dengan skor TCR sebesar 86% dengan kategori baik.

Sementara itu, motivasi eksternal memiliki rata-rata nilai 74% sehingga masuk kategori cukup. Pernyataan dengan persentase paling tinggi terdapat pada pernyataan nomor 19 “Saya menghadiri kajian karena membahas tema yang sesuai dengan kehidupan saya” dengan persentase 83%. Sedangkan pernyataan dengan persentase tertinggi kedua terdapat pada pernyataan nomor 18 “Saya percaya dengan keilmuan dai yang mengisi kajian” dan pernyataan nomor 20 “Saya menghadiri kajian karena merasa nyaman dengan suasana kajian sisterfillah”.

Dengan nilai 74% yang termasuk kategori cukup, faktor motivasi eksternal memiliki nilai persentase paling rendah pada pernyataan nomor 15 “Saya menghadiri kajian karena ingin diterima dalam lingkungan sosial yang saya ikuti” dengan persentase 63% (kurang baik). Sedangkan pernyataan dengan persentase terendah kedua terdapat pada pernyataan nomor 14 “Saya menghadiri kajian karena tren di media sosial menunjukkan semakin banyak anak muda yang aktif dalam kajian keislaman” dengan persentase 64%.

Sebagai pendukung, pernyataan dengan skor TCR terendah selanjutnya adalah pernyataan “Saya menghadiri kajian karena diajak teman atau keluarga saya secara langsung” pada butir pernyataan nomor 12 dengan skor TCR sebesar 65% berkategori cukup. Disusul pernyataan nomor 22 dengan pernyataan “Saya menghadiri kajian karena ada program menarik, seperti doorprize atau hadiah dari pihak sponsor sisterfillah” dengan skor TCR sebesar 68% dengan kategori cukup. Selanjutnya yaitu pernyataan “Saya menghadiri kajian karena teman-teman saya mengikutinya” pada butir pernyataan nomor 11 dengan kategori cukup.

Motivasi eksternal lain yang mendorong keinginan generasi Z dalam menghadiri kajian Sisterfillah adalah kredibilitas dai. Hal ini terlihat pada pernyataan “Saya menghadiri kajian ketika dai yang diundang memiliki kredibilitas tinggi” pada butir pernyataan nomor 17 dengan skor TCR sebesar 73% berkategori cukup. Kemudian, rekomendasi media sosial yang terlihat pada pernyataan “Saya menghadiri kajian karena adanya rekomendasi dari media sosial yang mengarah ke akun @sisterfillah_bdg” dengan skor TCR sebesar 79% berkategori cukup.

Disusul pernyataan nomor 16 dengan pernyataan “Saya menghadiri kajian karena penyampaian dai yang menarik dan interaktif” dan nomor 21 dengan pernyataan “Saya menghadiri kajian karena lokasi yang strategis” dengan skor TCR sebesar 80% dengan kategori baik. Dari penghitungan skor TCR dalam faktor eksternal, didapatkan kesimpulan bahwa 5 di antara 12 pernyataan

tersebut merupakan pernyataan dengan skor TCR berkategori baik. Sedangkan 7 di antaranya merupakan pernyataan dengan skor TCR berkategori cukup.

Berdasarkan data tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa generasi Z yang mengikuti kajian Sisterfillah lebih dominan termotivasi karena adanya motivasi internal. Motivasi internal merupakan motivasi yang berasal dari dalam dirinya sendiri (Susanti, 2019: 5). Terdapat 3 hal yang menjadi kebutuhan psikologi dasar manusia, yaitu kebutuhan akan kompetensi, kebutuhan akan otonomi, dan kebutuhan akan hubungan sosial (Widya, 2024: 29).

Dari pernyataan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa generasi Z jemaah Sisterfillah ingin memenuhi ketiga kebutuhan tersebut. Di mana mereka ingin memperdalam ilmu agama untuk memenuhi kebutuhan akan kompetensi dan otonomi, serta ingin memiliki lingkungan yang positif untuk memenuhi kebutuhan akan hubungan sosial. Sebagaimana diketahui, manusia merupakan makhluk sosial. dan untuk menjadi pribadi yang lebih baik, tentu dibutuhkan lingkungan yang positif.

Pernyataan tersebut juga selaras dengan pendapat para psikologi yang mengemukakan bahwa manusia merupakan makhluk yang berketuhanan (teogenetis). Artinya, secara naluri, manusia mengakui bahwa ada sesuatu di luar dirinya yang memiliki kekuatan melebihi kekuatan manusia itu sendiri, yang dianggap sebagai sesuatu yang ghaib (Faizah, 2006: 126). Untuk memenuhi motif teogenetis, manusia perlu berinteraksi dengan Tuhan agar dapat memahami dan menjalankan perannya (Nawawi, 2007: 238).

Generasi Z yang ingin mendekatkan diri pada Allah Swt. melalui kajian ini merupakan salah satu bentuk nyata bahwa manusia merupakan makhluk teogenetis. Selain itu, bentuk perilaku yang lain mencerminkan manusia sebagai makhluk teogenetis adalah keinginan untuk beribadah, keinginan untuk berperilaku sesuai norma agama, atau keinginan untuk mendakwahnya agama yang dianutnya (Nawawi, 2007: 238).

Namun, motivasi eksternal juga tetap menjadi salah satu pendorong bagi generasi Z untuk menghadiri kajian Sisterfillah. Motivasi eksternal merupakan motivasi yang timbul dari luar individu karena adanya faktor sosial dan faktor nonsosial (Putri, 2023: 13). Faktor sosial meliputi teman, keluarga, dan lain-lain. Sedangkan faktor nonsosial meliputi waktu (pagi, siang, atau malam), jarak menuju lokasi (jauh atau dekat), fasilitas, dan lain-lain. Sementara itu, Widya (2024: 29), mengemukakan faktor lain, di antaranya adalah lingkungan sosial, faktor ekonomi, sistem penghargaan dan hukuman, serta media dan budaya.

Berdasarkan hasil olah data pada faktor eksternal, generasi Z cenderung termotivasi untuk menghadiri kajian karena tema yang sesuai dengan kehidupan

mereka, dai yang berilmu, dan lingkungan kajian yang nyaman. Tema tersebut memberikan daya tarik karena membahas persoalan yang dekat dengan pengalaman hidup mereka. Sementara itu, dai yang mampu menyampaikan materi dengan pendekatan yang ramah menciptakan suasana kajian yang nyaman. Faktor-faktor ini memperkuat lingkungan sosial yang positif dan mendukung, menjadikan kajian bukan hanya sebagai ruang edukatif tetapi juga sebagai tempat berkumpul yang bermakna.

Meski motivasi internal dan eksternal merupakan dua hal yang berbeda, tetapi keduanya saling berkaitan satu sama lain. Seseorang yang beraktivitas yang didorong oleh motivasi ekstrinsik, selanjutnya akan bergerak ke arah motivasi intrinsik, begitu pula sebaliknya (Mudjiran, 2021: 148). Oleh karenanya, seseorang yang termotivasi untuk menghadiri kajian atas keinginan sendiri, mungkin saja karena adanya pengaruh dari luar juga. Misalnya lokasi yang mudah dijangkau, tema yang menarik, atau sebagainya.

Hubungan Kredibilitas Dai dengan Motivasi Generasi Z dalam Menghadiri Kajian Sisterfillah

Penelitian ini bertujuan untuk menguji korelasi antara kredibilitas dai dalam persepsi generasi Z sebagai variabel X dengan motivasi generasi Z dalam menghadiri kajian Sisterfillah sebagai variabel Y. Sebelum melakukan pengujian korelasi, diperlukan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, dan uji linearitas.

Uji validitas dilakukan untuk menunjukkan sejauh mana suatu instrumen penelitian mencapai tingkat kevalidan atau kesahihan (Abubakar, 2021: 129). Dalam melakukan pengujian validitas, digunakan aplikasi SPSS Windows dengan r tabel 0,294. Jika r hitung $>$ r tabel, maka instrumen dianggap valid. Dan jika r hitung $<$ r tabel, maka instrumen dianggap tidak valid. Dari hasil uji validitas pada kedua variabel, didapatkan hasil r hitung $>$ r tabel untuk semua pernyataan sehingga semua pernyataan dianggap sebagai valid.

Kemudian, dilakukan uji reliabilitas untuk mengetahui konsistensi jawaban responden. Makin tinggi angkanya, maka makin tinggi juga realibilitas atau konsistensi jawaban respondennya (Sahir, 2022: 33). Untuk menguji reliabilitas, digunakan teknik Cronbach's Alpha di mana instrument penelitian disimpulkan reliabel jika nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60. Dari hasil uji reliabilitas, didapatkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,98 untuk variabel X dan 0,94 untuk variabel Y. Oleh karena itu, kedua variabel dianggap memiliki konsistensi jawaban responden yang cukup tinggi.

Selanjutnya yaitu uji normalitas yang dilakukan untuk mengetahui apakah data penelitian berdistribusi normal atau tidak (Harefa, 2023: 158). Untuk penelitian yang jumlah sampel lebih dari 30, metode uji normalitas yang

digunakan adalah Kolmogrov-Smirnov melalui aplikasi SPSS Windows. Apabila nilai signifikansi lebih dari 0,05 atau 5%, maka data dinyatakan berdistribusi normal. Dari pengujian normalitas, didapatkan hasil signifikansi 0,126 sehingga data kuesioner dinyatakan berdistribusi normal.

Sementara itu, uji linearitas merupakan uji yang dilakukan untuk memastikan terdapat hubungan yang linear antara variabel X dengan variabel Y. Metode yang umum digunakan adalah *deviation from linearity*. apabila nilai signifikansi lebih dari 0,05, maka kedua variabel dinyatakan memiliki hubungan yang linear. Dari pengujian linearitas menggunakan aplikasi SPSS Windows, didapatkan hasil signifikansi $0,954 > 0,05$ sehingga kedua variabel dinyatakan memiliki hubungan yang linear.

Setelah data dinyatakan berdistribusi normal dan kedua variabel dinyatakan memiliki hubungan yang linear, maka selanjutnya adalah melakukan uji korelasi. Metode korelasi yang digunakan adalah uji korelasi Pearson Product Moment. Terdapat dua hipotesis dalam pengujian korelasi ini. pertama, yaitu H_0 yang artinya tidak terdapat hubungan antara variabel satu dengan variabel lainnya. Kedua, yaitu H_1 yang artinya tidak terdapat hubungan antara variabel satu dengan variabel lainnya.

Apabila $\text{sig.} < \alpha$ (α), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dan apabila $\text{sig.} > \alpha$ (α), maka H_1 ditolak dan H_0 diterima. Di mana nilai α (α) adalah 0.05.

Tabel 1. Hasil Uji Korelasi

		Kredibilitas Dai	Motivasi Generasi Z
Kredibilitas Dai	Pearson Correlations	1	.782
	Sig. (2-tailed)		<.001
	N	45	45
Motivasi Generasi Z	Pearson Correlations	.782	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	
	N	45	45

sumber : data penelitian, 2025

Berdasarkan hasil uji korelasi di atas, didapatkan nilai $\text{sig.} 0,001 < 0,05$. Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_1 diterima sehingga kedua variabel dinyatakan memiliki hubungan. Adapun nilai korelasi Pearson pada hasil uji tersebut adalah 0.782, yang mengindikasikan adanya korelasi positif yang kuat antara variabel X dan variabel Y, sebagaimana ketentuan berdasarkan kriteria Guilford (Jatnika, 2022). Hasil tersebut menunjukkan bahwa dai yang berkredibilitas baik, turut meningkatkan motivasi generasi Z untuk menghadiri kajian Sisterfillah.

Kredibilitas dai menjadi faktor bagi generasi Z untuk menghadiri kajian Sisterfillah. Hal ini terbukti pada beberapa butir pernyataan yang berkaitan dengan kredibilitas dai dalam faktor eksternal variabel motivasi generasi Z, yaitu pada butir pernyataan 16-19. Tiga pernyataan di antaranya memiliki skor TCR di atas 80%, sedangkan 1 pernyataan lainnya memperoleh skor TCR 73%. Hal ini mengindikasikan bahwa kredibilitas dai turut meningkatkan motivasi generasi Z dalam menghadiri kajian Sisterfillah.

Fenomena ini sejalan dengan teori citra dai atau teori kredibilitas sumber yang digunakan dalam penelitian ini. Teori citra dai mengasumsikan bahwa makin baik kredibilitas dai, maka mad'u akan lebih mudah dalam menerima informasi yang disampaikan. Sebaliknya, apabila kredibilitas dai kurang baik, maka kecil kemungkinan informasi yang disampaikan akan diterima mad'u, bahkan sulit untuk mempengaruhi perilaku mereka (Wahid, 2019: 184). Hal ini dapat diartikan bahwa makin baik citra seorang dai, maka makin positif pula penilaian publik kepada dai tersebut.

Dikemukakan oleh Aliyudin (2009: 122), seorang dai hendaknya memiliki ketiga hal penting untuk membangun citra positif atau kredibilitas, yaitu kebersihan hati, kecerdasan pikiran, dan keberanian mental. Ketiga hal tersebut harus dimiliki oleh seorang dai agar pesan yang disampaikan tidak hanya didengar oleh mad'u, tetapi juga dapat mempengaruhi perilaku mad'u agar mau melakukan hal-hal baik sesuai ajaran Islam.

Sejalan dengan pendapat tersebut, Aristoteles menyebut ketiga hal tersebut dengan istilah pikiran baik (*good sense*), akhlak yang baik (*good moral character*), dan maksud yang baik (*good will*) (Suriati, 2021: 202). Alwi Shihab juga mengemukakan betapa pentingnya kredibilitas atau citra positif bagi seorang dai sebagaimana dikutip oleh Yaqinah (2020, 49) dengan ungkapan berikut,

“Bagaimana mungkin seseorang dapat mengajak orang untuk membangun karakter moral yang tinggi dan mencegah aktivitas yang tidak Islami jika seorang dai itu sendiri tidak memperlihatkan nilai-nilai akhlak yang baik yang mencerminkan nilai-nilai Islam.”

Al-Qur'an secara eksplisit memerintahkan manusia untuk menerapkan ajaran Islam pada diri sendiri terlebih dulu sebelum mengajak orang lain, sebagaimana firman Allah Swt.:

أَتَأْمُرُونَ النَّاسَ بِالْإِيمَانِ وَتَنْهَوْنَ أَنفُسَكُمْ وَأَنْتُمْ تَتَلَوَّنَ الْكِتَابَ ۝ أَفَلَا تَعْقِلُونَ ۝ ٤

“Mengapa kalian menyuruh orang lain (mengerjakan) kebajikan, sedangkan kalian melupakkan diri kalian sendiri, padahal kalian membaca Kitab (Taurat)? Tidakkah kalian mengerti?” (Q.S. Al-Baqarah (2): 44)

Ayat tersebut menjadi pengingat bagi para dai untuk senantiasa melakukan apa yang juga diserunya kepada orang lain. Dalam ilmu dakwah, hal ini disebut juga dengan dakwah nafsiyah, yaitu dakwah kepada diri sendiri. Dengan begitu, mad'u dapat menilai bahwa dai tidak hanya menyampaikan pesan dakwah semata, tetapi juga menerapkan ajaran Islam yang disampaikannya sehingga memberi teladan atau contoh yang baik.

PENUTUP

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang diperoleh dari hasil penelitian, dengan menggunakan teori citra dai, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut. Pertama, para dai kajian Sisterfillah memiliki kredibilitas yang baik. Pernyataan ini dibuktikan dengan rata-rata nilai pada aspek keahlian yang bernilai sebesar 86% (baik), aspek kepercayaan yang bernilai sebesar 86% (baik), dan aspek dinamisme yang bernilai sebesar 84% (baik).

Kedua, motivasi generasi Z dalam menghadiri kajian Sisterfillah lebih dominan karena dorongan dari dirinya sendiri untuk mempelajari ilmu agama dan menjadi pribadi yang lebih baik. Pernyataan ini dibuktikan dengan rata-rata pernyataan motivasi internal yang bernilai sebesar 88% (baik), sedangkan rata-rata pernyataan motivasi eksternal bernilai 74% (cukup).

Ketiga, kredibilitas dai terbukti memiliki hubungan yang tinggi dengan motivasi generasi Z dalam menghadiri kajian Sisterfillah. Berdasarkan hasil uji korelasi dengan metode Pearson Product Moment, diperoleh nilai signifikansi $0.001 < 0.05$, maka variabel yang diisi dinyatakan memiliki hubungan. Hal ini diperkuat dengan nilai korelasi sebesar 0.782 yang mengindikasikan adanya hubungan positif yang kuat antara kredibilitas dai dengan motivasi generasi Z dalam menghadiri kajian Sisterfillah. Hasil tersebut menunjukkan bahwa dai yang berkredibilitas baik, turut meningkatkan motivasi generasi Z untuk menghadiri kajian Sisterfillah.

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, R. (2021). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: SUKA Press UIN Sunan Kalijaga.
- Adiwijaya, R. (2023). *Membangun Kredibilitas Melalui Berbicara: Bagaimana Menjadi Pembicara yang Dipercaya dan Diakui*. Surabaya: CV. Garuda Mas Sejahtera.
- Arbi, A. (2012). *Psikologi Komunikasi dan Tabligh*. Jakarta: Amzah.
- AS, E., & Aliyudin. (2009). *Dasar-dasar Ilmu Dakwah Pendekatan Filosofis dan Praktis*. Bandung: Widya Padjadjaran.
- Diri, S. (2023). *Ilmu Dakwah*. Yogyakarta: Bintang Semesta Media.

- Harefa, D., Gulo, S. S., Fatemaluo, R., Gaurifa, E. S., & Duha, M. A. (2023). *Teori Statistik Dasar*. Sukabumi: CV Jejak.
- Hendri, E. (2019). *Komunikasi Persuasif: Pendekatan dan Strategi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Hikamudin, A. (2015). *Keteladanan Habib Munzir dalam Aktivitas Tabligh di Majelis Rasulullah SAW*. Skripsi, Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Gunung Djati, Bandung.
- Jatnika, R., Haffas Mustofa, Prathama, A. G., & Lubis, F. Y. (2022). *Belajar Analisis Korelasi dengan UNPAD SAS Online*. Bandung: Unpad Press.
- Mahmuddin. (2017). *Manajemen Dakwah*. Ponorogo: Penerbit Wade.
- Mudjiran. (2021). *Psikologi Pendidikan: Penerapan Prinsip-Prinsip Psikologi dalam Pembelajaran*. Jakarta: Kencana.
- Nawawi. (2007). Motivasi Terhadap Tingkah Laku dalam Proses Dakwah. *Komunika*, 1(2), 235-244.
- Putri, N. M. (2023). *Identifikasi Faktor Eksternal yang Mempengaruhi Motivasi Belajar Siswa di SMP Negeri 9 Kota Jambi*. Skripsi, Jurusan Ilmu Pendidikan, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Jambi.
- Rahmah, M. N. (2013). Kredibilitas Juru Dakwah sebagai Komunikator. *Albadharah Jurnal Ilmu Dakwah*, 12(24), 1–13.
- Rakhmat, J. (2012). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ridwan, A. (2022). *Filsafat dan Etika Dakwah*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media.
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit KBM Indonesia.
- Suriati, & Samsinat. (2021). *Ilmu Dakwah*. Tulungagung: Akademia Pustaka.
- Susanti, L. (2019). *Strategi Pembelajaran Berbasis Motivasi*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Wahid, A. (2019). *Strategi Dakwah di Tengah Keragaman Budaya: Kajian Filsafat Dakwah Kontemporer*. Pustaka Diniyah.
- Widya, D. (2024). *Dinamika Psikologi Motivasi: Teori dan Praktik*. Surabaya: CV. Garuda Mas Sejahtera.
- Yaqinah, S. N. (2020). *Harmoni Dakwah: Spirit Dakwah dan Strategi Komunikasi dalam Konservasi Lingkungan*. Mataram: UIN Mataram Press.
- Yayasan Penyelenggara Penterjemah Al-Qur'an. (2010). *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. Bandung: CV Penerbit Diponegoro.