Jurnal Mahasiswa BK An-Nur : Berbeda, Bermakna, Mulia
Volume 11 Nomor 1, Tahun 2025
Tersedia Online: https://ojs.uniska-bjm.ac.id/index.php/AN-NUR
p-ISSN. 2460-9722 | e-ISSN. 2622-8297

STRATEGI KOMUNIKASI KOMUNITAS ONE DAY ONE JUZ DALAM MENDORONG MASYARAKAT MEMBACA AL QUR'AN DI KOTA MEDAN

Aulia Rahman[1], Muhammad Ichsan[2], Novry Rivaldy[3], Ahmad Tamrin Sikumbang[4]

[1,2,3,4]Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Co- Author: aulia3005233022@uinsu.ac.id

Info Artikel
- **Masuk :** 04/01/2024
- **Revisi :** 24/01/2024
- **Diterima :** 18/12/2024

Alamat Jurnal
- https://ojs.uniska-bjm.ac.id/index.php/AN-NUR/index

Jurnal Mahasiswa BK An-Nur : Berbeda, Bermakna, Mulia ***disseminated below*** https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/

Abstract: *This article aims to find out how the One Day One Juz communication strategy is in encouraging people to read the Qur'an in Medan City. The type of research used in this research is qualitative with a phenomenological approach. Based on the results of the discussion, it is known that the main media used in implementing communication strategies use social media platforms such as Facebook, Twitter, websites, and so on. Based on the interview results, persuasive communication is a technique used by the community to encourage people's confidence in reading the Qur'an. The program efforts carried out by the community include carrying out community education campaigns, holding group activities and discussions, as well as collaborating with educational institutions and youth.*

Keywords: *Communication Strategy, Medan City, One Day One Juz.*

PENDAHULUAN

Membaca Al-Qur'an merupakan bagian integral dari praktik keagamaan dalam Islam dan memiliki makna yang mendalam dalam kehidupan spiritual umat Muslim. Komunitas One Day One Juz (ODOJ) mengusung visi untuk membudayakan kegiatan membaca Al-Qur'an satu juz per hari sebagai cara untuk memperkuat ikatan spiritual dan memahami pesan-pesan ilahi yang terkandung dalam kitab suci tersebut. Terletak di Kota Medan, komunitas ini berkomitmen untuk meningkatkan literasi Al-Qur'an di kalangan masyarakat melalui serangkaian strategi komunikasi yang terencana dengan baik (Sihombing & Alfurqan, 2021).

Namun, dalam pelaksanaannya, ODOJ menghadapi berbagai tantangan dalam mendorong masyarakat Kota Medan untuk terlibat aktif dalam kegiatan membaca Al-Qur'an. Meskipun komunitas ini telah mengimplementasikan berbagai strategi komunikasi, termasuk memanfaatkan media sosial, menyelenggarakan kampanye edukasi, mengadakan acara kelompok dan diskusi, serta menjalin kolaborasi dengan lembaga pendidikan dan organisasi pemuda, masih terdapat hambatan yang menghalangi efektivitas program mereka (Isnaini et al., 2022).

Salah satu tantangan utama adalah keterbatasan akses teknologi yang mengakibatkan sebagian masyarakat tidak dapat terlibat dalam kegiatan digital yang diadakan oleh komunitas (Patria & Meldisia, 2022). Selain itu, keterbatasan pendidikan yang menghambat kemampuan membaca dan memahami Al-Qur'an, kurangnya minat dan pemahaman tentang pentingnya membaca Al-Qur'an secara rutin, serta faktor lingkungan dan resistensi terhadap perubahan kebiasaan juga menjadi kendala signifikan. Hambatan-hambatan ini mengindikasikan perlunya evaluasi dan penyesuaian dalam strategi komunikasi yang diterapkan oleh ODOJ.

Melihat situasi ini, penting untuk menganalisis strategi komunikasi yang diterapkan oleh ODOJ dalam mendorong masyarakat membaca Al-Qur'an. Penelitian ini bertujuan untuk memahami efektivitas strategi yang telah dilaksanakan serta mengidentifikasi hambatan-hambatan yang menghalangi pencapaian tujuan komunitas. Dengan pemahaman yang mendalam tentang tantangan dan keberhasilan dalam komunikasi ini, ODOJ diharapkan dapat mengoptimalkan pendekatan mereka untuk lebih efektif dalam menyebarkan pesan dan mendorong masyarakat Kota Medan untuk aktif dalam membaca Al-Qur'an (Sari & Mahariah, 2023).

Dewasa ini, ada beragam teknik dan pendekatan yang digunakan individu dalam membaca Alquran. Penggunaan metode tertentu memiliki peran penting dalam proses pembelajaran. Keberhasilan siswa dalam menguasai kemampuan yang diharapkan sangat dipengaruhi oleh kesesuaian antara metode yang digunakan dengan tujuan yang telah ditetapkan (Velasufah & Nasriva, 2022). Oleh karena itu, pencapaian tujuan literasi Alquran akan lebih mudah terwujud apabila metode yang dipilih sesuai dengan standar keberhasilan yang ingin dicapai. Metode yang diterapkan memiliki variasi yang luas, disesuaikan dengan perumusan tujuan sehingga menjadi pedoman bagi lembaga pendidikan, terutama lembaga pendidikan Islam yang menekankan pentingnya literasi Alquran. Hal ini bertujuan untuk menemukan pendekatan yang khas dan menarik guna mendukung proses pembelajaran yang efektif (Zein, 2021).

Di tengah dinamika perkembangan teknologi dan perubahan gaya hidup masyarakat perkotaan seperti Kota Medan, kegiatan membaca Al Qur'an seringkali tergeser oleh aktivitas modern yang lebih cenderung menggiurkan. Meskipun Al Qur'an memegang peran sentral

dalam kehidupan umat Islam, khususnya dalam komunitas One Day Juz, fenomena ini menjadi perhatian penting (Martin & Maulida, 2022).

Data terkini menunjukkan bahwa di Kota Medan, minat dan kebiasaan membaca Al Qur'an cenderung menurun di kalangan masyarakat perkotaan. Faktor-faktor seperti kesibukan, penetrasi teknologi yang dominan, serta pergeseran nilai-nilai budaya turut mempengaruhi kurangnya minat membaca Al Qur'an. Keterbatasan waktu luang dan perhatian yang terpusat pada aktivitas lain menjadi tantangan nyata dalam mendorong praktik membaca Al Qur'an di kalangan masyarakat Kota Medan.

Komunitas One Day Juz sebagai salah satu inisiatif lokal yang ingin mendorong kegiatan membaca Al Qur'an di Kota Medan dihadapkan pada tantangan besar. Strategi komunikasi yang efektif perlu dirumuskan untuk menjangkau dan menggerakkan masyarakat agar kembali tertarik dan terlibat dalam membaca Al Qur'an. Dalam konteks ini, perlunya strategi komunikasi yang adaptif dan relevan dengan kondisi perkotaan serta gaya hidup masyarakat menjadi sangat penting bagi kelangsungan dan keberhasilan upaya komunitas ini dalam mengembalikan minat membaca Al Qur'an di tengah masyarakat Kota Medan.

Berdasarkan paparan diatas, peneliti mengemukakan hal yang rumusan masalah, yaitu: Bagaimana Strategi komunikasi komunitas ONE DAY ONE JUZ dan apa saja program komuitas tersebut dalam mendorong masyarakat membaca alquran di kota Medan ?

METODE

Artikel ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Artikel ini bertumpu pada dua jenis data yaitu data primer dan data sekunder. Data primer yang penulis kumpulkan berasal dari anggota struktural dari Komunitas ONE DAY ONE JUZ Kota Medan yang masuk dalam struktural (Fadli, 2021).

Data sekunder dalam penelitian ini dianalisis melalui tinjauan kepustakaan. Dalam proses ini, penelitian membangun serangkaian pendekatan dengan mengacu pada berbagai kajian konseptual yang telah ada melalui literatur review (Creswell, 2020). Analisis data sekunder dilakukan dengan merujuk pada sejumlah studi di bidang ilmu komunikasi, bertujuan untuk membentuk perspektif khusus yang terfokus pada tinjauan literatur dengan pendekatan deduktif-interpretatif.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini melalui analisis program, strategi komunikasi persuasif yang dilakukan oleh anggota komunitas untuk merumuskan data dengan konteks pembahasan yang mendalam. Menurut (Lexy J. Moelong, n.d.), analisis isi dimaksudkan untuk memperbaiki prosedur-prosedur guna mencapai kesimpulan yang valid. Seperti yang dijelaskan oleh Moeloeng, menjelaskan teknik sebagai metode apapun yang dipakai untuk sampai pada kesimpulan dengan cara mengidentifikasi ciri-ciri pesan secara objektif dan teratur (Hardani, Nur Hikmatul Auliyah, Helmina Andriani, Roushandy Asri Fardani, Jumari Ustiawaty, Evi Fatmi Utami, 2020).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Profil Komunitas One Day One Juz

One Day One Juz memiliki badan hukum resmi dengan diterbitkannya akte Pendirian oleh Notaris Muhammad Ridha Nomor 01 Tanggal 02 Mei 2014 serta SK Kementrian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia Nomor AHU 00079.60.10.2014.

Visi dari komunitas ini adalah membudayakan membaca al Qur'an satu juz per hari dan kegiatan lain yang berkaitan dengan interaksi bersama al Qur'an.

Misi dari komunitas ini terdiri dari:

1. Menyebarluaskan One Day One Juz dengan mengoptimalkan seluruh sumber daya yang dimiliki.
2. Membentuk grup tilawah melalui media sosial dan berbagai macam media lainnya.
3. Melakukan kegiatan untuk menumbuhkan rasa memiliki perkumpulan yang bertanggungjawab, guna terciptanya rasa kebersamaan serta meningkatkan peranan, manfaat, fungsi dan mutu perkumpulan.
4. Mengadakan, memupuk, membina dan meningkatkan kerja sama dengan pihak manapun baik dengan perorangan, instansi, badan/lembaga dan organisasi lain, baik dalam maupun dari luar negeri yang mendukung asas, pedoman, sifat dan tujuan perkumpulan.
5. Melakukan usaha lain sepanjang tidak bertentangan dengan asas, pedoman, sifat dan tujuan perkumpulan.

Strategi Komunikasi Komunitas One Day One Juz

Sesuai pada Visi dan Misi nya dalam membudayakan membaca al Qur'an, strategi komunikasi yang diimplementasikan oleh Komunitas One Day One Juz dalam mendorong masyarakat Kota Medan untuk membaca Al Qur'an adalah serangkaian pendekatan yang beragam dan inovatif. Salah satu media komunikasi yang digunakan oleh komunitas *One Day One Juz* adalah melalui media sosial. Hal ini menjadi media utama yang digunakan oleh komunitas dalam menyebarluaskan informasi. Media sosial memegang peranan sentral dalam aktivitas sehari-hari Komunitas One Day One Juz (ODOJ). Para anggota ODOJ menggunakan aplikasi BBM dan WhatsApp untuk mengirimkan catatan harian tentang bacaan Al-Qur'an mereka. Selain kedua aplikasi tersebut, ODOJ juga memanfaatkan berbagai platform media sosial lainnya, termasuk Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, Google, serta akun yang ada di forum Kaskus dan Kompasiana. Seluruh platform ini menjadi sarana bagi ODOJ untuk berkomunikasi, berbagi informasi, dan menyebarkan pesan-pesan terkait kegiatan mereka (Haris, 2022).

One Day One Juz telah mendirikan sebuah situs web resmi yang aktif, menyajikan artikel-artikel dan informasi seputar kegiatan mereka. Mengakui pentingnya peran media sosial dalam struktur komunitas, One Day One Juz membentuk Divisi Media Sosial di bawah Departemen Promosi dan Humas. Divisi ini secara khusus bertanggung jawab mengelola seluruh platform media sosial yang dimiliki oleh One Day One Juz. Pasca pembentukan divisi ini, komunitas memilih platform media sosial mana yang akan menjadi saluran komunikasi utama mereka. Selain yang sudah digunakan seperti Facebook, Twitter, WhatsApp, BBM, dan situs web, One Day One Juz juga mulai memanfaatkan beberapa akun media sosial lainnya seiring dengan perkembangan mereka.

Berikutnya, pimpinan Divisi Media Sosial One Day One Juz mulai merekrut sejumlah admin untuk mengelola seluruh akun media sosial yang dimiliki oleh komunitas tersebut. Perekrutan ini mencakup admin untuk mengelola beragam platform seperti Facebook, Twitter, situs web, dan sebagainya. Selain itu, mereka juga mencari admin grup yang akan bertanggung jawab mengurusi grup-grup One Day One Juz di aplikasi WhatsApp dan BBM.

Untuk menjabat sebagai admin media sosial One Day One Juz, terdapat beberapa persyaratan yang harus dipenuhi:

1. Berstatus sebagai anggota One Day One Juz minimal selama 6 bulan terlibat dalam program komunitas.
2. Memiliki akun media sosial yang akan diurus sebagai admin.
3. Bersedia untuk secara aktif berkomunikasi melalui platform media sosial yang dikelola.
4. Menyediakan alokasi dana khusus dari keuangan pribadi.
5. Memiliki pemahaman yang mendalam tentang One Day One Juz, termasuk pengetahuan terkait konten yang dapat dan tidak dapat diposting.

Semua rencana komunikasi melalui media sosial yang telah dijelaskan sebelumnya disusun oleh Kepala Divisi Media Sosial dengan persetujuan Ketua Umum Komunitas One Day One Juz. Ini menegaskan bahwa One Day One Juz memiliki tujuan dan sasaran yang terdefinisi dengan baik dalam pemanfaatan media sosial dalam kegiatannya (Thareeq Akbar Perkasa & Rafinita Aditia, 2023).

Berdasarkan paparan diatas, dapat diketahui bahwa dalam penggunaan media sosial anggota komunitas dapat menyebarkan informasi-informasi menggunakan komunikasi persuasif untuk meyakinkan masyarakat atau elemen lainnya dalam menjalankan visi misi komunitas tersebut. Adapun hal yang dilakukan oleh komunitas dalam memanfaatkan media sosial antara lain:

1. Kampanye Edukasi Komunitas

   Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, One Day One Juz mengadakan kampanye edukasi yang berfokus pada pentingnya literasi Al Qur'an. Mereka menyediakan informasi tentang manfaat membaca Al Qur'an secara rutin dan memperkenalkan metode yang menarik dan efektif untuk membaca serta memahami isi Al Qur'an.
2. Acara Kelompok dan Diskusi

   Melalui pertemuan kelompok, diskusi, dan kelas yang terbuka, komunitas ini memberikan platform bagi masyarakat untuk berbagi pengalaman, pemahaman, serta memperdalam pengetahuan mereka tentang Al Qur'an. Diskusi-diskusi ini bertujuan untuk meningkatkan minat serta pemahaman akan keindahan dan nilai-nilai dalam Al Qur'an.
3. Kolaborasi dengan Lembaga Pendidikan dan Pemuda

   Kerjasama dengan lembaga pendidikan dan organisasi pemuda di Kota Medan menjadi strategi lain yang dilakukan oleh komunitas ini. Kolaborasi ini bertujuan untuk mengintegrasikan pembelajaran Al Qur'an dalam lingkungan pendidikan dan pemuda, sehingga literasi Al Qur'an menjadi bagian integral dari kegiatan mereka (Chrismardani, 2014).
4. Pemberian Dukungan dan Sumber Daya

   Komunitas ini juga memberikan dukungan serta sumber daya bagi individu atau kelompok yang ingin meningkatkan keterampilan membaca Al Qur'an. Mereka menyediakan materi-materi pembelajaran, bimbingan, serta sarana untuk memudahkan akses dan memperkuat komitmen membaca Al Qur'an.

Melalui berbagai strategi komunikasi yang holistik dan beragam ini, Komunitas One Day One Juz berupaya menciptakan lingkungan yang mendukung dan mendorong masyarakat Kota Medan untuk aktif dalam kegiatan membaca Al Qur'an.

Hambatan Komunikasi Komunitas One Day One Juz

Dalam upaya mendorong masyarakat Kota Medan untuk membaca Al-Qur'an, Komunitas One Day One Juz mengalami sejumlah hambatan dalam komunikasi. Permasalahan

tersebut menjadi krusial dalam konteks penelitian karena menghambat efektivitas upaya komunikasi yang dilakukan oleh komunitas ini.

Beberapa kendala yang dihadapi termasuk keterbatasan akses teknologi, di mana sebagian masyarakat tidak memiliki akses yang memadai ke platform digital yang digunakan oleh komunitas untuk program membaca Al-Qur'an, sehingga sulit bagi mereka untuk terlibat dalam program membaca Al-Qur'an melalui platform digital yang digunakan oleh komunitas. Selain itu, keterbatasan pendidikan juga menjadi faktor penghambat, dimana sebagian individu menghadapi kesulitan dalam membaca dan memahami Al-Qur'an karena keterbatasan pendidikan dan pemahaman terkait bahasa Arab serta tafsir Al-Qur'an.

Bagi sebagian masyarakat, kurangnya pemahaman akan pentingnya membaca Al-Qur'an secara rutin atau kurangnya minat dalam hal aktivitas literasi Al-Qur'an dapat menjadi hambatan. Selain itu, faktor-faktor lingkungan, seperti kesibukan dalam kehidupan sehari-hari atau tekanan sosial tertentu, juga dapat menjadi penghalang bagi masyarakat untuk meluangkan waktu membaca Al-Qur'an.

Selain itu, resistensi terhadap perubahan juga menjadi hambatan yang signifikan. Sebagian masyarakat mungkin enggan mengubah kebiasaan membaca Al-Qur'an mereka dan mengadopsi metode baru yang ditawarkan oleh Komunitas One Day One Juz. Kurangnya kesadaran atau minat serta kondisi sosial dan lingkungan juga menjadi faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan upaya mendorong literasi Al-Qur'an di kalangan masyarakat Kota Medan.

Melalui pemahaman mendalam tentang hambatan-hambatan ini, penelitian dapat mengidentifikasi solusi atau strategi komunikasi yang lebih efektif dan inklusif dalam rangka mengatasi kendala-kendala yang dihadapi oleh Komunitas One Day One Juz dalam misinya mendorong masyarakat membaca Al-Qur'an di Kota Medan.

PEMBAHASAN

Komunitas One Day One Juz (ODOJ) menerapkan berbagai strategi komunikasi untuk mencapai visinya dalam membudayakan membaca Al-Qur’an satu juz per hari. Strategi utama yang digunakan adalah memanfaatkan media sosial secara intensif, termasuk platform seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan YouTube, serta aplikasi komunikasi seperti WhatsApp dan BBM . Pendekatan ini sesuai dengan teori komunikasi persuasif yang menunjukkan bahwa informasi yang disebarkan melalui berbagai saluran dapat mempengaruhi sikap dan perilaku audien (Kotler, 1994). Kampanye edukasi yang dilakukan ODOJ bertujuan untuk meningkatkan literasi Al-Qur’an dengan menyediakan informasi tentang manfaat membaca Al-Qur’an dan metode efektif untuk memahami isinya. Acara kelompok dan diskusi yang diselenggarakan komunitas ini berfungsi untuk memperdalam pemahaman peserta dan meningkatkan rasa kebersamaan, sesuai dengan teori komunikasi interpersonal yang menekankan pentingnya interaksi langsung (Hafied Cangara, 2017).

Selain itu, ODOJ menjalin kolaborasi dengan lembaga pendidikan dan organisasi pemuda di Kota Medan, yang mendukung teori pengaruh sosial yang menyatakan bahwa kolaborasi dengan institusi kredibel dapat memperkuat pesan dan meningkatkan partisipasi (Utomo et al., 2023). Dukungan dan sumber daya yang diberikan kepada individu dan kelompok untuk meningkatkan keterampilan membaca Al-Qur’an juga mencerminkan prinsip dukungan sosial, yang menunjukkan bahwa bantuan dapat meningkatkan motivasi dan kesejahteraan. Namun, ODOJ menghadapi beberapa hambatan, termasuk keterbatasan akses teknologi yang dapat menghalangi partisipasi dalam program berbasis digital, sebagaimana

dijelaskan dalam teori *Digital Divide* (Mufidah et al., 2021). Keterbatasan pendidikan dan pemahaman juga menjadi kendala, yang bisa diatasi dengan strategi pendidikan yang inklusif sesuai dengan teori Pembelajaran Sosial (Nupus et al., 2023). Selain itu, kurangnya minat dan resistensi terhadap perubahan memerlukan pendekatan yang memotivasi dan mendukung perubahan kebiasaan, seperti yang diuraikan dalam teori Motivasi dan Perubahan Sosial (Deci et al., 2001). Dengan memahami dan mengatasi hambatan ini melalui teori-teori komunikasi, ODOJ dapat memperbaiki strategi mereka untuk lebih efektif dalam mendorong masyarakat Kota Medan untuk aktif membaca Al-Qur'an.

PENUTUP

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, penulis menarik kesimpulan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan komunitas One Day One Juz menggunakan teknik komunikasi persuasif yang bertujuan untuk mempengaruhi atau meyakinkan orang lain agar mengadopsi ide, pendapat, atau tindakan tertentu.

Selanjutnya, para anggota ODOJ menggunakan aplikasi BBM dan WhatsApp untuk mengirimkan catatan harian tentang bacaan Al-Qur'an mereka. Selain kedua aplikasi tersebut, ODOJ juga memanfaatkan berbagai platform media sosial lainnya, termasuk Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, Google, serta akun yang ada di forum Kaskus dan Kompasiana. Seluruh platform ini menjadi sarana bagi ODOJ untuk berkomunikasi, berbagi informasi, dan menyebarkan pesan-pesan terkait kegiatan mereka.

Program yang dilakukan oleh komunitas melalui media sosial antara lain, mengadakan kampanye edukasi yang berfokus pada pentingnya literasi Al Qur'an. Mereka menyediakan informasi tentang manfaat membaca Al Qur'an secara rutin dan memperkenalkan metode yang menarik dan efektif untuk membaca serta memahami isi Al Qur'an. Melakukan kerjasama dengan lembaga pendidikan dan organisasi pemuda di Kota Medan menjadi strategi lain yang dilakukan oleh komunitas ini. Selanjutnya, memberikan dukungan serta sumber daya bagi individu atau kelompok yang ingin meningkatkan keterampilan membaca Al Qur'an

REFERENSI

Chrismardani, Y. (2014). KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU : IMPLEMENTASI UNTUK UMKM. *Neo-Bis*, *8*(2). https://doi.org/10.21107/NBS.V8I2.472

Creswell, J. W. (2020). Penelitian Kualitatif & Desain Riset : Memilih di Antara Lima Pendekatan. In *Mycological Research*.

Deci, E. L., Koestner, R., & Ryan, R. M. (2001). Extrinsic rewards and intrinsic motivation in education: Reconsidered once again. In *Review of Educational Research* (Vol. 71, Issue 1). https://doi.org/10.3102/00346543071001001

Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *HUMANIKA*, *21*(1). https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075

Hafied Cangara. (2017). Perencanaan & strategi komunikasi / Prof.H. Hafied Cangara, M. Sc., Ph.D. *Perpustakan Nasional RI*.

Hardani, Nur Hikmatul Auliyah, Helmina Andriani, Roushandy Asri Fardani, Jumari Ustiawaty, Evi Fatmi Utami, D. J. S. & R. R. I. (2020). Buku Metode Penelitian Kualitatif dan Kualitatif. In *Repository.Uinsu.Ac.Id* (Issue April).

Haris, A. (2022). Strategi Komunikasi Politik Interaktif di Era Virtualitas. *Jurnal Publik Reform*, *9*((1)).

Isnaini, W., Dewi, E., & Fitri, H. A. (2022). Perancangan Kampanye Digital Edukasi Duta Vaksin Covid 19 Untuk Mahasiswa. *REKA KARYA: Jurnal Pengabdian …*, *1*.

Kotler, P. (1994). Reconceptualizing marketing: An interview with Philip Kotler. *European Management Journal*, *12*(4). https://doi.org/10.1016/0263-2373(94)90021-3

Lexy J. Moelong. (n.d.). *Metodologi Penelitian Kualitatif*.

Martin, A., & Maulida, D. (2022). STRATEGI KOMUNIKASI DINAS SOSIAL DALAM USAHA PEMBERDAYAANMASYARAKAT BERKEBUTUHAN DI KABUPATEN NAGAN RAYA. *Jurnal Inovasi Penelitian*, *3*(4).

Mufidah, A. N., Syafaq, H., & Yudha, A. T. R. C. (2021). INTEGRATED ECONOMIC EMPOWERMENT: EVIDENCE IN THE RELIGIOUS AREA OF GUSDUR'S TOMB. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, *8*(6). https://doi.org/10.20473/vol8iss20216pp785-796

Nupus, D., Hasbiyallah, & Tarsono. (2023). Teori Belajar Sosial Kognitif Albert Bandura dalam Pembelajaran Pendidikan Agama Islam. *Geneologi PAI: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, *10*(1). https://doi.org/10.32678/geneologipai.v10i1.8415

Patria, G., & Meldisia, F. (2022). Pelaksanaan Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui Media Instagram (Studi Pada Pawonputri_tgr). *Prosiding Seminar Nasional Hukum, Bisnis, Sains Dan Teknologi*, *2*(1).

Sari, K. P., & Mahariah, M. (2023). Literasi Al-Quran di Sekolah : Program Akselerasi Peningkatan Kemampuan Siswa Membaca Al-Quran. *EduInovasi: Journal of Basic Educational Studies*, *3*(2). https://doi.org/10.47467/edui.v3i2.5074

Sihombing, M. R. F., & Alfurqan, A. (2021). Penggunaan Media Audio Visual dalam Meningkatkan Kemampuan Membaca Alquran. *An-Nuha*, *1*(4). https://doi.org/10.24036/annuha.v1i4.143

Thareeq Akbar Perkasa, & Rafinita Aditia. (2023). Strategi Komunikasi Kepemimpinan : Suatu Tinjauan Teoritis. *Journal of Student Research*, *1*(2). https://doi.org/10.55606/jsr.v1i2.1042

Utomo, A. G., Emilio, K. R., & Hasanah, N. S. A. (2023). Implementasi Prinsip Persuasif Robert Cialdini dalam Figur Rasulullah SAW. *Warta ISKI*, *6*(2). https://doi.org/10.25008/wartaiski.v6i2.204

Velasufah, W., & Nasriva, W. (2022). Indeks Literasi Al-Quran di Indonesia. *Thesiscommons*, *7*(1).

Zein, A. (2021). *PROGRAM LITERASI AL QURAN DI SEKOLAH (STUDI KASUS DI SD ISLAM AL-AMJAD KOTA MEDAN*. *05*(September), 224–241.