



**KREATIVITAS KOMUNIKASI PERSUASI DEWAN KEMAKMURAN
MASJID DALAM MEMBANGUN KEPERCAYAAN MASYARAKAT
GUNA IMPLEMENTASI PROGRAM IBADAH GHAIRU MAHDHA
(Studi Kasus Pada DKM Masjid Raya Usuwatun Hasanah di Daan Mogot,
Cengkareng, Jakarta Barat Tahun 2024)**

TESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan
Program Studi Magister Ilmu Komunikasi

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**OLEH
FIRDHA NURBAITI
55223110003**

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2025**



**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS

Nama Lengkap : Firdha Nurbaiti
NIM : 55223110003
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Konsentrasi : Korporate Komunikasi & Komunikasi Pemasaran
Judul Karya Akhir/Tesis : Kreativitas Komunikasi Persuasi Dewan Kemakmuran
Masjid Dalam Membangun Kepercayaan Masyarakat
Guna Implementasi Program Ibadah Ghairu Mahdha
(Studi Kasus Pada DKM Masjid Raya Usuwatun
Hasanah Di Daan Mogot, Cengkareng, Jakarta Barat
Tahun 2024)

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 16 Juli 2024

Dosen Pembimbing

(Dr. Rosmawaty Hilderiah Pandjaitan, S.Sos., M.T)

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS

Judul : Kreativitas Komunikasi Persuasi Dewan Kemakmuran
Masjid dalam Membangun Kepercayaan Masyarakat
Guna Implementasi Program Ibadah Ghairu Mahdha
(Studi Kasus Pada DKM Masjid Raya Usuwatun Hasanah
Di Daan Mogot, Cengkareng, Jakarta Barat Tahun 2024)

Nama : Firdha Nurbaiti

NIM : 55223110003

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Korporate Komunikasi & Komunikasi Pemasaran

Tanggal : 16 Juli 2025

Jakarta, 16 Juli 2025

Mengetahui,

1. Ketua Sidang :
(Dr. Heri Budianto, M Si)
2. Penguji Ahli :
(Dr. Afdal Makkuraga Putra, M.Si)
3. Pembimbing :
(Dr. Rosmawaty Hilderiah Pandjaitan, S.Sos., M.T)

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS

Judul : Kreativitas Komunikasi Persuasi Dewan Kemakmuran
Masjid Dalam Membangun Kepercayaan Masyarakat
Guna Implementasi Program Ibadah Ghairu Mahdha
(Studi Kasus Pada DKM Masjid Raya Usuwatun Hasanah
Di Daan Mogot, Cengkareng, Jakarta Barat Tahun 2024)

Nama : Firdha Nurbaiti

NIM : 55223110003

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

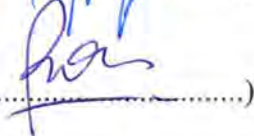
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Korporate Komunikasi & Komunikasi Pemasaran

Tanggal : 16 Juli 2025

Jakarta, 16 Juli 2025

Mengetahui,

1. Ketua Sidang :
(Dr. Heri Budianto, M Si) 
2. Penguji Ahli :
(Dr. Afdal Makkuraga Putra, M.Si) 
3. Pembimbing :
(Dr. Rosmawaty Hilderiah Pandjaitan, S.Sos., M.T) 

PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

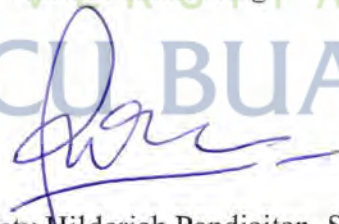
LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Nama Lengkap : Firdha Nurbaiti
NIM : 55223110003
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)
Kosentrasi : Komunikasi Korporate & Komunikasi Pemasaran
Judul Karya Akhir/Tesis : Kreativitas Komunikasi Persuasi Dewan Kemakmuran
Masjid Dalam Membangun Kepercayaan Masyarakat
Guna Implementasi Program Ibadah Ghairu Mahdha
(Studi Kasus Pada DKM Masjid Raya Usuwatun
Hasanah Di Daan Mogot, Cengkareng, Jakarta Barat
Tahun 2024)

Jakarta, 16 Juli 2025

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Dosen Pembimbing



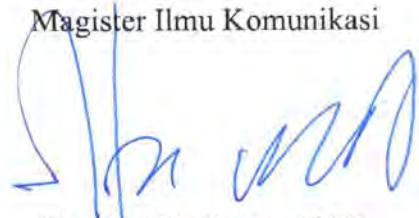
(Dr. Rosmawaty Hilderiah Pandjaitan, S.Sos., M.T)

Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

Ketua Program Studi
Magister Ilmu Komunikasi



(Dr. Heri Budianto, M Si)

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Firdha Nurbaiti
NIM : 55223110003
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Korporate Komunikasi & Komunikasi Pemasaran

Dengan judul “Kreativitas Komunikasi Persuasi Dewan Kemakmuran Masjid Dalam Membangun Kepercayaan Masyarakat Guna Implementasi Program Ibadah Ghairu Mahdha (Studi Kasus Pada DKM Masjid Raya Uuswatun Hasanah di Daan Mogot, Cengkareng, Jakarta Barat Tahun 2024)” telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 23 Juni 2025 didapatkan nilai persentase sebesar 13%



Jakarta, 23 Juni 2025
Administrator Turnitin

Aulia Rahman, S.Ikom

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

Judul : Kreativitas Komunikasi Persuasi Dewan Kemakmuran Masjid Dalam
Membangun Kepercayaan Masyarakat Guna Implementasi Program Ibadah
Ghairu Mahdha (Studi Kasus Pada DKM Masjid Raya Usuwatun Hasanah
Di Daan Mogot, Cengkareng, Jakarta Barat Tahun 2024)

Nama : Firdha Nurbaiti

N I M : 55223110003

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Tanggal : 16 Juli 2025

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 16 Juli 2025



(Firdha Nurbaiti)

ABSTRAK

Tidak mudah membangun kepercayaan masyarakat untuk berpartisipasi dalam program sosial berbasis agama yang tidak memberi keuntungan finansial langsung bukanlah hal mudah. Berdasarkan data Kementerian Agama 2024, terdapat 299.692 masjid di Indonesia dengan fungsi yang kini berkembang, tidak hanya sebagai tempat ibadah, tetapi juga pusat kegiatan sosial. Salah satunya adalah Program Ibadah Ghairu Mahdha yang dijalankan oleh DKM Masjid Raya Usuwatun Hasanah, Jakarta Barat. Agar program ini berhasil, dibutuhkan dukungan masyarakat yang hanya bisa diraih melalui komunikasi persuasif yang efektif. Penelitian ini bertujuan dapat menjelaskan serta menggambarkan: “apa dan bagaimana” bentuk kreativitas komunikasi persuasi Dewan Kemakmuran Masjid dalam membangun kepercayaan masyarakat guna implementasi program Ibadah Ghairu Mahdha pada Masjid Raya Usuwatun Hasanah di Daan Mogot, Cengkareng, Jakarta Barat Tahun 2024, dan mengapa demikian. Penelitian kualitatif dengan paradigma konstruktivis, metode studi kasus eksploratif, dan teori yang digunakan meliputi Pemeliharaan Hubungan, Interaksi Adaptasi, dan Computer Mediated Communication (CMC). Data dikumpulkan melalui wawancara semi-terstruktur dan observasi terhadap 10 informan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bentuk kreativitas komunikasi persuasi DKM mencakup transparansi laporan dana setiap Jumat, sikap inklusif tanpa diskriminasi sosial, serta pelibatan masyarakat dalam perencanaan dan pelaksanaan program seperti khitanan, nikah gratis, dan panen sayur subuh. DKM juga memanfaatkan media digital seperti media sosial dan live streaming untuk menjangkau jamaah lebih luas. Komunikasi dilakukan secara jujur, terbuka, dan amanah, mencerminkan prinsip interaksi adaptif. Hambatan utama yang dihadapi adalah pergantian pengurus DKM yang mengganggu kesinambungan program akibat kurangnya edukasi dan adaptasi. Temuan ini memberi kontribusi terhadap pengembangan ilmu komunikasi sosial berbasis keagamaan dan dapat menjadi acuan praktis bagi DKM lain dalam merancang strategi persuasi yang efektif untuk program sosial masjid.

Kata Kunci; Komunikasi Persuasi, Kreativitas Komunikasi, Dewan Kemakmuran Masjid, Program Ibadah Ghairu Mahdha

ABSTRACT

Building public trust to participate in faith-based social programs that do not offer direct financial benefits is not an easy task. According to data from the Ministry of Religious Affairs in 2024, there are 299,692 mosques in Indonesia, whose functions have now evolved beyond places of worship to also serve as centers for social activities. One such initiative is the Ghairu Mahdha Worship Program implemented by the Mosque Prosperity Council (DKM) of the Usuwatun Hasanah Grand Mosque in West Jakarta. For this program to succeed, strong public support is required support that can only be obtained through effective persuasive communication. This study aims to explain and describe the “what” and “how” of the creative forms of persuasive communication used by the Mosque Prosperity Council to build public trust for the implementation of the Ghairu Mahdha Worship Program at Usuwatun Hasanah Grand Mosque, Daan Mogot, Cengkareng, West Jakarta in 2024, and also to examine the underlying reasons. This is a qualitative study using a constructivist paradigm and an exploratory case study method. Theories applied include Relationship Maintenance, Interaction Adaptation, and Computer Mediated Communication (CMC). Data were collected through semi-structured interviews and observations involving 10 informants. The findings show that the DKM’s creative forms of persuasive communication include transparent financial reporting every Friday, inclusive behavior without social discrimination, and the active involvement of the community in the planning and implementation of programs such as mass circumcision, free weddings, and dawn vegetable harvests. The DKM also utilizes digital media such as social media platforms and live streaming to reach a wider congregation. Communication is carried out honestly, openly, and with integrity, reflecting the principles of adaptive interaction. The main obstacle identified is the turnover of DKM administrators, which disrupts program continuity due to a lack of education and adaptation. These findings contribute to the development of religious-based social communication studies and serve as a practical reference for other mosque councils in designing effective persuasive strategies for mosque-based social programs.

Keywords; *Persuasive Communication, Communication Creativity, Mosque Prosperity Council, Ghairu Mahdha Worship Program*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, atas rahmat dan hidayah-Nya, saya sebagai peneliti dapat menyelesaikan tesis yang berjudul **“Kreativitas Komunikasi Persuasi Dewan Kemakmuran Masjid Dalam Membangun Kepercayaan Masyarakat Guna Implementasi Program Ibadah Ghairu Mahdha (Studi Kasus Pada Dkm Masjid Raya Usuwatun Hasanah Di Daan Mogot, Cengkareng, Jakarta Barat Tahun 2024)”**. Tujuan penulisan tesis ini disusun sebagai syarat dalam kelulusan Program Studi Magister Ilmu Komunikasi di Universitas Mercu Buana Jakarta.

Di dalam proses penelitian tesis ini, peneliti banyak mendapatkan bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak sehingga penelitian ini dapat selesai tepat waktu sesuai yang diharapkan. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

- 1) Ibu Dr. Rosmawaty Hilderiah Pandjaitan, S.Sos.,M.T. selaku dosen pembimbing yang atas arahan dan masukannya selama proses bimbingan selalu memberikan insight yang mendalam bagi penulis dalam menyelesaikan tesis.
- 2) Bapak Dr. Afdal Makkuraga Putra, M.Si., selaku Dosen Penelaah, Dosen Penguji serta Sekretaris Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana terima kasih atas masukan dan dukungannya
- 3) Bapak Dr. Heri Budianto, M.Si., selaku Dosen *Writing Course*, Ketua Sidang dan Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta yang telah memberikan arahan hingga masukan ketika pelaksanaan sidang akhir tesis
- 4) Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.
- 5) Kedua orang tua saya yang telah membesarkan dan membimbing dengan cinta dan kasih sayang, memberi motivasi dan dukungan kepada saya.
- 6) Seluruh pihak Informan Utama Dewan Kemakmuran Masjid Raya Usuwatun Hasanah. Bapak H. Warsito,S.H.,M.H., dan Bapak H. Nurhadi M Musawwir, S.H., M.M.,M.B.A terima kasih banyak karena telah bersedia dan meluangkan waktu dan membantu penulis dalam menyelesaikan tesis ini.
- 7) Rekan-rekan seperjuangan Magister Ilmu Komunikasi Angkatan 43 yang sudah saling support dan berjuang bersama-sama.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan karena keterbatasan ilmu yang dimiliki. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan saran dan arahan yang membangun dari Dosen pembimbing, Apabila dalam prosesnya peneliti memiliki kesalahan dan kekhilafan, mohon dibukakan pintu maaf dan semoga penelitian ini dapat bermanfaat untuk orang banyak.

Jakarta, 24 Mei 2025

Peneliti

Firdha Nurbaiti



DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS	i
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS	iii
LEMBAR PENGESAHAN TESIS	iv
PERNYATAAN <i>SIMILARITY CHECK</i>.....	v
PERNYATAAN	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Fokus Penelitian.....	6
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....	9
2.1. Penelitian Terdahulu.....	9
2.2. Landasan Teori.....	43
2.2.1. Teori Pemeliharaan Hubungan.....	43
2.2.2. Teori Interaksi Adaptasi.....	44
2.2.3. Teori Computer Mediated Communication	45
2.3. Landasan Konseptual.....	46
2.3.1. Komunikasi Sosial.....	46
2.3.2. Komunikasi Persuasi.....	47
2.3.3. Kreativitas Komunikasi Persuasi	50
2.3.4. Membangun Kepercayaan Masyarakat Perkotaan	51
2.3.5. Dewan Kemakmuran Masjid	52
2.3.6. Ibadah Ghairu Mahdha dan Implementasi	
Programnya di Kawasan Perkotaan.....	53
2.4. Kerangka Penelitian.....	55
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	56
3.1. Paradigma Penelitian.....	56
3.2. Jenis Penelitian.....	57
3.3. Metode Penelitian.....	57
3.4. Objek Penelitian.....	58
3.5. Subjek Penelitian.....	59
3.6. Jenis Data, Sumber Data, dan Teknik Pengumpulan Data	60
3.6.1. Data Primer.....	60
3.6.2. Data Sekunder.....	61
3.7. Teknik Analisa Data.....	62
3.8. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	64

BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	65
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	65
4.1.1.	Gambaran Umum Dewan Kemakmuran Masjid di Masjid Raya Usuwatun Hasanah, Daan Mogot, Cengkareng Jakarta Barat.....	65
4.1.2.	Gambaran Umum Program Ibadah Ghairu Mahdha.....	66
4.1.2.1.	Program Khitanan Gratis.....	66
4.1.2.2.	Program Nikah Gratis.....	67
4.1.2.3.	Program Iftar Senin dan Kamis Gratis.....	68
4.1.2.4.	Program Bekam Gratis.....	68
4.1.2.5.	Program Warung Umat Gratis.....	69
4.1.2.6.	Program Sayur Subuh Gratis.....	70
4.1.2.7.	Program Sedekah Sandang Gratis.....	71
4.1.2.8.	Program Rumah Musafir.....	71
4.2.	Gambaran Informan.....	72
4.3.	Hasil Penelitian.....	76
4.3.1.	Bentuk Kreativitas Komunikasi Persuasi DKM Masjid Raya Usuwatun Hasanah Dalam Membangun Kepercayaan Masyarakat Guna Implementasi Program Ibadah Ghairu Mahdha Tahun 2024.....	76
4.3.2.	Hambatan Kreativitas Komunikasi Persuasi DKM Masjid Raya Usuwatun Hasanah Dalam Membangun Kepercayaan Masyarakat Guna Implementasi Program Ibadah Ghairu Mahdha Tahun 2024.....	96
4.4.	Pembahasan.....	102
4.4.1.	Bentuk Kreativitas Komunikasi Persuasi DKM Masjid Raya Usuwatun Hasanah Dalam Membangun Kepercayaan Masyarakat Guna Implementasi Program Ibadah Ghairu Mahdha Tahun 2024.....	102
4.4.2.	Hambatan Kreativitas Komunikasi Persuasi DKM Masjid Raya Usuwatun Hasanah Dalam Membangun Kepercayaan Masyarakat Guna Implementasi Program Ibadah Ghairu Mahdha Tahun 2024.....	118
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	128
5.1.	Kesimpulan.....	128
5.2.	Saran.....	131
	DAFTAR PUSTAKA.....	133
	LAMPIRAN.....	137

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Standarisasi Masjid Raya Usuwatun Hasanah Tahun 2024.....	3
Tabel 1.2	Daftar Kegiatan Sosial Masjid Raya Usuwatun Hasanah di Daan Mogot.....	4
Tabel 2.1	Review Penelitian Terdahulu Sejenis.....	27
Tabel 3.1	Matriks Objek Penelitian.....	58
Tabel 3.2	Matriks Informan Penelitian.....	60
Tabel 3.3	Jenis Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	62
Tabel 4.1	Kreativitas Pembentukan Program Ibadah Ghairu Mahdha.....	80
Tabel 4.2	Komunikasi Persuasi DKM Masjid Raya Usuwatun Hasanah...	85
Tabel 4.3	Cara Pemeliharaan Hubungan DKM Masjid Raya Usuwatun Hasanah.....	91
Tabel 4.4	Cara Komunikasi DKM Masjid Raya Usuwatun Hasanah Dalam Menyampaikan Program Ibadah Ghairu Mahdha Guna Membangun Kepercayaan Masyarakat.....	95
Tabel 4.5	Hambatan Kreativitas Komunikasi Persuasi DKM Masjid Raya Usuwatun Hasanah.....	101
Tabel 4.6	Cara Pemeliharaan Hubungan DKM Masjid Raya Usuwatun Hasanah Guna Membangun Kepercayaan Masyarakat Untuk Implementasi Program Ibadah Ghairu Mahdha (Tahun 2024)...	103
Tabel 4.7	Cara Interaksi Adaptasi DKM Masjid Raya Usuwatun Hasanah Guna Membangun Kepercayaan Masyarakat Untuk Implementasi Program Ibadah Ghairu Mahdha (Tahun 2024)...	107
Tabel 4.8	Cara CMC DKM Masjid Raya Usuwatun Hasanah Guna Membangun Kepercayaan Masyarakat Untuk Implementasi Program Ibadah Ghairu Mahdha (Tahun 2024).....	110
Tabel 4.9	Cara Komunikasi Sosial DKM Masjid Raya Usuwatun Hasanah Guna Membangun Kepercayaan Masyarakat Untuk Implementasi Program Ibadah Ghairu Mahdha (Tahun 2024)...	112
Tabel 4.10	Cara Komunikasi Persuasi DKM Masjid Raya Usuwatun Hasanah Guna Membangun Kepercayaan Masyarakat Untuk Implementasi Program Ibadah Ghairu Mahdha (Tahun 2024)...	116
Tabel 4.11	Kreativitas Komunikasi Persuasi DKM Masjid Raya Usuwatun Hasanah Guna Membangun Kepercayaan Masyarakat Untuk Implementasi Program Ibadah Ghairu Mahdha (Tahun 2024)...	118
Tabel 4.12	Hambatan Kreativitas Komunikasi Persuasi DKM Masjid Raya Usuwatun Hasanah Guna Membangun Kepercayaan Masyarakat Untuk Implementasi Program Ibadah Ghairu Mahdha (Tahun 2024).....	122
Tabel 4.13	Kreativitas Komunikasi Persuasi DKM Masjid Raya Usuwatun Hasanah Guna Membangun Kepercayaan Masyarakat Untuk Implementasi Program Ibadah Ghairu Mahdha (Tahun 2024)...	124
Tabel 4.14	Hambatan Komunikasi Persuasi DKM Masjid Raya Usuwatun Hasanah Guna Membangun Kepercayaan Masyarakat Untuk Implementasi Program Ibadah Ghairu Mahdha (Tahun 2024)...	125

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Jumlah Masjid di Indonesia Menurut Jenisnya	1
Gambar 2.1	Model Komunikasi Wilbur Schram.....	48
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran.....	55
Gambar 3.1	Tahap Analisa Data.....	63
Gambar 4.1	Masjid Raya Usuwatun Hasanah Cengkareng Jakarta Barat.....	65
Gambar 4.2	Struktur Organisasi Dewan Kemakmuran Masjid Masjid Raya Usuwatun Hasanah	66
Gambar 4.3	Program Khitanan Gratis.....	67
Gambar 4.4	Program Nikah Gratis.....	67
Gambar 4.5	Program Iftar Senin dan Kamis Gratis	68
Gambar 4.6	Program Bekam Gratis.....	69
Gambar 4.7	Program Warung Umat Gratis.....	70
Gambar 4.8	Program Panen Sayur Subuh Gratis.....	70
Gambar 4.9	Program Sedekah Sandang Gratis.....	71
Gambar 4.10	Program Rumah Musafir	72
Gambar 4.11	Program Ibadah Ghairu Mahdha.....	105
Gambar 4.12	Siaran Langsung Program Pengajian.....	108
Gambar 4.13	Publikasi Program di Media Sosial.....	109
Gambar 4.14	Model Kreativitas Komunikasi Persuasi DKM Masjid.....	127



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Dokumentasi Wawancara.....	137
Lampiran 2	Transkrip Wawancara.....	139
Lampiran 3	<i>Similarity Check</i>	160
Lampiran 4	Surat Keterangan Penelitian	164
Lampiran 5	Data Mahasiswa.....	165
Lampiran 6	LoA Publish Jurnal.....	166
Lampiran 7	Jurnal Publish.....	167

