

**STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM MENJALANKAN MISI
KRISTEN KEPADA ANAK MUDA OLEH *THE MESSENGER*
COMMUNITY**

CILTHY SONDAKH

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi persuasif yang digunakan oleh *The Messenger Community* (TMCom) dalam melaksanakan misi Kristen kepada anak muda. Dalam konteks tantangan zaman modern dan minimnya partisipasi generasi muda dalam kehidupan pelayanan TMCom hadir sebagai komunitas yang menjangkau anak-anak muda dari berbagai latar belakang melalui pendekatan yang inklusif dan relevan. Menggunakan pendekatan, data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa TMCom menerapkan strategi komunikasi persuasif yang bersifat personal dan kontekstual, dengan menyesuaikan pesan dan metode komunikasi sesuai kebutuhan dan karakteristik generasi muda. Strategi ini mencakup *sharing/mentoring*, *circle of spirit*, *youth conference*, dan penggunaan media sosial. Meskipun terjadi peningkatan jumlah anggota, keterlibatan aktif mereka dalam pelayanan masih menjadi tantangan. Faktor yang mendukung keberhasilan strategi ini antara lain adalah konten yang relevan, pendekatan yang tidak menggurui, serta suasana komunitas yang hangat dan mendukung.

Penelitian ini menegaskan pentingnya pemahaman terhadap teori komunikasi persuasif, seperti *Elaboration Likelihood Model* (ELM), dalam merancang strategi komunikasi yang efektif. Hasilnya diharapkan dapat menjadi referensi bagi komunitas Kristen yang ada.

Kata kunci: **Komunikasi persuasif, Misi Kristen, Anak muda, TMCom, *Elaboration Likelihood Model***

**PERSUASIVE COMMUNICATION STRATEGIES IN CARRYING OUT
CHRISTIAN MISSION TO YOUNG PEOPLE BY THE MESSENGER
COMMUNITY**

CILTHY SONDAKH

ABSTRACT

This research aims to analyze the persuasive communication strategies used by The Messenger Community (TMCom) in carrying out the Christian mission to young people. In the context of the challenges of modern times and the younger generation's limited participation in ministry life, TMCom exists as a community that reaches out to young people from diverse backgrounds through an inclusive and relevant approach. Using this approach, data were collected through interviews, observation, and documentation.

The results show that TMCom employs persuasive communication strategies that are personalized and contextualized, adjusting messages and communication methods to meet the needs and characteristics of the younger generation. These strategies include sharing/mentoring, circle of spirit, youth conference, and the use of social media. Despite an increase in the number of members, their active involvement in the ministry remains a challenge. Factors that support the success of this strategy include relevant content, a non-patronizing approach, and a warm and supportive community atmosphere.

This research emphasizes the importance of understanding persuasive communication theories, such as the Elaboration Likelihood Model (ELM), in designing effective communication strategies. The results are expected to serve as a reference for existing Christian communities.

Keywords: Persuasive communication, Christian mission, Youth, TMCom, Elaboration Likelihood Model