

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORI

2.1 Tinjauan Pusataka

Penelitian terkait dengan strategi komunikasi sudah banyak dilakukan oleh peneliti. Diantaranya oleh, A Lukman Hakim tahun 2018 dengan judul “Strategi Komunikasi Lintas Agama FKUB Surabaya dalam Menangani Konflik”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi perencanaan komunikasi lintas agama FKUB Kota Surabaya sebelum menangani konflik dan strategi tindakan komunikasi lintas agama FKUB Kota Surabaya saat menangani konflik. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan fenomenologi yakni memberikan fakta dan data tentang strategi komunikasi lintas agama FKUB Surabaya dalam menangani konflik, data yang didapat akan di analisis menggunakan Teknik analisis Miles dan Huberman. Sedangkan hasil dari penelitian ini adalah proses penyelesaian konflik yang dilakukan FLUB Kota Surabaya diawali dengan perencanaan langkah strategis dengan musyawarah internal antar pengurus untuk membahas tindakan terbaik yang dilakukan untuk menindaklanjuti rencana jangka pendek, menengah dan panjang. Kemudian, terdapat beberapa langkah untuk penanganan konflik yang dilakukan, pertama yakni koordinasi dengan pemerintah, kedua menjalin komunikasi dan pendekatan kepada pihak yang terlibat konflik, jika tidak menemukan solusi baru melakukan langkah rekonsiliasi dengan pendekatan pada organisasi keagamaan dan tokoh agama setempat, pendekatan kultural pemahaman keagamaan, kebangsaan dan pendekatan sosialisasi pada aturan, yang ketiga adalah melakukan pembinaan setelah konflik dengan memberikan penyuluhan dan bimbingan hidup rukun kepada masyarakat, memperkuat silaturahmi, berdialog ilmiah secara rutin dengan pemuda, pemuka agama, dan membentuk kerjasama antar umat beragama. Persamaan

penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan adalah pada objek nya yakni strategi komunikasi, dan perbedaannya terletak pada objek dan tujuan, penelitian yang akan dilakukan memiliki subjek penelitian pada takmir Masjid Jogokariyan Yogyakarta dan tujuan penelitian adalah untuk mengetahui strategi komunikasi takmir pada masyarakat dalam meningkatkan kesadaran sholat berjamaah di masjid¹.

Penelitian selanjutnya adalah milik M. Hafidz Hasan tahun 2018. Judul penelitian ini adalah “Strategi Komunikasi Dakwah Partisipatif Pada Komunitas FSRMM Riau Pada Generasi Muda Masyarakat Pekanbaru Riau”. Penelitian ini memiliki tujuan untuk melihat strategi komunikasi dakwah partisipatif dengan sasaran nya generasi muda yang telah memanfaatkan media sosial sebagai pedoman utama dalam mencari informasi yang dibutuhkan dalam dunia dakwah. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan menghadirkan informasi yang akurat dan gambaran komunitas yang dijadikan objek penelitian. Teknik memilih narasumber yakni menggunakan *Purposive Sapling* dengan wawancara mendalam pada narasumber seperti sasaran dakwah dan aktifi komunitas. Hasil dari penelitian ini adalah menunjukkan bahwa strategi komunikasi dakwah partisipatif sangat berpengaruh dalam mendidik generasi muda melalui penyampaian dakwah dengan kreatif dan inovatif, strategi penyebaran dakwah ini berkaitan dengan penyebaran pesan-pesan dakwah yang dilandasi Al-Qur’an dan Hadits, dengan perencanaan strategi komunikasi dakwah partisipatif yang mengedepankan kerja sama serta kekompakan, maka akan membentuk penerapan strategi dakwah yang lancar, selanjutnya pemanfaatan media sosial dapat dijadikan sebagai langkah pemersatu umat agar tetap berada dalam jalan Allah SWT serta membuktikan kepada dunia bahwa Islam merupakan agama yang *Rahmatan Lil ‘Alamin*. Persamaan penelitian ini

¹ A Lukman Hakim. 2018. “*Strategi Komunikasi Lintas Agama FKUB Surabaya dalam Menangani Konflik*”. E-Journal Agama, Sosial dan Budaya Institut Pesantren KH Abdul Chalim Mojokerto. Vol 1 No. 1.

dengan penelitian yang akan dilakukan adalah pada objek nya yakni strategi komunikasi, namun perbedaannya penelitian yang akan dilakukan adalah strategi komunikasi yang akan diterapkan pada masyarakat dalam melakukan sholat berjamaah dengan studi deskriptif Masjid Jogokariyan.²

Penelitian ketiga dilakukan oleh Siti Undriyati pada tahun 2015. Dengan judul penelitian “Strategi Dakwah bil hal di Masjid Jami’ Asholikhin Bringin Ngaliyan”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi dakwah bil hal dan faktor pendukung yang dilakukan oleh takmir masjid Asholikhin Bringin Timur Tambak Aji Ngaliyan Semarang. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi kemudian di analisis dengan reduksi, penyajian data dan verifikasi. Hasil dari penelitian ini adalah strategi dakwah yang dilakukan oleh takmir Masjid Asholikhin dilakukan dengan melakukan kegiatan sosial seperti santunan anak, bantuan kepada fakir miskin khitan massal, Pendidikan, dan bakti sosial. Dalam melakukan kegiatannya, dimulai dengan perencanaan, pengawasan dan pendanaan yang berasal dari masyarakat, donator, dan zakat. Sedangkan, faktor pendukung dakwah nya adalah berasal dari pola kepemimpinan yang karismatik dan amanah. Persamaan penelitian ini adalah terletak pada metode penelitiannya yakni dengan kualitatif dan teknik pengumpul data wawancara, observasi, dan dokumentasi. Sedangkan, perbedaannya adalah terletak pada tujuan penelitiannya, dimana penelitian yang akan dilakukan memiliki tujuan untuk mengetahui strategi komunikasi untuk menyadarkan sholat berjamaah pada masyarakat untuk diterapkan oleh masjid-masjid lain di Indonesia.³

² M Hafidz Hasan. 2018. “*Strategi Komunikasi Dakwah Partisipan Pada Komunitas FSRMM Riau pada Generasi Muda Masyarakat Pekanbaru Riau*”. Skripsi. Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Rudy Al Hana pada tahun 2011 dengan judul “Strategi Dakwah Kultural Pengurus Wilayah Muhammadiyah Jawa Timur”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui konsep dakwah kultural menurut pengurus Wilayah Muhammadiyah Provinsi Jawa Timur dan untuk mengetahui strategi dakwah kultural yang dikembangkan Pengurus Wilayah Muhammadiyah Provinsi Jawa Timur. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif-eksploratif dengan menekankan masalah-masalah sosiologis. Untuk teknik pengumpulan data menggunakan wawancara mendalam, observasi partisipan, dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi dakwah kultural yang dikembangkan oleh Pengurus Wilayah Muhammadiyah Jawa Timur adalah mencoba memahami potensi dan kecenderungan manusia sebagai makhluk budaya, karena hal tersebut tidak lepas dari peranan kearifan lokal yang menjadi realitas budaya pada masyarakat Indonesia. Apalagi Indonesia mempunyai beragam suku budaya. Bukan berarti dakwah kultural membenarkan atau melestarikan hal-hal yang bersifat syirik, bidah, tahayul, dan khurafat, akan tetapi cara menyikapi dan memahaminya menggunakan kacamata atau pendekatan dakwah. Persamaan penelitian ini terletak pada teknik pengumpulan data, yaitu dengan menggunakan wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Sedangkan perbedaan penelitian ini terletak pada tujuan penelitian, yang dimana penelitian ini akan mengetahui bagaimana strategi komunikasi yang digunakan takmir untuk menyadarkan masyarakat agar senantiasa shalat berjamaah di masjid.⁴

Selanjutnya penelitian dari Muzdalifah dan Muhammad Nur Hadi pada tahun 2017 dengan judul, “Strategi Dakwah Takmir Masjid Darul Hikmah Dalam

³ Siti Undriyati. 2015. “*Strategi dakwah bil hal di Masjid Jami’ Asholikhin Bringin Ngaliyan*”. Skripsi. Universitas Islam Negeri Semarang Fakultas Dakwah dan Komunikasi prodi Manajemen Dakwah.

⁴ Rudy Al Hana. 2011. “*Strategi Dakwah Kultural Pengurus Wilayah Muhammadiyah Jawa Timur*”. E-Jurnal Komunikasi Islam. Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya. Vol 01. Nomor 02. Hlm. 149-160.

Membangun Masyarakat Madani Di Dusun Buluresik Manduro Ngoro Mojokerto”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi dakwah takmir masjid darul hikmah dalam membangun masyarakat madani di Dusun Buluresik Desa Manduro Kecamatan Ngoro Kabupaten Mojokerto, selain itu juga tujuan penelitian ini untuk mengetahui kendala strategi dakwah takmir Darul Hikmah dalam membangun masyarakat madani di Dusun Buluresik Desa Manduro Kecamatan Ngoro Kabupaten Mojokerto. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan penelitian kualitatif, yaitu dengan mendeskripsikan keadaan yang sebenarnya dari fenomena objek yang diteliti lalu dibandingkan dengan teori yang sesuai dengan permasalahan tersebut. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa faktor pendukung dakwah takmir adalah tingginya partisipasi masyarakat dalam menyukseskan kegiatan-kegiatan yang dibuat oleh takmir masjid Darul Hikmah dan juga para takmir mempunyai tingkat solidaritas yang sangat kuat. Untuk faktor penghambatnya adalah faktor kondisi dusun buluresik banyak yang bertentangan dengan ide-ide yang diterapkan oleh takmir masjid dan juga untuk faktor dana yang kurang memadai. Persamaan penelitian ini terletak pada metode penelitian yang menggunakan metode pendekatan kualitatif, persamaan penelitian ini juga terletak pada subyek penelitian yaitu takmir masjid. Sedangkan, perbedaan penelitian ini terdapat pada objek penelitian yaitu strategi komunikasi takmir masjid.⁵

Penelitian selanjutnya oleh Adjie Prawito pada tahun 2017, dengan judul “Strategi Komunikasi Dalam Dakwah Emha Ainun Nadjib”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi yang diterapkan pada dakwah Emha Ainun Nadjib. Penelitian menggunakan metode penelitian deskriptif-

⁵ Muzdalifah dan Muhammad Nur Hadi. 2017. “*Strategi Dakwah Takmir Masjid Darul Hikmah Dalam Membangun Masyarakat Madani Di Dusun Buluresik Manduro Ngoro Mojokerto*”. E-Journal, Fakultas Agama Islam Universitas Yudharta Pasuruan. Vol 1. Nomor 2. ISSN 2477-8338.

kualitatif dengan menggunakan dua teknik pengumpulan data yang meliputi observasi, wawancara dan studi dokumentasi. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa karakteristik komunikasi yang digunakan Emha Ainun Nadjib dalam dakwahnya menggunakan komunikasi kelompok besar dengan memakai model komunikasi aristoteles dan juga fungsi komunikasi instrumental. Emha Ainun Nadjib menggunakan strategi komunikasi dalam dakwahnya dengan cara membangun kekuatan komunikator, membangun kepekaan komunikator, memuat pesan yang bersifat universal, menggunakan prinsip komunikasi egaliter dan pemilihan media. Persamaan penelitian ini adalah pemakaian metode penelitian dengan menggunakan pendekatan penelitian deskriptif-kualitatif dan teknik pengumpulan data yang menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Perbedaannya adalah terletak pada tujuan penelitian, yaitu penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi takmir masjid untuk menyadarkan masyarakat dalam meningkatkan sholat berjamaah di masjid.⁶

Penelitian selanjutnya oleh Moh. Arwani pada tahun 2017, dengan judul “Strategi Dakwah Takmir Masjid Jogokariyan Yogyakarta Dalam Meningkatkan Shalat Subuh Berjamaah”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Strategi Dakwah Takmir Masjid Jogokariyan dalam meningkatkan sholat subuh berjamaah di masjid dan juga untuk mengetahui apa saja faktor pendukung dan penghambatnya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dengan cara wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa Strategi Takmir Masjid Jogokariyan dalam meningkatkan jamaah adalah pelayanan. Pelayanan sesuatu yang sangat penting bagi

⁶ Adjie Prawito. 2017. “*Strategi Komunikasi Dalam Dakwah Emha Ainun Nadjib*”. Skripsi. Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

eksistensi organisasi. Bentuk-bentuk pelayanan yang dilakukan oleh Takmir Masjid Jogokariyan ini dirangkum menjadi tiga bagian, yaitu spiritual, sosial, dan ekonomi. Persamaan dengan penelitian ini adalah pada penggunaan metode penelitian yang digunakan, yaitu dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Juga pada teknik pengambilan data yaitu dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Sedangkan untuk perbedaannya terletak pada objek penelitian, peneliti menggunakan strategi komunikasi takmir dalam meningkatkan kesadaran masyarakat untuk sholat berjamaah di masjid.⁷

Selanjutnya penelitian oleh Aden Hasan Solehudin tahun 2013, dengan judul “Strategi Komunikasi Dakwah Program Tausiyah Udara Radio Republik Indonesia 91,1 MHz Yogyakarta Dalam Menyampaikan Pesan Dakwah”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui secara jelas mengenai strategi komunikasi yang digunakan oleh Radio Republik Indonesia (RRI) Yogyakarta dalam menyampaikan pesan dakwah kepada para pendengar. Pendekatan penelitian ini menggunakan metode penelitian pendekatan kualitatif yaitu memperoleh data dengan cara melakukan pengamatan atau observasi wawancara dengan menelusuri dokumen-dokumen. Untuk subjek penelitian, ini meliputi kepala seksi pro 1 RRI, staf program, penyiar, penceramah dan pendengar. Sedangkan objek penelitiannya adalah Program Tausiyah Udara 91,1 MHz RRI Yogyakarta. Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah metode dekriptif analitik, yaitu dengan mengurai data sekaligus dengan menganalisisnya. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi dakwah yang digunakan oleh RRI adalah mencakup pemilihan komunikator, isi pesan, media, segmentasi pendengar, umpan balik, dan efek Tausiyah Udara. Persamaan dari penelitian ini adalah merupakan penelitian kualitatif

⁷ Moh. Arwani. 2017. “*Strategi Dakwah Takmir Masjid Jogokariyan Yogyakarta Dalam Meningkatkan Shalat Subuh Berjamaah*”. Skripsi. Fakultas Ushuluddin dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Surakarta.

yang memperoleh data melalui wawancara, observasi dan menelusuri dokumen-dokumen. Sedangkan perbedaannya terdapat pada metode analisis data, yaitu pada penggunaan metode analisis data deskriptif kualitatif.⁸

Penelitian selanjutnya adalah milik Anis Solihat pada tahun 2015, dengan judul “Strategi Komunikasi Dalam Aktivitas Dakwah Majelis Rasulullah Di Pancoran Jakarta Selatan”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana perumusan strategi Majelis Rasulullah, mengetahui bagaimana implementasi strategi Majelis Rasulullah, mengetahui bagaimana evaluasi strategi Majelis Rasulullah, dan untuk mengetahui apa saja faktor pendukung dan penghambat dakwah Majelis Rasulullah. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian deskriptif kualitatif yaitu, dengan cara memahami fakta atau kenyataan tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian. Misalnya, persepsi, perilaku, motivasi dan tindakan. Untuk teknik pengumpulan data menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini bahwa strategi komunikasi dalam aktivitas dakwah Majelis Rasulullah di Pancoran Jakarta Selatan menggunakan beberapa cara yang dilakukan ulama-ulama terdahulu, yaitu pemanfaatan media dakwah dan berdakwah dengan cara yang lembut. Faktor pendukung dari dakwah Majelis Rasulullah adalah, mempunyai pemimpin yang karismatik, para jamaah banyak yang berdonasi, kesetiaan dan komitmen dari para pengurus dan anggota untuk menjaga, membangun, dan melestarikan Majelis Rasulullah, para jamaah yang terlalu fanatik terhadap Majelis Rasulullah, dan banyaknya ketertarikan para jamaah dalam setiap acara yang diadakan. Sedangkan faktor penghambatnya antara lain, ketika saat melaksanakan majelis terjadi banyak kemacetan, jamaah yang tidak tertib dalam

⁸ Aden Hasan Solehudin. 2013. “*Strategi Komunikasi Dakwah Program Tausiyah Udara Radio Republik Indonesia 91,1 MHz Yogyakarta Dalam Menyampaikan Pesan Dakwah*”. Skripsi. Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Sunan Kalijaga Yogyakarta.

berkendara, serta kurang adanya dukungan dari pemerintah secara keuangan. Persamaan dengan penelitian ini adalah metode pendekatan penelitian yang digunakan, yaitu deskriptif kualitatif, dan juga teknik pengumpulan data yang menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Perbedaannya adalah pada objek yang digunakan, yaitu strategi komunikasi takmir masjid.⁹

Selanjutnya penelitian oleh Salsabila Khoirun Nisa tahun 2016, dengan judul penelitian “Strategi Komunikasi Dakwah Ustadz Restu Sugiharto Melalui Pesantren Ustadz Cinta”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menjelaskan strategi komunikasi dakwah yang digunakan oleh ustadz Restu Sugiharto melalui Pesantren Ustadz Cinta. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian deskriptif kualitatif, yang menggunakan teknik pengambilan data dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teori yang dipakai merupakan penggabungan antara teori perencanaan komunikasi dan teori strategi komunikasi menurut R. Wayne Pace, Brent D. Peterson dan M. Dallas Burnett. Dari penggabungan teori tersebut menghasilkan uraian langkah perencanaan dan strategi komunikasi dakwah yaitu, memastikan pemahaman, memberikan motivasi, memberikan pembinaan terhadap penerimaan, membuat rencana komunikasi, dan mengukur yang telah dicapai. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi untuk memastikan pemahaman komunikasi terhadap pesan dakwah yang diterima dilakukan dengan memilih metode pemahaman dan melakukan uji pemahaman. Kemudian memberikan pembinaan pada penerimaan pesan dengan konsistensi mengontrol keikutsertaan peserta dalam kegiatan dan menjadikan kegiatan tersebut berdasarkan kebutuhan. Untuk memberikan motivasi kepada audiens dalam bentuk nyata dengan menerapkan dua prinsip khusus, *Leadership* dan *Creative*. Lalu kemudian ketika membuat rencana komunikasi

⁹ Anis Solihat. 2015. “*Strategi Komunikasi Dalam Aktivitas Dakwah Majelis Rasulullah Di Pancoran Jakarta Selatan*”. Skripsi. Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Jakarta.

tindakannya dengan menerapkan prinsip SMS (Sesegera mungkin, Memulai dari yang memungkinkan, Sederhana). Dan yang terakhir yaitu, dalam mengukur pencapaian, strategi yang diterapkan adalah dengan menentukan *change evaluation*. Persamaan dengan penelitian ini terletak pada teknik pengumpulan data, yaitu dengan wawancara observasi, dan dokumentasi, serta metode pendekatan penelitian yaitu menggunakan penelitian deskriptif kualitatif. Sedangkan perbedaannya terletak pada tujuannya, tujuan yang akan diteliti adalah untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi takmir yang digunakan untuk menyadarkan masyarakat untuk melakukan sholat berjamaah di masjid.¹⁰

Penelitian selanjutnya oleh Rasdiana pada tahun 2014, dengan judul “Strategi Komunikasi Dakwah Di Radio Suara As’adiyah FM Sengkang (Telaah Format Siaran Program Religi Mimbar Agama Islam)”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjabarkan bagaimana strategi komunikasi dakwah yang digunakan melalui program religi Mimbar Agama Islam untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat yang berhubungan dengan ajaran Islam sesuai dengan Al-Qur’an dan hadits. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan metode pendekatan komunikasi. Merupakan penelitian lapangan yang menggunakan metode analisis deskriptif pada analisis datanya. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, deskripsi format siaran yang digunakan tidak lepas dari latar belakang dan proses penyusunan format siaran selanjutnya disajikan dalam bentuk format *rundown* reguler yaitu pembukaan acara yang disampaikan oleh penyiar, lalu materi dakwah yang disampaikan oleh narasumber yang mengisi menggunakan metode ceramah yang tematik dan sistem kitab kuning, terakhir penutupan acara kembali disampaikan oleh penyiar Mimbar

¹⁰ Salsabila Khoirun Nisa. 2016. “*Strategi Komunikasi Dakwah Ustadz Restu Sugiharto Melalui Pesantren Ustadz Cinta*”. Skripsi. Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Agama Islam. Strategi komunikasi dakwah yang digunakan pada program acara tersebut adalah metode *canalizing* dan bentuk isinya menggunakan pendekatan persuasif dan pendekatan informatif. Persamaan dengan penelitian ini adalah menggunakan metode kualitatif. Sedangkan perbedaannya terdapat pada tujuan, yaitu untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi takmir Masjid Jogokariyan dalam meningkatkan kesadaran sholat berjamaah pada masyarakat.¹¹

Penelitian selanjutnya oleh Restiawan Permana tahun 2013 dengan judul “Strategi Komunikasi Dakwah Band Wali dalam Lagu *Cari Berkah*”. Analisis data yang digunakan melalui analisis deskriptif. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa lagu yang dibuat oleh Wali yang berjudul *Cari Berkah* ini mengandung pesan positif sesuai dengan syari’at Islam, karena Wali ingin mengajak para pendengar untuk lebih menyadari bahwa saling tolong menolong sesama itu sangat penting. Persamaan penelitian ini adalah menggunakan analisis deskriptif, sedangkan perbedaannya adalah subyek penelitian yaitu takmir Masjid Jogokariyan.¹²

¹¹ Rasdiana, 2014. “*Strategi Komunikasi Dakwah Di Radio Suara As’adiyah Sengkang (Telaah Format Siaran Program Religi Mimbar Agama Islam)*”. Skripsi. Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.

¹² Restiawan Permana. 2013. “*Strategi Komunikasi Dakwah Band Wali dalam Lagu Cari Berkah*”. E-Journal, Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel. Vol. 03. No. 01. ISBN 2088-6314.

Tabel Perbandingan

No	Skripsi/Jurnal	Perbandingan Penelitian
1.	A Lukman Hakim, Strategi Komunikasi Lintas Agama Fkub Surabaya Dalam Menangani Konflik. 2018. ¹³	Persamaan: pada objek nya yakni strategi komunikasi Perbedaan: pada subjek dan tujuan, penelitian yang akan dilakukan memiliki subjek penelitian pada takmir Masjid Jogokariyan Yogyakarta dan tujuan penelitian adalah untuk mengetahui strategi komunikasi takmir pada masyarakat dalam meningkatkan kesadaran sholat berjamaah di masjid
2.	M. Hafidz Hasan, Strategi Komunikasi Dakwah Partisipatif Pada Komunitas Fsrmm Riau Pada Generasi Muda Masyarakat Pekanbaru Riau. 2018. ¹⁴	Persamaan: pada objek nya yakni strategi komunikasi Perbedaan: penelitian yang akan dilakukan adalah strategi komunikasi yang akan diterapkan pada masyarakat dalam melakukan sholat berjamaah di Masjid Jogokariyan
3.	Siti Undriyati. Strategi Dakwah Bil Hal Di Masjid Jami' Asholikhin Bringin Ngaliyan. 2015. ¹⁵	Persamaan: metode penelitian nya yakni dengan kualitatif dan teknik pengumpul data wawancara, observasi, dan dokumentasi. Perbedaan: terletak pada tujuan penelitian nya, dimana penelitian yang akan dilakukan memiliki tujuan untuk mengetahui strategi komunikasi untuk menyadarkan sholat berjamaah pada masyarakat untuk diterapkan oleh masjid-masjid lain di Indonesia
4.	Rudy Al Hana. Strategi Dakwah Kultural Pengurus Wilayah Muhammadiyah Jawa Timur. 2011. ¹⁶	Persamaan: teknik pengumpulan data, yaitu dengan menggunakan wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Perbedaan: terletak pada tujuan penelitian, yang dimana penelitian ini akan mengetahui bagaimana strategi komunikasi yang digunakan takmir untuk menyadarkan masyarakat agar senantiasa sholat

¹³ A Lukman Hakim. 2018. "Strategi Komunikasi Lintas Agama FKUB Surabaya dalam Menangani Konflik". E-Journal Agama, Sosial dan Budaya Institut Pesantren KH Abdul Chalim Mojokerto. Vol 1 No. 1.

¹⁴ M Hafidz Hasan. 2018. "Strategi Komunikasi Dakwah Partisipan Pada Komunitas FSRMM Riau pada Generasi Muda Masyarakat Pekanbaru Riau". Skripsi. Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Unversitas Islam Indonesia.

¹⁵ Siti Undriyati. 2015. "Strategi dakwah bil hal di Masjid Jami' Asholikhin Bringin Ngaliyan". Skripsi. Universitas Islam Negeri Semarang Fakultas Dakwah dan Komunikasi prodi Manajemen Dakwah.

¹⁶ Rudy Al Hana. 2011. "Strategi Dakwah Kultural Pengurus Wilayah Muhammadiyah Jawa Timur". E-Jurnal Komunikasi Islam. Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya. Vol 01. Nomor 02. Hlm. 149-160.

		berjamaah di masjid.
5.	Muzdalifah dan Muhammad Nur Hadi. <i>Strategi Dakwah Takmir Masjid Darul Hikmah Dalam Membangun Masyarakat Madani Di Dusun Buluresik Manduro Ngoro Mojokerto</i> . 2017. ¹⁷	Persamaan: pada metode penelitian yang menggunakan metode pendekatan kualitatif, persamaan penelitian ini juga terletak pada subyek penelitian yaitu takmir masjid. Perbedaan: terdapat pada objek penelitian yaitu strategi komunikasi takmir masjid
6.	Adjie Prawito. <i>Strategi Komunikasi Dalam Dakwah Emha Ainun Nadjib</i> . 2017. ¹⁸	Persamaan: pemakaian metode penelitian dengan menggunakan pendekatan penelitian deskriptif-kualitatif dan teknik pengumpulan data yang menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Perbedaan: terletak pada tujuan penelitian, yaitu penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi takmir masjid untuk menyadarkan masyarakat dalam meningkatkan sholat berjamaah di masjid
7.	Moh. Arwani. <i>Strategi Dakwah Takmir Masjid Jogokariyan Yogyakarta Dalam Meningkatkan Shalat Subuh Berjamaah</i> . 2017. ¹⁹	Persamaan: pada penggunaan metode penelitian yang digunakan, yaitu dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Juga pada teknik pengambilan data yaitu dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Perbedaan: terletak pada objek penelitian, peneliti menggunakan strategi komunikasi takmir dalam meningkatkan kesadaran masyarakat untuk sholat berjamaah di masjid
8.	Aden Hasan Solehudin. <i>Strategi Komunikasi Dakwah Program Tausiyah Udara Radio Republik Indonesia 91,1 Mhz Yogyakarta Dalam Menyampaikan Pesan Dakwah</i> . 2013. ²⁰	Persamaan: merupakan penelitian kualitatif yang memperoleh data melalui wawancara, observasi dan menelusuri dokumen-dokumen. Perbedaan: terdapat pada metode

¹⁷ Muzdalifah dan Muhammad Nur Hadi. 2017. "*Strategi Dakwah Takmir Masjid Darul Hikmah Dalam Membangun Masyarakat Madani Di Dusun Buluresik Manduro Ngoro Mojokerto*". E-Journal, Fakultas Agama Islam Universitas Yudharta Pasuruan. Vol 1. Nomor 2. ISSN 2477-8338.

¹⁸ Adjie Prawito. 2017. "*Strategi Komunikasi Dalam Dakwah Emha Ainun Nadjib*". Skripsi. Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

¹⁹ Moh. Arwani. 2017. "*Strategi Dakwah Takmir Masjid Jogokariyan Yogyakarta Dalam Meningkatkan Shalat Subuh Berjamaah*". Skripsi. Fakultas Ushuluddin dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Surakarta.

²⁰ Aden Hasan Solehudin. 2013. "*Strategi Komunikasi Dakwah Program Tausiyah Udara Radio Republik Indonesia 91,1 MHz Yogyakarta Dalam Menyampaikan Pesan Dakwah*". Skripsi. Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Sunan Kalijaga Yogyakarta.

		analisis data, yaitu pada penggunaan metode analisis data deskriptif kualitatif
9.	Anis Solihat. Strategi Komunikasi Dalam Aktivitas Dakwah Majelis Rasulullah Di Pancoran Jakarta Selatan. 2015. ²¹	Persamaan: metode pendekatan penelitian yang digunakan, yaitu deskriptif kualitatif, dan juga teknik pengumpulan data yang menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Perbedaan: pada objek yang digunakan, yaitu strategi komunikasi takmir masjid.
10.	Salsabila Khoirun Nisa. Strategi Komunikasi Dakwah Ustadz Restu Sugiharto Melalui Pesantren Ustadz Cinta. 2016. ²²	Persamaan: pada teknik pengumpulan data, yaitu dengan wawancara observasi, dan dokumentasi, serta metode pendekatan penelitian yaitu menggunakan penelitian deskriptif kualitatif. Perbedaan: terletak pada tujuannya, tujuan yang akan diteliti adalah untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi takmir yang digunakan untuk menyadarkan masyarakat untuk melakukan sholat berjamaah di masjid
11.	Rasdiana. Strategi Komunikasi Dakwah Di Radio Suara As'adiyah Fm Sengkang (Telaah Format Siaran Program Religi Mimbar Agama Islam). 2014. ²³	Persamaan: penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Perbedaan: terdapat pada tujuan, yaitu untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi takmir Masjid Jogokariyan dalam meningkatkan kesadaran sholat berjamaah pada masyarakat.
12.	Restiawan Permana. "Strategi Komunikasi Dakwah Band Wali Dalam Lagu <i>Cari Berkah</i> ". 2013. ²⁴	Persamaan: penelitian ini adalah menggunakan analisis deskriptif Perbedaan: terletak pada subyek penelitian yaitu takmir Masjid Jogokariyan.

²¹ Anis Solihat. 2015. "*Strategi Komunikasi Dalam Aktivitas Dakwah Majelis Rasulullah Di Pancoran Jakarta Selatan*". Skripsi. Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Jakarta.

²² Salsabila Khoirun Nisa. 2016. "*Strategi Komunikasi Dakwah Ustadz Restu Sugiharto Melalui Pesantren Ustadz Cinta*". Skripsi. Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

²³ Rasdiana, 2014. "*Strategi Komunikasi Dakwah Di Radio Suara As'adiyah Sengkang (Telaah Format Siaran Program Religi Mimbar Agama Islam)*". Skripsi. Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.

²⁴ Restiawan Permana. 2013. "*Strategi Komunikasi Dakwah Band Wali dalam Lagu Cari Berkah*". E-Journal, Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel. Vol. 03. No. 01. ISBN 2088-6314.

1.2 Kerangka Teori

1.2.1 Strategi Komunikasi

1.2.1.1 Pengertian Strategi

Kata strategi berasal dari asal kata bahasa Yunani klasik yaitu “*stratos*” yang artinya tentara dan kata “*agein*” yang berarti memimpin. Kemudian muncul kata *strategos* yang mempunyai arti pemimpin tentara tingkat atas. Jadi strategi ialah konsep militer yang bisa diartikan sebagai seni perang para jenderal. Di dalam buku Hafied Cangara, menurut Marthin – Anderson (1968), “strategi adalah seni di mana melibatkan kemampuan intelegensi/pikiran untuk membawa semua sumber daya yang tersedia dalam mencapai tujuan dengan memperoleh keuntungan yang maksimal dan efisien.”²⁵

Menurut Drs. H. Hisyam Alie, agar bisa mencapai strategi yang strategis maka harus memperhatikan hal-hal berikut:²⁶

- 1) Kekuatan (*Strength*), yakni mengamati kekuatan yang dimiliki biasanya terkait dengan manusianya, dananya, dan beberapa hal lain yang dimilikinya.
- 2) Kelemahan (*Weakness*), yaitu melihat berbagai kelemahan yang dimiliki, yang terkait dengan aspek-aspek seperti dimiliki kekuatan.
- 3) Peluang (*Opportunity*), yakni melihat seberapa peluang yang ada di luar, sehingga bisa menerobos peluang sekecil apapun.

²⁵ Hafied Cangara. *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2017). Hlm.64.

²⁶ Muzdalifah dan Muhammad Nur Hadi. 2017. “*Strategi Dakwah Takmir Masjid Darul Hikmah Dalam Membangun Masyarakat Madani Di Dusun Buluresik Manduro Ngoro Mojokerto*”. E-Journal, Fakultas Agama Islam Universitas Yudharta Pasuruan. Vol 1. Nomor 2. ISSN 2477-8338.

- 4) Ancaman (*Threats*), yaitu memperhitungkan kemungkinan terdapat ancaman dari luar.

Agar dapat mencapai tujuan dengan mudah, maka dibutuhkan strategi dalam segala tindakan atau perbuatan. Strategi yang disusun dan dikonsepsi dengan baik akan membuahkan hasil pelaksanaan yang baik pula.²⁷

1.2.1.2 Komunikasi

1.2.1.2.1 Pengertian Komunikasi

Istilah *komunikasi* berasal dari bahasa Latin *communicatio*, yang mempunyai asal kata *communis* yang berarti *sama*. Sama disini maksudnya adalah sama makna. Jadi, jika terlibat dua orang dalam komunikasi bentuk percakapan, selama ada kesamaan makna terhadap apa yang dibicarakan maka komunikasi itu akan terjadi dan berlangsung. Namun, pengertian ini hanya mengatakan bahwa setidaknya komunikasi akan terjadi jika antara kedua pihak yang terlibat mengandung persamaan makna.²⁸

Menurut M. Rogers, seorang pakar Ilmu Sosiologi Pedesaan Amerika, definisi komunikasi yaitu:

“Komunikasi adalah proses di mana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.”

²⁷ Ibid, hlm. 230.

²⁸ Onong Uchjana Effendy. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. (Bandung: PT Remaja Rosdakrya, 2013). Hlm.9.

Lalu kemudian definisi ini dikembangkan lagi bersama dengan Lawrence D. Kincaid sehingga menemukan suatu definisi yang lebih maju lagi dengan menyatakan bahwa:

“Komunikasi adalah suatu proses di mana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam.”²⁹

Pengertian komunikasi juga bisa diartikan dengan suatu proses sosial individu untuk membangun dan menginterpretasikan makna dengan menggunakan simbol dalam lingkungan mereka.³⁰

1.2.1.2.2 Fungsi-fungsi Komunikasi

Diantara fungsi komunikasi adalah sebagai berikut:³¹

a) Menginformasikan (*to inform*)

Komunikasi bisa memberikan informasi kepada audiens tentang peristiwa yang terjadi, ide atau pikiran dan tingkah laku orang lain, serta segala sesuatu yang diinformasikan kepada orang lain.

b) Mendidik (*to educated*)

Dengan adanya komunikasi, seseorang bisa menyampaikan ide dan pikirannya kepada orang lain. Sehingga orang tersebut mendapatkan informasi dan ilmu pengetahuan.

c) Menghibur (*to entertain*)

²⁹ Hafied Cangara. *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2017). Hlm.35-36.

³⁰ Richard & Lynn. *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi*. (Jakarta: Salemba Humanika, 2017). Hlm.5.

³¹ Lilis Setyowati. *Teori Organisasi Umum 2*. Universitas Guna Darma. Hlm.1.

Selain berguna untuk menyampaikan informasi, komunikasi juga berfungsi sebagai hiburan dan untuk menghibur orang lain.

d) Mempengaruhi (*to influence*)

Dengan berkomunikasi juga dapat mempengaruhi setiap individu melalui jalan pikirannya.

1.2.1.2.3 Konteks-konteks Komunikasi

Diantara konteks komunikasi adalah:³²

a) Komunikasi Intrapersonal

Komunikasi Intrapersonal adalah komunikasi pribadi dengan diri sendiri. Komunikasi intrapersonal adalah komunikasi yang berada dalam pikiran dan bisa terjadi di mana saja. Komunikasi sangat penting bagi seseorang, karena jika tidak mengenali diri sendiri akan sulit untuk mengenali orang lain.

b) Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal adalah komunikasi saling tatap muka diantara dua orang. Konteks dari interpersonal itu sendiri mempunyai bagian makna yang terkait.

c) Komunikasi Kelompok Kecil

Komunikasi kelompok kecil terdapat sejumlah orang yang saling bekerja sama untuk mencapai suatu tujuan bersama. Teori komunikasi yang sering berpusat pada kelompok yang bersangkutan paut dengan sifat dinamis dari kelompok kecil termasuk peran

³² Richard & Lynn. *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi*. (Jakarta: Salemba Humanika, 2017). Hlm.31-39.

kelompok, batas, dan kepercayaan. Maka, komunikasi kelompok kecil diartikan sebagai komunikasi yang berjumlah setidaknya tiga orang.

d) Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi berhubungan dengan komunikasi dalam antara lingkungan yang lebih besar dan diperluas. Dalam komunikasi organisasi tentu membutuhkan pertemuan interpersonal antara bawahan dan atasan. Organisasi ini yang komposisi di dalamnya adalah kelompok terhadap kelompok. Teori komunikasi organisasi ini secara umum berhubungan dengan fungsi organisasi, termasuk iklim, aturan, dan personel.

e) Komunikasi Publik

Kemudian dari pengertian komunikasi publik adalah penyebarluasan informasi dari satu orang ke kelompok yang besar. Ketika sedang melakukan komunikasi publik maka tujuan utama dalam pikiran adalah untuk menginformasikan, untuk menghibur, atau untuk membujuk.

f) Komunikasi Massa

Komunikasi massa mempunyai target audiens yang besar, karena mengacu pada khalayak besar melalui sebuah saluran komunikasi. Untuk itu, definisi dari komunikasi massa sendiri adalah komunikasi kepada khalayak besar melalui berbagai saluran komunikasi. Karena itu, konteks media massa meliputi saluran dan audiens.

g) Komunikasi Budaya

Komunikasi budaya mengacu pada komunikasi antara individu yang mempunyai latar belakang budaya yang berbeda, tidak harus dengan beda negara. Karena dalam suatu negara saja sudah terdapat banyak sekali budaya yang beraneka ragam.

1.2.1.3 Strategi Komunikasi

1.2.1.3.1 Pengertian Strategi Komunikasi

Di dalam buku Hafied Cangara, menurut Middleton (1980), seorang pakar perencanaan komunikasi mendefinisikan bahwa “strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal.”³³

Dalam bukunya Anwar Arifin *Strategi Komunikasi* menyatakan bahwa “suatu strategi sesungguhnya adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan untuk mencapai tujuan. Jadi, merancang strategi komunikasi berarti memperhitungkan kondisi dan situasi (ruang dan waktu) yang dihadapi dan yang akan mungkin dihadapi di masa depan untuk mencapai efektivitas.”³⁴

1.2.1.3.2 Tujuan Strategi Komunikasi

Pada hakikatnya strategi adalah perencanaan dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi, untuk mencapai tujuan tersebut strategi

³³ Hafied Cangara. *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. (Jakarta;PT RajaGrafindo Persada, 2017). Hlm.64.

³⁴ Edi suryadi. *Strategi Komunikasi (Sebuah Analisis Teori dan Praktis di Era Global)*. (Bandung; Remaja Rosdakrya ,2018). Hlm.5-6.

tidak lagi berfungsi menunjukkan peta arah jalan saja, melainkan juga harus mampu menunjukkan taktik operasionalnya.³⁵

Ketika kita mendengar kata strategi komunikasi, maka pikiran kita tidak luput dari membayangkan tujuan dari strategi komunikasi tersebut dan tentang bagaimana kontribusi yang akan diberikan untuk setiap tujuan yang akan kita capai. Maka, tujuan komunikasi ini menjadi sangat penting karena meliputi: *announcing, motivating, educating, informing, and supporting decision making*.³⁶

a. *Announcing* (memberitahu)

Announcing menjadi tujuan pertama dari strategi komunikasi, yaitu memberitahukan tentang kapasitas dan kualitas informasi. Oleh karena itu, sebisa mungkin informasi yang disebarkan harus berkaitan dengan informasi utama dari seluruh informasi penting lainnya.

b. *Motivating* (memotivasi)

Ketika tahu bahwa audiens yang akan dihadapi belum mengetahui tentang apa yang akan disampaikan, maka harus diusahakan kalau informasi yang disampaikan akan memberikan motivasi bagi audiens untuk melakukan apa yang disampaikan.

c. *Educating* (mendidik)

Tujuan dari strategi selanjutnya adalah *educating*, yaitu setiap informasi yang akan diberikan kepada audiens maka harus bersifat

³⁵ Onong Uchjana Effendy. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. (Bandung;PT Remaja Rosdakrya, 2013). Hlm.32.

³⁶ Alo Liliweri. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*, 2011, Jakarta. Hlm. 248.

mendidik. Hal inilah yang disebut dengan strategi komunikasi dengan tujuan mendidik.

d. *Informating* (menyebarkan informasi)

Tujuan dari strategi komunikasi adalah menyebarkan informasi kepada audiens yang menjadi sasaran. Sebisa mungkin agar informasi yang disampaikan terperinci dan terpercaya.

e. *Supporting decision making* (mendukung pembuatan keputusan)

Tujuan strategi komunikasi yang terakhir adalah jika membuat keputusan harus mengumpulkan informasi, membagi-bagi dan dianalisis sedemikian rupa agar bisa dijadikan informasi utama bagi pembuat keputusan.

1.2.1.3.3 Tahapan Strategi Komunikasi

Menurut Jones, dalam bukunya yang berjudul *Communicating Strategy* membagi strategi komunikasi ke dalam lima tahap, yaitu:³⁷

1. Analisis dan perencanaan strategi (*strategic analysis and planning*)

Untuk tahap pertama, analisis dan perencanaan strategis biasanya mengandalkan riset lapangan dan sebab lain yang mempengaruhi strategi. Perencanaan strategi ini juga melibatkan pilihan-pilihan strategi mana yang paling tepat untuk dapat mencapai suatu tujuan besar tersebut.

2. Desain perencanaan dan pengenalan strategi (*strategic design and implementation planning*)

³⁷ Putu Ayu Intan Cahaya Dewi. 2017. *Strategi Komunikasi Humas PT PLN (Persero) Distribusi Jawa Timur dalam Menyosialisasikan Program Pencabutan Subsidi Listrik Daya 900VA*. Jurnal E-Komunikasi. Universitas Kristen Petra Surabaya. Hlm. 3-4. Vol 5. Nomor 2

Setelah sebuah strategi dirancang sedemikian rupa, langkah berikutnya adalah merincikan strategi tersebut dengan mendesain bagaimana strategi tersebut akan dilaksanakan dan merencanakan pelaksanaan strategi tersebut.

3. Melaksanakan strategi (*launching the strategy*)

Pada tahap ini, strategi akan diterapkan, akan tetapi juga harus tetap dipastikan bahwa strategi ini sudah jelas untuk kedepannya. Selain itu, perlu adanya pemantauan rutin untuk memastikan bagaimana komunikasi berlangsung dan mengecek respon yang diterima.

4. Keberlanjutan dan komitmen (*follow-up and commitment*)

Tahap selanjutnya adalah memperbaiki dan memastikan perkembangan dari strategi yang sudah dilaksanakan. Hal ini penting untuk keberlanjutan strategi, serta perlu adanya komitmen dan dukungan individu terhadap strategi yang akan dilaksanakan.

5. Menanamkan strategi dan mengikuti hasilnya (*embedding the strategy and tracking results*).

Pada tahap ini sudah dapat melihat hasil dari strategi yang diterapkan, perancangan dan pelaksanaan strategi adalah proses yang berkelanjutan. Selain itu, pesan harus tetap diperbaiki seiring dari pelaksanaan strategi dan perbaikan strategi itu sendiri.

Selain itu, Alo Liliweri (2011) mengatakan bahwa strategi komunikasi terdiri atas tiga esensi utama, yaitu: Strategi Implementasi, Strategi

Dukungan, dan Strategi Integrasi. Ketiga esensi tersebut memuat beberapa kriteria atau standar kualitas masing-masing.³⁸

1.2.2 Takmir

1.2.2.1 Pengertian Takmir

Takmir masjid adalah sebuah organisasi yang mengurus semua kegiatan yang berkaitan dengan masjid. Baik dalam merawat, membangun, dan memakmurkannya, termasuk mengurus kegiatan remaja muslim di sekitar masjid. Remaja masjid harus terus di upayakan perkembangannya, agar pembinaannya menjadi mudah dan takmir masjid bisa memberi arahan melalui remaja masjid untuk melakukan aktivitas sesuai dengan nilai-nilai Islam.³⁹

Drs Ahmad Yani, Ketua Departemen Dakwah Pengurus Pusat Dewan Masjid Indonesia (PP DMI) juga mengatakan bahwa fungsi pengurus masjid adalah menggerakkan jamaah untuk selalu berbuat baik, memanfaatkan potensi yang dimiliki, memperbanyak ilmu, membawa perubahan baru dan semangat bagi jamaah masjid tersebut agar selalu dekat dengan masjid.⁴⁰

Keberadaan takmir masjid tujuannya ialah untuk memakmurkan masjid, terutama pada pengelolaan kegiatan dakwah Islamiyah. Organisasi takmir masjid sangat penting untuk mencapai tujuan dan menjadi wadah untuk melakukan kegiatan-kegiatan dakwah baik yang berkaitan dengan keilmuan, pendidikan, sosial, keterampilan, ekonomi, dan lain sebagainya.⁴¹

³⁸ Putu Ayu Intan Cahaya Dewi. 2017. *Strategi Komunikasi Humas PT PLN (Persero) Distribusi Jawa Timur dalam Menyosialisasikan Program Pencabutan Subsidi Listrik Daya 900VA*. Jurnal E-Komunikasi. Universitas Kristen Petra Surabaya. Hlm. 4. Vol 5. Nomor 2

³⁹ Andriana Pertiwi. *Peran Takmir Masjid Dalam Meningkatkan Pendidikan Nonformal Di Masjid Al-Kautsar Gumpang Krtasura Sukoharjo*. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Surakarta. Hlm.4.

⁴⁰ m.hidayatullah.com/berita/nasional/read/2018/03/14/137857/fungsi-penting-dkm-sebagai-penggerak-kemakmuran-masjid.html. Diakses pada 02 Februari 2019 pukul 16.29 WIB.

⁴¹ repository.radenintan.ac.id/3438/4/BAB%202.pdf diakses pada 08 Februari 2019 pukul 17.33 WIB.

Memakmurkan masjid merupakan anjuran langsung dari Allah SWT, seperti firman Allah sebagai berikut:

“Hanyalah yang memakmurkan masjid-masjid Allah ialah orang-orang yang beriman kepada Allah dan hari kemudian, serta tetap mendirikan shalat, menunaikan zakat dan tidak takut (kepada siapapun) selain Allah, maka merekalah yang termasuk golongan orang-orang yang selalu mendapat petunjuk (dari Allah Ta’ala).”⁴²

1.2.3 Masjid

1.2.3.1 Pengertian Masjid

Masjid berasal dari bahasa arab *ismul-makan*, kata benda dari akar kata bahasa arab *sajada-yasjudu-sujud-masjid*. Arti sujud yaitu meletakkan dahi, kedua telapak tangan, kedua lutut, dan kedua kaki di bumi Allah. Secara sya’ri, makna sujud adalah shalat, ibadah mahdhah yang merupakan ibadah yang telah ditentukan secara jumlah rakaat dan tata cara pelaksanaannya di dalam agama Islam. Namun secara luas, masjid mempunyai arti tempat ibadah umat Islam atau melaksanakan ibadah dan berbagai amalan lainnya untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT. Seperti yang dicontohkan oleh Rasulullah Saw pada zaman ketika beliau menjadi imam di Masjid Madinah Al-Munawarah.

Firman Allah SWT juga terdapat pada surat Al-Jinn ayat 18

“Dan sesungguhnya Masjid-Masjid itu adalah untuk Allah. Maka janganlah kamu menyembah apa pun di dalamnya selain (menyembah) Allah”⁴³

⁴² Q.S At-Taubah: 18.

⁴³ Q.S Al-Jinn: 18.

1.2.3.2 Fungsi Masjid

Fungsi utama masjid adalah sebagai tempat bersujud kepada Allah SWT, tempat melakukan sholat, dan tempat melakukan ibadah yang lain kepada Allah SWT. Masjid juga merupakan tempat yang dianjurkan kepada umat Islam untuk melaksanakan sholat berjamaah. Fungsi lain dari masjid adalah:⁴⁴

1. Tempat umat Islam melakukan ibadah dan pendekatan diri kepada Allah SWT
2. Tempat umat Islam beri'tikaf, mensucikan diri, menangkan batin untuk menyelaraskan keseimbangan jiwa dan raga pribadi.
3. Untuk memecahkan berbagai persoalan dikalangan masyarakat, maka kaum muslimin menjadikan masjid sebagai tempat bermusyawarah.
4. Ketika ingin meminta bantuan dan pertolongan atau sedang menghadapi kesulitan maka masjid dijadikan tempat berkonsultasi bagi kaum muslimin.
5. Dalam mewujudkan kesejahteraan bersama maka masjid menjadi tempat untuk membina keutuhan ukhuwah jamaah dan gotong royong.
6. Dengan adanya majelis taklim, masjid menjadi tempat untuk meningkatkan kecerdasan dan ilmu pengetahuan.
7. Masjid merupakan tempat membina dan mengembangkan kader-kader pemimpin umat.

⁴⁴ Muhammad E. Ayub. *Manajemen Masjid (Petunjuk Praktis Bagi para Pengurus)*. (Jakarta: Gema Insani Press.1996). hlm.7-8.

8. Masjid adalah tempat untuk mengumpulkan dana, menyimpan dan membagikannya
9. Masjid merupakan tempat melaksanakan pengaturan dan supervisi sosial.

1.2.3.3 Tipologi Masjid

Keputusan Menteri Agama (KMA) Nomor 394 Tahun 2004. Pembagian masjid diatur menjadi beberapa macam, diantaranya adalah:⁴⁵

1) Masjid Negara

Masjid Negara yaitu masjid yang terletak di Ibu Kota Negara Indonesia, dan menjadi pusat kegiatan keagamaan Kenegaraan.

2) Masjid Nasional

Masjid Nasional yaitu masjid di Ibu Kota Provinsi yang ditetapkan oleh Menteri Agama sebagai Masjid Nasional dan menjadi pusat kegiatan keagamaan pada tingkat Pemerintah Provinsi.

3) Masjid Raya

Masjid Raya ialah masjid yang berada di Ibu Kota Provinsi, ditetapkan oleh Gubernur atas rekomendasi Kepala Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi sebagai Masjid Raya, dan menjadi pusat kegiatan keagamaan tingkat Pemerintah Provinsi.

4) Masjid Agung

Masjid Agung adalah masjid yang terletak di Ibu Kota Pemerintahan Kabupaten/Kota yang ditetapkan oleh Bupati/Walikota atas rekomendasi Kepala Kantor Kementerian Agama Kabupaten/Kota.

⁴⁵simas.kemenag.go.id/index.php/arsip/file/10/1-standar-pembinaan-manajemen-masjid.pdf diakses pada 08 Februari 2019 pukul 13.00 WIB.

5) Masjid Besar

Masjid Besar adalah masjid yang berada di kecamatan dan ditetapkan oleh Pemerintah Daerah setingkat Camat atas rekomendasi Kepala KUA Kecamatan sebagai Masjid Besar.

6) Masjid Jami

Masjid Jami yaitu masjid yang terletak di pusat pemukiman di wilayah pedesaan/kelurahan.

7) Masjid Bersejarah

Masjid Bersejarah yaitu masjid yang berada dikawasan peninggalan Kerajaan/Wali/penyebarnya agama Islam/memiliki nilai besar dalam sejarah perjuangan bangsa. Dibangun oleh para Raja/Kesultanan/para Wali penyebar agama Islam serta para pejuang kemerdekaan.

8) Masjid di Tempat Publik

Masjid di Tempat Publik yaitu masjid yang terletak dikawasan publik untuk memfasilitasi masyarakat dalam melaksanakan ibadah.

9) Musholla

Musholla adalah masjid kecil yang terletak dikawasan pemukiman maupun publik untuk memfasilitasi masyarakat melaksanakan ibadah.