



KOMUNIKASI DIGITAL PADA ORGANISASI MASJID SEBAGAI PENGEMBANGAN DAERAH

Jeratallah Aram Dani, Bayu Mukti

Universitas Surakarta, Indonesia

Email: jieratallaharramdhani@gmail.com, bayu.unsa@gmail.com

Abstrak:

Komunikasi digital sangat diperlukan dalam organisasi saat ini, yang menjadi penunjang bahkan sampai kebutuhan yang perlu dipersiapkan dengan matang. Digital disini bukanlah serba otomatisasi robot, namun dioperasikan oleh manusia untuk melakukan optimalisasi sistem media yang disesuaikan dengan segmentasi. Organisasi dalam masjid juga dibutuhkan guna memberikan informasi tentang keislaman dan pedoman-pedoman yang berlaku di umat muslim, serta memberikan pengetahuan dan pengayaan dalam aktivitas sehari-hari dalam masjid untuk beribadah dan meningkatkan keimanan kepada Allah SWT dan Nabi Muhammad SAW. Masjid menjadi salah satu parameter dalam pengembangan kota atau daerah tertentu, dimana produktivitas memakmurkan masjid akan memberikan dampak yang positif dan bermanfaat bagi masyarakat khususnya umat muslim. Metode penelitian yang dilakukan menggunakan pendekatan kualitatif, dengan melakukan observasi dan wawancara langsung dengan beberapa takmir masjid. Hasilnya dari penelitian ini adalah memberikan informasi tentang kebenaran akan bangunan masjid dan pengelolaannya menjadikan ikonik daerah untuk para pendatang mau berdatangan ke daerah tertentu karena ingin beribadah dan mengunjungi masjidnya.

Kata Kunci: Digital, Komunikasi, Masjid, Organisasi

Abstract:

Digital communication is very necessary for today's organizations, which support even the needs that need to be carefully prepared. Digital here is not all robot automation, but is operated by humans to optimize media systems that are adjusted to segmentation. Organizations in mosques are also needed to provide information about Islam and guidelines that apply to Muslims, as well as provide knowledge and enrichment in daily activities in mosques to worship and increase faith in Allah SWT and Prophet Muhammad SAW. Mosques are one of the parameters in the development of certain cities or areas, where the productivity of prospering mosques will have a positive impact and benefit the community, especially Muslims. The research method carried out uses a qualitative approach, by conducting observations and direct interviews with several mosque takmirs. The result of this study is to provide information about the truth of mosque

buildings and their management making the area iconic for migrants to come to certain areas because they want to worship and visit the mosque.

Keywords: Digital, Communication, Mosque, Organization

PENDAHULUAN

Masjid merupakan tempat ibadah umat muslim yang dibangun berdasarkan standarisasi yang sudah di tentukan dan di persiapkan dengan matang (Efendi, 2009). Kehadiran bangunan masjid menjadi salah satu tolak ukur keberadaan umat muslim yang produktif dalam beribadah. Pada dasarnya masjid secara definisi adalah tempat ibadah umat islam, dimana melakukan sujud dan berdoa disana dengan kepercayaan yang penuh (CHOTIB, n.d.). Masjid pertama kali disebutkan dalam Al-Quran atau Mushaf di surah kedua, Al-Baqarah ayat 114, dan dijelaskan fungsi masjid pada Surah At-Taubah ayat 18 dan penjelasan pada Surah lainnya.

Umat islam percaya bahwa masjid merupakan salah satu faktor kebangkitan umat muslim (Hidayat, 2020; Wonosari, n.d.), karena ikatan silaturahmi dan persatuan sudah dimunculkan setiap waktu, dimana diwajibkan lima waktu dalam sehari untuk beribadah sholat di masjid. Hal ini tentu tidak semata-mata hanya menarik jamaah datang dalam bentuk fisik, namun pelayanan dan aktivitas yang produktif dari organisasi masjid didalamnya, seperti takmir, pengelola dalam manajemen masjid sampai dengan aktivitas ibadah sehari-hari dalam skema strukturl juga dihadirkan dalam kehidupan masjid. Dalam jurnal yang ditulis (Imran, 2008) menuliskan tentang bermulanya dakwah dari masjid, serta memiliki beberapa permasalahan yang dihadapi di masyarakat khususnya non-muslim. Sehingga membentuk lembaga yang menjadi wadah dalam pengembangan islam.

Maksudnya dari kebangkitan bangsa melalui masjid adalah memberikan kontribusi secara ide, gagasan, inovasi, pembangunan sampai dengan kemajuan umat dan warga Negara lainnya, sehingga masjid memiliki salah satu tagline “dari Masjid kita bangkit” Dalam publikasi (Djunaidi et al., 2016), memberikan penjelasan tentang fungsi masjid tidak hanya sebagai tempat Sholat saja, namun sebagai peribadatan lain seperti dzikir, l’itikaf, membaca Al-Quran, dan sebagainya semata-mata mendapat ridho Allah SWT untuk melaksanakan hal yang positif dan bermanfaat.

“انما هُـَِّ لذكروهلا عز وجل والصلاة ولرأة المران” Masjid itu dibangun tiada lain untuk dzikrullah, shalat dan membaca al Qur’an”.

Mendirikan bangunan masjid selain untuk tempat beribadah menjadi salah satu membentuk citra atau branding pada suatu daerah tertentu (Fauroni et al., 2019). Misalnya masjid yang ada di pusat kota, memiliki arsitektur dan bentuk bangunan yang total luar biasa yang menarik banyak pengunjung tidak hanya dalam beribadah, namun mengabadikan dengan berdiskusi bersama keluarga dan saudara sesama muslim sehingga membangun komunikasi yang baik antar umat muslim (Auliyah, 2014). Tentu menjadi kebaikan jika hal yang positif dihadirkan mulai dari dalam organisasinya, sehingga munculnya menjadi sesuatu yang menarik dan bermanfaat. Komunikasi organisasi didalam masjid dibangun oleh sekumpulan orang-orang yang memiliki ilmu dan niat baik dalam membangun masjid di daerahnya masing-masing (Ikhwan, 2013). Komunikasi dalam organisasi masjid berbdeda dengan organisasi pada umumnya, dimana pedoman yang di lakukan sehari-hari berasal dari kitab suci Al quran Firmah Allah SWT dan

Sunnah Rasul Allah Nabi Muhammad SAW. Menurut Kriyantono, 2006 dalam bukunya Riset Komunikasi menyampaikan tentang analisis komunikasi organisasi secara umum mendapatkan potret aktivitas internal dan eksternal untuk mendapatkan informasi dan kebutuhan lainnya dalam mencapai tujuannya. Namun, akan berbeda dengan organisasi didalam manajemen organisasi masjid.

Dalam artikel Pungky Marhendra, dari uii.ac.id, meninjau tentang masjid dan fungsionalnya, Masjid sekurangkurangnya mempunyai tiga tinjauan makna yaitu : Pertama, berkaitan dengan aspek individu adalah terciptanya manusia yang beriman. Kedua, berkaitan dengan aspek sosial adalah membentuk umat yang siap menjalankan kehidupan dalam berbagai situasi atau kondisi yang dihadapi dan mampu hidup bermasyarakat dalam arti yang luas, berbangsa dan bernegara. Yang terpenting dalam aspek ini adalah kepribadian (akhlak) sebagai basis dinamik bangunan sosial yang kokoh. Ketiga, berkaitan dengan aspek fisik-bangunan adalah sebagai pembuktian ketauhidan, kekokohan jalinan sosial yang memiliki sikap konstruktif dan produktif.

Pada Negara Islam memiliki bangunan megah masjid yang dapat ditemui disetiap sudut kotanya, seperti Makkah Al Mukarom, Madinah, Aran Saudi, Malaysia, Brunei Darussalam, juga Indonesia seperti di Jakarta dengan Masjid Istiqlal, lalu ada masjid Raya Baiturrohim Aceh yang mampu bertahan terkena badai tsunami silam, termasuk kekuasaan Allah SWT dan organisasi masjid yang membuat bangkit dan berkembang kembali. Serta dengan masjid lainnya yang memiliki sejarah, bentuk yang unik, seperti Masjid Nabawi mini di Karanganyar, Masjid Aisyah (Masjid Kotak) di Solo, yang Masjid Jogokariyan DI Yogyakarta, serta Masjid Raya Al Falah Sragen Jawa Tengah yang mampu mengorganisir jamaah mulai dari remaja sampai dengan senior mampu membawa masjid menjadi kebangkitan umat Islam dan masyarakat sekitar mendapatkan manfaat dan kebaikannya.

METODE

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif, dengan pendekatan deskriptif, yaitu menjelaskan kembali secara tertulis dari hasil survey, observasi dan wawancara pada narasumber yang terkait sebagai sumber yang konkrit dan relevan dalam memberikan informasi valid sebagai data primer dalam penelitian ini.

Metodologi kualitatif adalah suatu pendekatan penelitian yang digunakan untuk memahami fenomena secara mendalam dan holistik melalui analisis data yang berkaitan dengan makna, pengalaman, dan interpretasi yang diberikan oleh partisipan dalam konteks sosial tertentu.

Adapun lokasi yang di datangi oleh peneliti sebagai lokasi sumber penelitian, seperti Masjid Raya Al Falah Sragen, serta observasi pada beberapa lokasi pendukung seperti Masjid Aisyah Surakarta, dan Masjid Jogokariyan D.I Yogyakarta. Dengan melakukan wawancara khusus pada takmir atau sktruktural organisasi Masjid Raya Al Falah Sragen. Penelitian yang dilakukan untuk mendapatkan data dengan cara wawancara kepada salah satu tim media yang ada di organisasi masjid Al Falah Sragen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Terdapat beberapa temuan dari hasil observasi dan wawancara kepada narasumber terkait, yaitu salah satu tim yang biasa di sapa Kak Rijal bagian media, yang di Ketuai oleh Bapak Khusnadi Ikhwani, SP, dimana salah satunya melakukan pengembangan masjid menjadi tempat ibadah yang fungsional dan produktif dalam segala hal, seperti lokasi ibadah sehari-hari umat islam Sragen dan sekitarnya, mengaji, kajian, sampai kegiatan sosial seperti konsultasi enterpreuner, business plan, parenting, education, remaja, dan lain-lain seperti pasar rakyat sampai bazaar untuk umat. Karena menjadi salah satu metode pendekatan sosial budaya kepada masyarakat dalam proses persuasi didasarkan pada anggapan bahwa pesan komunikasi dapat mengarahkan individu dapat menerima (B. Suprpto, n.d.; M. A. Suprpto, 2020)

Aktivitas rutin yang dilaksanakan oleh organisasi masjid dalam kegiatan dakwah menjadi pembeda Antara masjid yang lain dimana penggeraknya adalah usia muda, mulai dari guru atau ustadz sampai dengan tim produksinya. Sehingga mampu menjadi pengaruh bagi anak muda lainnya. Pendekatan yang dilakukan merupakan salah satu bentuk inovasi kolaborasi. Jika dalam bentuk kampanye atau mempersuasi masyarakat, teori masuk dalam difusi inovasi, atau inovasi tertentu untuk menganalisis kolaborasi yang tepat Antara komunikasi massa dan komunikasi antarpribadi untuk membuat masyarakat mengadopsi produk, ide, perilaku, salah satunya berdakwah sebagai bentuk produk ilmu agama (Ramadhan & Putri, 2022).

Selain aktivitas dakwah, organisasi masjid ini juga memberikan pelayan dan fasilitas sesuai kebutuhan seperti konsultasi parenting, bisnis syariah sampai dengan kehidupan sosial lainnya, serta memberikan kesan kreativitas sebagai bentuk persuasive anak muda kekinian yang keren namun sesuai syariat islam dan tidak melenceng dari jalur. Artinya aktivitas kemasyarakatan secara luas pun dilakukan oleh Masjid Al Falah sebagai bentuk toleransi. Toleransi perbedaan pilihan dan menahan diri dari secara otomatis melabeli pilihan yang berlawanan sebagai tidak bermoral sangat penting. Pada saat yang sama, mencari titik perbedaan yang tepat dapat membantu menyelesaikan perselisihan dengan menghilangkan perbedaan dan penghindaran yang salah (Basit, 2009)

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian observasi yang dilakukan oleh peneliti terkait organisasi masjid mendapatkan informasi tentang pentingnya komunikasi dua arah antara pengelola masjid yang selama ini bergaya konvensional atau kebanyakan pengurusnya orang tua yang secara pola pikir dan perilaku memakai gaya kepemimpinan lama. Komunikasi dua arah yang dilakukan oleh pengelola masjid yang saat ini lebih kepada kolaborasi dengan para generasi muda yang memahami akhlak, aqidah, serta niat untuk belajar dan mengembangkan sebuah organisasi masjid yang salah satunya menjadi pusat ibadah dan aktivitas keagamaan serta kemasyarakatan dan mampu memberikan kontribusi ke daerahnya seperti kegiatan sosial yang secara universal dilakukan sudah menjadi kegiatan rutin dan memberikan hal yang positif. Oleh karena itu organisasi masjid yang memberikan ruang kepada generasi muda dengan keilmuannya untuk mengembangkan dan memberikan informasi positif kepada masyarakat melalui beberapa wadah yaitu media massa salah satunya media sosial yang sifatnya digitalisasi dan ramah untuk dapat diakses pada masyarakat dan generasi muda lainnya khususnya. Hal yang perlu diperhatikan dari penelitian secara observasi ini adalah perlu beberapa waktu untuk dapat mendalami kiat-kiat khusus ataupun metode yang dilakukan selain pendekatan sosial juga menggunakan pendekatan

spiritual yaitu indah Yang Semestinya juga dilakukan oleh masyarakat muslim agar dapat kalau memakmurkan masjid dan menjadi pusat kegiatan dan pengembangan daerah.

BIBLIOGRAFI

- Auliyah, R. (2014). Studi Fenomenologi Peranan Manajemen Masjid At-Taqwa dalam Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Bangkalan. *Competence: Journal of Management Studies*, 8(1).
- Basit, A. (2009). Strategi Pengembangan Masjid Bagi Generasi Muda. *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 3(2), 270–286.
- CHOTIB, N. U. R. (n.d.). *MANAJEMEN MASJID BERBASIS WISATA RELIGI DAN EKONOMI KREATIF*.
- Djunaidi, A. F., Irfan, L. A., & Safitri, E. (2016). Kebangkitan Masjid Kampus Di Yogyakarta: Eksklusif Atau Inklusif? *Millah: Jurnal Studi Agama*, 283–298.
- Efendi, K. (2009). *Manajemen Masjid Raya Baitus Salam Komplek Billy Moon Jakarta Timur*.
- Fauroni, L., Rusydi, M., Maftukhatusolikah, M., & Zakariya, N. M. (2019). Pengembangan wawasan Islam Kebangsaan mahasiswa melalui konseling sebaya di Masjid Kampus. *Jurnal Nuansa Akademik Jurnal Pembangunan Masyarakat*, 4(2), 105–116.
- Hidayat, M. R. T. (2020). Optimalisasi Fungsi Manajemen Dalam Meningkatkan Peran Dan Fungsi Masjid. *Tadbir: Jurnal Manajemen Dakwah*, 5(3), 285–304.
- Ikhwan, A. (2013). Optimalisasi Peran Masjid Dalam Pendidikan Anak: Perspektif Makro Dan Mikro. *EDUKASI: Jurnal Pendidikan Islam (e-Journal)*, 1(1), 1–16.
- Imran, C. (2008). *Masjid Sebagai Sentral Pemberdayaan Ekonomi Umat: Studi di Masjid Ittihadul Muhajirin Perumahan Reni Jaya Pamulang Tangerang*.
- Ramadhan, G., & Putri, N. E. (2022). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pelaksanaan Pengawasan Kampanye Tahun 2020 Kabupaten Pasaman di Masa New Normal. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(2), 12434–12440.
- Suprpto, B. (n.d.). *Pembingkaihan Media Tentang Islam Pasca Pembantaian Terhadap Muslim di Masjid Annur, Christchurch, New Zealand*1.
- Suprpto, M. A. (2020). *Semberbak dupa di pulau seribu masjid: kontestasi, integrasi, dan resolusi konflik Hindu-Muslim*. Prenada Media.
- Wonosari, N. G. B. A. K. (n.d.). *Manajemen kegiatan dakwah di Masjid Baitun Nur Griya Beringin Asri Kelurahan Wonosari Kecamatan Ngaliyan Kota Semarang*

Copyright holder:

Jeratallah Aram Dani, Bayu Mukti (2023)

First publication right:

[Jurnal Syntax Transformation](#)

This article is licensed under:

