

STRATEGI KOMUNIKASI BADAN KEMAKMURAN MASJID (BKM) DALAM MENINGKATKAN KEPEDULIAN REMAJA TERHADAP KELESTARIAN MASJID AL-IKHLAS JL. JERMAL XV NO. 12 LK. 1 KEL. DENAI-MEDAN

Rani Puspita^{*1}, Nurhanifah², Aini Astriwulan³

^{1,2,3}Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi,
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia

*Corresponding Author:

Email: ranipspt7202@gmail.com

Abstract.

In maintaining the sustainability of the environment, communication is very necessary, both between individuals, individuals between groups and groups between groups, this communication aims so that what you want to achieve can run efficiently and effectively. Al-Ikhlash Mosque has a Mosque Sustainability Agency (BKM) which is in charge of maintaining the sustainability and order of the mosque environment. This agency has an important role to coordinate the activities at the Al Ikhlas Mosque. Including no less important, namely environmental sustainability, the environment should have cleanliness and beauty that it has, so that every occupant has a sense of comfort to live and do activities there. In this regard, the author found an interesting thing to study, namely how BKM as a Mosque organization conducts communication strategies to maintain the preservation of local mosques. In this case, the author uses Qualitative method research with a descriptive approach to describe how the environmental conditions of the mosque are based on the facts produced in the field. In research, BKM has a very important role to maintain environmental order and beauty in the mosque environment through sustainable communication strategy.

Keywords: Communication Strategy, Masjid, Sustainability, Mosque Sustainability Agency

1. PENDAHULUAN

Strategi komunikasi merupakan faktor penentu berhasil tidaknya upaya komunikasi serta organisasi otoritas perlindungan masjid menerapkan strategi komunikasi dalam program pelestarian lingkungan untuk meningkatkan jumlah peserta. Pencapaian tujuan tersebut memerlukan strategi komunikasi yang diterapkan.¹ Strategi komunikasi diseminasi informasi sangat diperlukan bagi suatu program karena tanpa adanya strategi diseminasi maka suatu program tidak ada artinya karena strategi komunikasi merupakan hal penting yang harus dilakukan untuk menyampaikan berita atau informasi kepada masyarakat. Faktor komunikasi merupakan hal yang paling esensial bagaimana suatu organisasi dapat mengubah perilaku orang-orang dalam skala yang lebih besar melalui unsur-unsur strategi komunikasi yaitu. medium, pesan yang ingin disampaikan, saluran atau media yang digunakan, penerima pesan. efek atau dampak yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal. Strategi dapat diartikan sebagai perencanaan kegiatan jangka panjang atau sebagai cara dan usaha untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam hal ini strategi komunikasi BKM di Masjid Al-Ikhlash JL. Jerma XV No. 12 Pertumbuhan Pemuda terhadap Kelestarian Lingkungan di Denai-Medan. Istilah BKM memiliki beberapa perluasan. Ada yang mengatakan kepanjangan BKM adalah Badan Keluarga Masjid, Badan Kelestarian Masjid dan ada pula yang mengatakan bahwa BKM adalah Badan Kesejahteraan Masjid. Tidak ada yang salah dengan ini, semuanya tergantung pada nama daerah tertentu.

¹ Liliweri, A. (2010). Strategi komunikasi masyarakat. Lkis Pelangi Aksara.

Kantor Bina Lingkungan (BKM) Masjid merupakan wadah pengembangan kegiatan pengurus di kawasan terpadu Trans Studio Bandung melalui berbagai kegiatan yang berkaitan langsung dengan kegiatan internal dan eksternal. Kegiatan rutin internal Masjid Raya BKM Trans Studio Bandung antara lain sholat lima waktu, sholat jum'at, sholat Ied, sholat blackout, serta sholat tarawih dan itikaf di masjid. Dengan melakukan kegiatan tersebut, dia memiliki sumber daya pendukung yang membuat perlindungan lingkungan menjadi efektif dan selalu dicintai oleh komunitasnya.²

Saat ini, kegiatan keislaman berbasis masjid tidak lepas dari peran staf administrasi Badan Pelestarian Masjid (BKM). Mereka adalah kekuatan pendorong di balik berbagai acara. Inti dari kegiatan BKM tidak lain adalah untuk membangkitkan minat masyarakat agar mau berpartisipasi bersama dalam kegiatan masjid. Di Masjid Raya BKM Trans Studio Bandung, beliau tidak hanya berperan sebagai pimpinan masjid dalam segala kegiatan, tetapi juga berperan sebagai Humas masjid. Dengan demikian, sebagai petugas Humas, ia bertanggung jawab atas segala kegiatan masjid yang berhubungan dengan pihak luar, misalnya menjalin kerjasama dengan jamaah lain dan terutama berperan dalam mensosialisasikan kegiatan masjid untuk menarik jamaah datang ke masjid. BKM memiliki peran yang sangat besar dalam pengembangan masyarakat dan berpotensi meningkatkan keberlangsungan masjid yang merupakan bagian dari pemberdayaan kehidupan. Fasilitas masjid harus serba guna, artinya manajemen harus ditata secara teratur dan efisien untuk meningkatkan fungsi masjid. Dengan kata lain, bagaimana kita mengelola masjid dengan baik dan profesional. Sehingga dapat mewujudkan masyarakat yang komunal sesuai dengan keinginan Islam, yaitu masyarakat yang baik, sejahtera, rukun, damai dan barokah (Sopyan Sufri Harahap, 1996:28)

Dalam fenomena covid -19 pada tahun-tahun sebelumnya, pemerintah melarang penggunaan tempat ibadah. Hal tersebut tentunya membuat rasa malas para umat islam khususnya remaja. Apalagi, teknologi informasi seperti Handphone yang semakin mendunia, membuat para remaja malas melangkah ke kakinya untuk datang ke masjid, remaja lebih suka bermain game dan lain sebagainya. Allah sangat menyukai orang yang memakmurkan masjid. Dalam Al-Qur'an, Allah SWT berfirman : Sesungguhnya yang memakmurkan masjid Allah hanyalah orang-orang yang beriman kepada Allah dan hari kemudian, serta (tetap) melaksanakan sholat, menunaikan zakat dan tidak takut (kepada apapun) kecuali kepada Allah. Maka mudah-mudahan mereka termasuk orang-orang yang mendapat petunjuk. (QS At-Taubah: 18). Kegiatan tanggung jawab lingkungan tidak lepas dari kehadiran partisipan penelitian, sehingga informasi kelestarian lingkungan harus sampai kepada masyarakat sebanyak-banyaknya untuk melibatkan masyarakat dalam penelitian. Dalam hal ini, BKM harus ikut serta dalam sosialisasi mata kuliah tersebut, harus memiliki strategi agar jumlah peserta bina lingkungan berkelanjutan dapat meningkat. Masjid Agung Trans Studio Bandung dipilih sebagai lokasi penelitian karena Masjid Al-Ikhlas merupakan satu dari banyaknya masjid ternama di Bandung yang rutin mengagendakan program kajian. Peneliti ingin mengkaji strategi komunikasi yang diterapkan oleh BKM Masjid Al-Ikhlas dalam sosialisasi khususnya dalam konteks program pelestarian lingkungan untuk meningkatkan jumlah partisipan penelitian, dimulai dari jumlah partisipan pembangunan atau komunitas yang berkelanjutan secara ekologis. sangat besar Masjid lebih sejahtera. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul "Strategi Komunikasi Badan Kemakmuran Masjid (BKM) Dalam Meningkatkan Kepedulian Remaja Terhadap Kelestarian Masjid Al-Ikhlas Jl. Jermal XV No. 12 Lk. 1 Kel. Denai-Medan".

II. METODE

Jenis penelitian ini adalah studi kasus kualitatif dengan metode deskriptif interpretatif. Menurut Hidayat Syah mengatakan bahwa penelitian deskriptif adalah metode penelitian yang digunakan untuk menemukan pengetahuan yang sedalamnya terhadap objek penelitian pada suatu masa tertentu dengan tidak melebihi lebihkan data atau memanipulasi variabel. Tempat penelitian ini dilakukan di Jl. Jermal XV No. 12 Lk. 1 Kel. Denai-Medan. Adapun yang menjadi informan dalam penelitian ini adalah Bapak Sukimin selaku Badan Kemakmuran Masjid (BKM). Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis

² Abdullah, F. (2020). Strategi Dakwah Dewan Kelestarian Masjid (Dkm). Al-Risalah: Jurnal Studi Agama dan Pemikiran Islam, 11(2), 71-91.

adalah observasi dan wawancara mendalam. Adapun analisis data berupa kumpulan data data yang diperoleh peneliti baik dari observasi dan wawancara lalu diseleksi dan disusun sehingga data data yang tidak berguna untuk menguji hipotesis ditinggalkan. Setelah itu peneliti melakukan klasifikasi data yakni usaha menggolongkan data yang dapat digunakan dalam menarik kesimpulan.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tinjauan Penelitian Terdahulu

Studi penelitian terdahulu sangat penting sebagai bahan acuan yang membantu penulis dalam merumuskan asumsi dasar untuk pengembangan kajian. Tentunya studi terdahulu tersebut harus yang relevan baik dari konteks penelitian maupun metode penelitian yang digunakan. Berikut ini peneliti temukan beberapa hasil penelitian terdahulu tentang Strategi Komunikasi yang dianggap relevan dengan penelitian terdahulu, diantaranya:

Penelitian ini disusun oleh Ibnu Mukhlisin dengan judul Strategi Komunikasi Humas Badan Keluarga Berencana Pemerintahan Kota Bekasi Dalam Mensosialisasi Program Keluarga Berencana di Kota Bekasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi deskriptif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui mengetahui Bagaimana Strategi Komunikasi Badan Keluarga Berencana Pemerintah Kota Bekasi Dalam Mensosialisasikan Program Keluarga Berencana Di Kota Bekasi. Hasil penelitian menunjukkan BKBPP Kota Bekasi memiliki rencana yang telah disusun dengan meilhat situasi dan kondisi dilapangan, melalui pesan yang bersifat informatif dan persuasif dan melakukan kegiatan pelayanan khusus dengan program KB lebih banyak menggunakan media massaa dan pendekatan-pendekatan baik secara individu mapun kelompok serta penigkatan kualitas pelayanan program KB dengan penambahan petugas. Adapun perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu terletak pada sub fokus yang digunakan, peneliti terdahulu menggunakan sub fokus Rencana, Kegiatan, Tujuan, Media dan sasaran, sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan sub fokus Komunikator, Komunikan, Pesan dan Media.

Penelitian ini disusun oleh Niko Yohanes Nagarana dengan judul Strategi Komunikasi Humas Organisasi Buah Batu Corps Bandung Pada Kegiatan Car Free Day Buah Batu Bandung Dalam Meningkatkan Citra Di Kalangan Masyarakat Kota Bandung. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi deskriptif. Penelitian ini bermaksud untuk mengkaji Strategi Komunikasi Humas Organisasi Buah Batu Corps Pada Kegiatan Carfreeday Buah Batu Bandung Dalam Meningkatkan Citra Di Kalangan Masyarakat Kota Bandung. Hasil penelitian menunjukkan Strategi Komunikasi yang dilakukan oleh Humas Organisasi Buah Batu Corps Pada Kegiatan Carfreeday Buah Batu Bandung Dalam Meningkatkan Citra sudah bisa dirasakan oleh pengunjung karena pengunjung carfreeday sudah dapat melihat BBC sebagai organisasi yang mampu menyelenggarakan kegiatan yang positif dan bermanfaat. Adapun perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada sub fokus dan juga objek penelitian, sub fokus yang digunakan oleh peneliti terdahulu yaitu pesan, media dan hambatan, sedangkan peneliti menggunakan komunikator, komunikan, pesan, dan media, serta objek dari penelitian ini juga berbeda dengan penelitian terdahulu.

Penelitian ini disusun oleh Zulfa Al Madina dengan judul Strategi Komunikasi Corporate Communication Pt Bio Farma Bdg Melalui Media Sosial Instagram Dalam Memberikan Informasi Kesehatan Kepada Masyarakat. Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui dan menguraikan secara mendalam mengenai Strategi Komunikasi Corporate Communication PT Bio Farma Bandung Melalui Media Sosial Instagram Dalam Memberikan Informasi Kesehatan Kepada Masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan Strategi Komunikasi Corporate Communication PT Bio Farma Bandung Melalui Media Sosial Instagram telah berjalan sesuai target melalui implementasi tujuan, manajemen komunikasi yang tepat serta pesan dan media yang sesuai. Strategi komunikasi ini dapat memberikan informasi kesehatan kepada masyarakat. Adapun perbedaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu terletak pada objek dan subjek penelitian yang berbeda.³

³ Habibillah, S. S. (2021). KOMUNIKASI ORGANISASI MASJID JOGOKARIYAN TAHUN 2019-2020 (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta).

Pengertian Komunikasi

Manusia merupakan makhluk sosial yang tidak pernah lepas dari interaksi bersama orang disekitarnya, sehingga tidak lepas dari yang namanya komunikasi. Komunikasi pada hakekatnya merupakan salah satu aktivitas yang sangat penting dan sering sekali dilakukan dalam kehidupan setiap manusia, komunikasi merupakan kebutuhan manusia untuk selalu berhubungan dengan sesamanya. Istilah komunikasi secara bebas dipergunakan oleh setiap orang dalam masyarakat. Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata Latin *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama disini maksudnya adalah sama makna. (Effendy 2017: 9).

Sedangkan secara *terminologi* yaitu penciptaan makna antara dua orang atau lebih lewat penggunaan simbol-simbol atau tanda-tanda. Komunikasi disebut efektif bila makna yang tercipta relatif sesuai dengan yang diinginkan komunikator (Mulyana, 2010: 49) Wilbur Schramm menyebutkan bahwa: “Komunikasi dan masyarakat adalah dua kata kembar yang tidak dapat dipisahkan satu sama lainnya. Sebab tanpa komunikasi tidak mungkin masyarakat terbentuk, sebaliknya tanpa masyarakat maka manusia tidak mungkin dapat mengembangkan komunikasi.” (Cangara, 2004). Dalam buku Pengantar Ilmu Komunikasi, Roger bersama D.Lawrence Kincaid melahirkan suatu definisi baru yang mengatakan bahwa: “Komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam” (Cangara, 2004). Rogers mencoba menspesifikasikan hakikat suatu hubungan dengan adanya suatu pertukaran informasi (pesan), dimana ia menginginkan adanya perubahan sikap dan tingkah laku serta kebersamaan dalam menciptakan saling pengertian dari orang-orang yang ikut serta dalam suatu proses komunikasi.

Sedangkan menurut Gerald Amiler yang dikutip oleh Onong Uchjana Effendy dalam buku ilmu komunikasi teori dan praktek, menjelaskan bahwa: “*In the main communication has as its central interest those behavioral situations in which source transmit in message to a receiver (s) with conscious inten to a fact the latte 's behavior*”. (Pada pokoknya, komunikasi mengandung situasi berperilaku sebagai minat sentral, dimana seseorang sebagai sumber menyampaikan sesuatu kesan kepada seseorang atau sejumlah penerima yang secara sadar bertujuan mempengaruhi perilakunya). (Effendy, 2002:49). Dari berbagai definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah proses dimana seseorang (komunikator) menyampaikan perangsang atau pesan (biasanya lambang bahasa) kepada orang lain (komunikan) bukan hanya sekedar memberi tahu tetapi juga mempengaruhi seseorang atau sejumlah orang tersebut untuk melakukan tindakan tertentu (merubah perilaku orang lain).

Pentingnya komunikasi untuk membina hubungan yang baik dalam penyampaian informasi dari seseorang kepada orang lain, bukanlah hal yang mudah, karena apabila mudah tidak akan mungkin terjadinya komunikasi yang meleset. Pada saat dua orang berkomunikasi, ibarat dua dunia yang berbeda bertemu sebab masing-masing individu memiliki pengalaman yang berbeda atau latar belakang yang berbeda.⁴ Dalam proses penyampaian hendaklah berusaha menimbulkan kesamaan makna mengenai apa yang dikomunikasikan. Kesamaan makna dapat terlihat dari mengerti tidaknya bahasa yang digunakan dan mengerti makna dari hal yang dikomunikasikan. Dengan adanya kesamaan tersebut akan memudahkan penerimaan informasi dari orang yang kita ajak berkomunikasi.

Definisi Komunikasi Organisasi

R. Wayne dan Don F. Paules dalam buku Komunikasi Organisasi Teori dan Studi Kasus (Ruliana, 2014: 18) mengemukakan definisi fungsional komunikasi organisasi sebagai berikut: “Komunikasi organisasi sebagai pertunjukan dan penafsiran pesan diantara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu. Suatu organisasi demikian terdiri dari unit-unit komunikasi dalam hubungan hierarkis antara yang satu dengan lainnya dan berfungsi dalam suatu lingkungan.” (Ruliana, 2014: 18). Dalam komunikasi organisasi unit-unit menjadi saling bergantung satu sama lain (*the flow of message within a network of interdependent relationship*). Pengertian komunikasi organisasi dalam

⁴ Sapta, T. H. (2019). KOMUNIKASI WISATA RELIGI MASJID AZIZI LANGKAT UNTUK MENARIK MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN OLEH PEMERINTAH KABUPATEN LANGKAT (Doctoral dissertation).

buku “Komunikasi Organisasi Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan” adalah perilaku perorganisasian yang terjadi dan bagaimana mereka yang terlibat dalam proses itu bertransaksi dan memberi makna atas apa yang sedang terjadi.

Pengertian Strategi Komunikasi

Keberhasilan kegiatan komunikasi secara efektif banyak ditentukan oleh penentuan strategi komunikasi. Di lain pihak jika tidak ada strategi komunikasi yang baik, efek dari proses komunikasi (terutama komunikasi media massa) bukan tidak mungkin akan menimbulkan pengaruh negatif.⁵ Menurut Onong Uchjana Effendi dalam buku berjudul “Dimensi-Dimensi Komunikasi” menyatakan bahwa: “Strategi komunikasi merupakan paduan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan manajemen (*communication management*) untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung dari situasi dan kondisi.” (Effendy, 2004: 84). Strategi komunikasi menurut Onong Uchjana Effendy dalam bukunya, Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi, yaitu: “Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukan arah saja, melainkan harus menunjukan bagaimana taktik operasionalnya. (Effendy, 2003: 32)”

Hal yang harus diperhatikan dalam menyusun strategi komunikasi (Effendy, 2013: 35) adalah sebagai berikut:

- a. Mengenali Sasaran Komunikasi
Sebelum melancarkan komunikasi, perlu dipelajari terlebih dahulu siapa-siapa saja yang menjadi sasaran komunikasi.
- b. Pemilihan Media Komunikasi
Untuk mencapai sasaran komunikasi, dapat dipilih salah satu atau gabungan dari beberapa media, bergantung pada tujuan yang akan dicapai, kesan yang akan dicapai, kesan yang akan disampaikan, dan teknik yang akan digunakan.
- c. Pengkajian Tujuan Pesan Komunikasi
Pesan komunikasi mempunyai tujuan tertentu seperti menentukan teknik yang harus digunakan, isi yang akan disampaikan, dan bahasa yang harus digunakan.
- d. Peranan Komunikator dalam Komunikasi.
Menurut seorang pakar perencanaan komunikasi Middelton (1980) yang dikutip Hafied Cangara dalam bukunya Perencanaan dan strategi Komunikasi mengatakan: “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.” (Cangara, 2017: 64)

Anwar Arifin dalam buku „Strategi Komunikasi’ menyatakan bahwa: “Sesungguhnya suatu strategi adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan, guna mencapai tujuan. Jadi merumuskan strategi komunikasi, berarti memperhitungkan kondisi dan situasi yang dihadapi dan yang akan mungkin dihadapi di masa depan, guna mencapai efektivitas. Melalui strategi komunikasi ini, berarti dapat ditempuh beberapa cara memakai komunikasi secara sadar untuk menciptakan perubahan pada diri khalayak dengan mudah dan cepat.” (2004: 10)

Pengertian Masjid

Masjid menurut bahasa berarti tempat bersujud yang berasal dari Bahasa Arab yaitu *sajada-sujudan-masjid*. Masjid merupakan tempat kegiatan ibadah yang di maksud memiliki arti yang luas, bukan hanya tempat sholat masjid juga dapat digunakan sebagai tempat kegiatan yang membawa kemaslahatan dunia dan akhirat. Masjid merupakan wadah yang paling strategis dalam pembinaan dan menggerakkan potensi

⁵ Pratiwi, S. R., Dida, S., & Sjafirah, N. A. (2018). Strategi komunikasi dalam membangun awareness wisata halal di kota Bandung. Jurnal Kajian Komunikasi, 6(1), 78-90.

umat islam untuk mewujudkan sumber daya manusia yang tangguh dan berkualitas. Masjid juga merupakan simbol eksistensi sebuah masyarakat muslim. Masjid adalah rumah Allah SWT yang dibangun sebagai sarana bagi umat islam untuk mengingat, mensyukuri dan menyembah Allah SWT dengan lebih baik, selain itu juga merupakan tempat melaksanakan berbagai aktivitas amal shaleh seperti tempat berkumpulnya umat islam.⁶

Badan Kelestarian Masjid (BKM)

Istilah BKM memiliki beberapa kepanjangan. Ada yang menyebutkan bahwa kepanjangan dari BKM adalah Badan Keluarga Masjid, Badan Kelestarian Masjid, dan ada yang menyebutkan BKM itu Badan Kesejahteraan Masjid. Badan Kelestarian Masjid (BKM), merupakan organisasi yang dikelola oleh jemaah muslim dalam melangsungkan aktivitas di masjid. Setiap masjid yang terkelola dengan baik memiliki BKM dengan strukturnya masing-masing. Secara umum, pembagian kerjanya terbagi menjadi tiga yaitu Bidang 'Idarah (administrasi manajemen masjid), Bidang 'Imarah (aktivitas memakmurkan masjid) dan Bidang Ri'ayah (pemeliharaan fisik masjid). Sekarang ini, kegiatan keislaman berbasis masjid tidak akan terlepas dari peranan para pengurus Badan Kelestarian Masjid (BKM). Yang mana mereka merupakan penggerak dari berbagai kegiatan yang diselenggarakan. Inti dari kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan BKM, tidak lain untuk menarik minat masyarakat agar mau bersama-sama mengikuti kegiatan yang ada di masjid.⁷

Strategi Komunikasi Badan Kemakmuran Masjid (BKM)

Dalam proses penelitian, selama melakukan wawancara peneliti menemukan bahwa BKM masjid al-ikhlas telah melakukan tugasnya sebagai seorang badan kemakmuran masjid dan memenuhi tugasnya dengan sebaik-baiknya. Hal itu dikarenakan terciptanya kegiatan-kegiatan yang melibatkan lingkungan menjadi lebih positif. Dari hasil wawancara, Bapak Sukimin mengatakan bahwa remaja sekarang cenderung lebih suka bermain, menghabiskan waktu dengan teman-temannya, nongkrong dan sebagainya daripada peduli terhadap lingkungan masjid di sekitarnya. Padahal remaja Islam memiliki peran penting dalam pelestarian masjid dan merupakan salah satu tugas bagi remaja Islam untuk peduli terhadap lingkungan masjidnya. Dalam usaha menciptakan kepedulian remaja di sekitar masjid Al Ikhlas, BKM masjid Al-Ikhlas yaitu bapak Sukimin melakukan bimbingan dan arahan kepada remaja-remaja untuk lebih peka dan peduli terhadap lingkungan masjid guna kebersihan dan terawatnya masjid tersebut sehingga masyarakat di sekitarnya merasa nyaman dalam melakukan ibadah. Bimbingan dan arahan ini bersifat berkesinambungan yaitu dengan tidak hanya mengumpulkan para pemuda yang inisiatif datang namun juga mendatangi rumah-rumah pemuda yang tidak ingin berpartisipasi dalam bimbingannya. Dalam arahan tersebut terciptalah beberapa program yang diwujudkan oleh Bapak Sukimin antara lain yaitu:

Remaja masjid al-ikhlas diberikan jadwal untuk melakukan kebersihan dan perawatan masjid sesuai dengan kesepakatan masing-masing remaja di masjid tersebut. Kegiatan piket masjid ini diharapkan agar masjid selalu bersih dan terlihat indah. Meningkatkan kepedulian remaja tentang pentingnya kebersihan dan kelestarian masjid ini sangat diperlukan karena bertujuan agar para remaja itu tahu bahwa itu adalah kewajiban mereka sebagai remaja-remaja Islam untuk merawat rumah ibadahnya sehingga mereka mendapat pahala dari waktu luangnya daripada hanya menghabiskan waktu untuk hal-hal yang tidak berguna yang membuat remaja-remaja tersebut terdorong ke dalam hal-hal yang tidak diinginkan. Tujuan dari pengumpulan remaja-remaja tersebut ditekankan bukan hanya untuk menciptakan kepedulian mereka terhadap masjid ini namun untuk lebih mendorong mereka melakukan hal-hal yang lebih berguna bagi hidup mereka dan bagi masyarakat sekitarnya. Strategi komunikasi yang digunakan oleh BKM tersebut hanya berupa arahan dan bimbingan saja namun oleh bantuan masyarakat

⁶ Nasution, N. H., & Wijaya, W. (2020). Manajemen masjid pada masa pandemi covid 19. Yonetim: Jurnal Manajemen Dakwah, 3(01), 84-104.

⁷ Ilyas, M., Sarbini, M., & Maulida, A. (2019). UPAYA PENGURUS DEWAN KELESTARIAN MASJID (DKM) DALAM PEMBINAAN KEBERAGAMAAN REMAJA: Studi pada Remaja Masjid Ahlul Khoir RT 08 RW 13 Kelurahan Cilebut Timur Kecamatan Sukaraja Kabupaten Bogor. Prosa PAI: Prosiding Al Hidayah Pendidikan Agama Islam, 1(2B), 192-202.

sekitarnya yang setuju oleh adanya kegiatan tersebut Bapak Sukimin mendapat banyak dorongan dalam memulai program piket untuk remaja masjid tersebut.

Tidak hanya tentang kebersihan dan keindahan masjid. Bapak Sukimin membuat suatu program di mana remaja laki-laki juga dapat jadwal untuk menjadi muadzin setiap harinya secara bergantian. Selain itu, adanya pengajian rutin yang dilakukan oleh remaja-remaja atas arahan dari BKM dan warga sekitarnya. Bapak Sukimin menambahkan bahwa keindahan dan kelestarian masjid tidak hanya dilihat tentang bagaimana bagian dalam dan luar masjid tersebut terlihat bersih namun tentang banyaknya lantunan ayat Alquran, indahnya suara adzan dari remaja-remaja tersebut itulah yang dianggap oleh Bapak Sukimin sebagai kelestarian masjid yang sesungguhnya.

IV. KESIMPULAN

Strategi komunikasi yang dilakukan oleh BKM yaitu berupa bimbingan dan arahan kepada para remaja yang bersifat berkesinambungan. Strategi yang dilakukan untuk meningkatkan kepedulian remaja terhadap kelestarian masjid ini mendapat perhatian dan dorongan dari masyarakat sehingga masyarakat ikut membantu bapak Sukimin untuk mendorong remaja agar ingin berpartisipasi dalam program yang diciptakan oleh Bapak Sukimin. Tidak hanya program yang bersifat kebersihan. Ada beberapa program-program lainnya yang tercipta dari arahan dan bimbingan BKM tersebut seperti jadwal adzan dan pengajian rutin yang dilakukan oleh para remaja tersebut. Bapak Sukimin menganggap bahwa kepedulian terhadap kelestarian masjid ini tidak hanya mengenai kebersihan masjid saja namun juga tentang bagaimana ketenangan dari adzan dan lantunan ayat Alquran yang dilaksanakan oleh para remaja tersebut. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi komunikasi dari bapak BKM masjid Al-Ikhlas kepada para remaja menghantarkan pada tercapainya tujuan. Sehingga komunikasi antar BKM dengan para remaja ini berjalan baik sesuai dengan fungsi komunikasi

REFERENSI

- Andea E., Yulianto, Y., Dan Fikri, A. 2021. Masjid Jami' Masjid Bersejarah Di Kecamatan Pangean Kabupaten Kuantan Singingi. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 1(2)
- Ilyas, M., Sarbini, M., & Maulida, A. (2019). UPAYA PENGURUS DEWAN KEMAKMURAN MASJID (DKM) DALAM PEMBINAAN KEBERAGAMAAN REMAJA: Studi pada Remaja Masjid Ahlul Khoir RT 08 RW 13 Kelurahan Cilebut Timur Kecamatan Sukaraja Kabupaten Bogor. *Prosa PAI: Prosiding Al Hidayah Pendidikan Agama Islam*, 1(2B), 192-202.
- Marfu'ah, U. (2018). Strategi Komunikasi Dakwah Berbasis Multikultural. *Islamic Communication Journal*, 2(2)
- Nasution, N. H., & Wijaya, W. (2020). Manajemen masjid pada masa pandemi covid 19. *Yonetim: Jurnal Manajemen Dakwah*, 3(01)
- Pratiwi, S. R., Dida, S., & Sjafirah, N. A. (2018). Strategi komunikasi dalam membangun awareness wisata halal di kota Bandung. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 6(1)
- Saputra, A., & Kusuma, B. M. A. (2017). Revitalisasi masjid dalam dialektika pelayanan umat dan kawasan perekonomian rakyat. *Al-Idarah: Jurnal Manajemen dan Administrasi Islam*, 1(1)
- Sarastuti, D. (2017). Strategi komunikasi pemasaran online produk busana muslim queenova. *Visi Komunikasi*, 16(01)
- Wijaya, I.S (2015). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi Dalam Kegiatan Pembangunan*. Lentera ,17 (1)
- Yusilawati Y. (2020). Strategi Komunikasi Dewan Kemakmuran Masjid (DKM) Dalam Mensosialisasikan Program Kajian (Docto4al Dissertation, Universitas Komputer Indonesia)