

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Strategi Komunikasi dalam Meningkatkan Partisipasi Jemaah Pada Kegiatan Keagamaan di Masjid Agung Al-Anwar Kota Marabahan, maka dapat ditarik beberapa Kesimpulan sebagai berikut :

1. Strategi komunikasi yang diterapkan oleh pengurus Masjid Agung Al-Anwar Kota Marabahan dalam meningkatkan partisipasi jemaah masih didominasi oleh komunikasi lisan dan komunikasi antarpribadi secara langsung. Penyampaian informasi kegiatan keagamaan dilakukan melalui pengumuman menggunakan pengeras suara masjid, komunikasi tatap muka, serta pemanfaatan media pendukung seperti grup WhatsApp, spanduk, dan poster. Strategi ini memiliki keunggulan dalam membangun kedekatan emosional, kepercayaan, serta memungkinkan terjadinya umpan balik secara langsung antara pengurus dan jemaah. Namun, strategi tersebut belum sepenuhnya terencana dan terintegrasi sebagaimana konsep teori strategi komunikasi, sehingga jangkauan informasi masih terbatas pada jemaah yang aktif hadir di masjid. Strategi komunikasi yang diterapkan oleh pengurus masjid memiliki peran yang penting dalam meningkatkan partisipasi jemaah sehingga kurangnya pendekatan komunikasi yang persuasif dan interpersonal menyebabkan sebagian jemaah belum memiliki rasa keterikatan yang kuat dengan kegiatan keagamaan yang diselenggarakan.
2. Media komunikasi yang digunakan oleh pengurus masjid masih bersifat konvensional dan belum memanfaatkan media digital secara optimal. Media utama yang digunakan adalah pengeras suara masjid, komunikasi lisan dari mulut ke mulut, grup WhatsApp terbatas, serta media visual sederhana seperti poster dan

spanduk. Minimnya pemanfaatan media sosial dan platform digital menyebabkan informasi kegiatan keagamaan belum menjangkau jemaah secara luas, khususnya jemaah yang jarang hadir secara langsung. berdampak pada rendahnya tingkat partisipasi jemaah dalam kegiatan keagamaan di luar ibadah rutin. Partisipasi jemaah dalam kegiatan keagamaan dipengaruhi oleh cara penyampaian informasi, pendekatan emosional, dan konsistensi kegiatan.

3. Tingkat partisipasi jemaah dalam kegiatan keagamaan selain ibadah rutin masih tergolong belum optimal. Rendahnya partisipasi tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain keterbatasan waktu jemaah, kurangnya kesadaran dan motivasi, serta strategi komunikasi yang belum variatif. Jika dianalisis menggunakan teori hierarki kebutuhan Maslow, strategi komunikasi yang kurang interaktif belum sepenuhnya mampu memenuhi kebutuhan sosial dan aktualisasi diri jemaah. Jemaah cenderung lebih termotivasi untuk berpartisipasi apabila merasa dilibatkan, dihargai, serta memiliki peran dalam kegiatan masjid. Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi pengurus masjid memiliki peran penting dalam meningkatkan partisipasi jemaah, namun masih memerlukan pengembangan yang lebih kreatif, inovatif, dan adaptif terhadap perkembangan teknologi komunikasi. Penguatan strategi komunikasi yang terencana, pemanfaatan media digital secara optimal, serta pendekatan partisipatif diharapkan mampu meningkatkan keterlibatan jemaah dan memperkuat fungsi Masjid Agung Al-Anwar Kota Marabahan sebagai pusat ibadah, dakwah, dan pemberdayaan masyarakat.

B. Saran-saran

1. Pengurus masjid diharapkan dapat terus mengembangkan strategi komunikasi yang lebih inovatif dan partisipatif, terutama dengan melibatkan jemaah secara aktif dalam perencanaan dan pelaksanaan kegiatan keagamaan. Selain itu, perlu diadakan evaluasi rutin terhadap program keagamaan agar kegiatan yang diselenggarakan tetap relevan dengan kebutuhan jemaah.
2. Tokoh agama dan penceramah diharapkan dapat menyampaikan materi keagamaan dengan pendekatan yang lebih komunikatif dan kontekstual, menggunakan bahasa yang mudah dipahami, serta mengaitkan pesan keagamaan dengan realitas kehidupan jemaah agar dapat meningkatkan partisipasi dan pemahaman jemaah. Jemaah diharapkan dapat meningkatkan kesadaran dan partisipasi dalam berbagai kegiatan keagamaan
3. Pengurus Masjid Agung Al-Anwar Kota Marabahan disarankan untuk mengembangkan strategi komunikasi yang lebih variatif, dengan memadukan komunikasi interpersonal dan pemanfaatan media digital seperti media sosial (WhatsApp, Instagram, atau Facebook) agar informasi kegiatan keagamaan dapat menjangkau jemaah secara lebih luas dan cepat.
4. Perlu adanya program khusus yang melibatkan generasi muda secara aktif, seperti pembentukan dan penguatan remaja masjid, pelatihan kepemimpinan, kajian tematik anak muda, serta kegiatan keagamaan yang dikemas secara kreatif dan relevan dengan kehidupan generasi muda, sehingga dapat meningkatkan rasa memiliki terhadap masjid.
5. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengkaji strategi komunikasi masjid dengan pendekatan yang lebih luas, misalnya melalui perbandingan dengan masjid lain atau menggunakan metode penelitian yang berbeda, sehingga dapat

memberikan rekomendasi yang lebih dalam upaya meningkatkan partisipasi jemaah dalam kegiatan keagamaan.