

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Mesjid bagi umat Islam tak hanya menjadi tempat beribadah kepada Allah SWT, melainkan juga memiliki peran yang melampaui itu. Masjid juga bisa digunakan sebagai tempat untuk mengadakan diskusi dan konsultasi mengenai hal-hal keagamaan. Dari keberadaan masjid, masyarakat sosial memperoleh sejumlah kontribusi yang signifikan, yang pada akhirnya berdampak positif terutama dalam membentuk perilaku masyarakat yang baik dan menyebarkan nilai-nilai Islam.¹

Berbicara tentang masjid dan fungsinya, tentu tidak akan terlepas dari keberadaan dimana masjid itu berada, sehingga dengan demikian secara fisik dan fungsinya berbeda menurut daerahnya masing-masing. Seiring majunya teknologi baik dalam hal fisik maupun fungsinya, masjid mengalami perubahan signifikan. Kini masjid bukan hanya sebagai tempat untuk beribadah, melainkan juga semakin berperan sebagai pusat pendidikan dan pembinaan umat.²

Dalam era informasi digital dan globalisasi yang terus berkembang, peran PR menjadi semakin penting bagi berbagai organisasi di berbagai sektor. Hal yang sama berlaku untuk peran dan fungsi PR (Hubungan Masyarakat) di sebuah masjid. Keterlibatan organisasi masjid dalam menjalankan perannya memiliki pengaruh

¹ Muhammad Reza dan Anang Anas Azhar, "Strategi Public Relations Masjid Ubudiyah Aulawiyah PTPN II Tanjung Morawa dalam Menjaga Current Image Jamaah," *Promedia (public Relation dan Media Komunikasi)* 9, no. 1 (30 Juni 2023): 1–15

² E. Sunarto, *Generasi Milenial Kembalilah ke Masjid Mengkritisi terhadap Fungsi Masjid sebagai Pusat Pembinaan Umat* (Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia, 2023),

besar terhadap kemakmuran dan reputasi positifnya saat ini. Dengan bantuan organisasi masjid, kegiatan yang berlangsung di dalamnya dapat dipilih secara cermat sesuai dengan ajaran agama dan tujuan dakwah yang tepat. Fenomena globalisasi, yang ditandai oleh kemajuan pesat dalam teknologi informasi dan komunikasi telah memberikan banyak kenyamanan dan kemudahan dalam kehidupan sehari-hari. Informasi dari berbagai belahan dunia dapat diakses di mana pun kita berada, baik melalui televisi, komputer, bahkan telepon seluler secara langsung (live) dari peristiwa yang sedang berlangsung.³

Strategi komunikasi dalam konteks Islam mencakup berbagai aspek dan praktik komunikasi yang selaras dengan nilai-nilai, etika, serta ajaran Islam. Tujuan dari strategi komunikasi dalam Islam adalah untuk mengampanyekan pesan-pesan Islam, memperdalam pemahaman, serta membangun hubungan yang harmonis antara individu dan masyarakat. Strategi komunikasi dalam Islam menekankan pendekatan hikmah dan metode yang baik dalam menyampaikan ajaran agama, sebagaimana disebutkan dalam QS. An-Nahl: 125

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ السَّيِّئَةِ وَجَادِلْهُمْ هَيَّئِ لَهُمْ سَبِيلَ اللَّهِ أَنْ يَرْجِعُوا إِلَى اللَّهِ وَأَطِيعُوا أَمْرًا مَعْرُوفًا مَعْرُوفًا وَهُوَ أَعْلَمُ بِمَا يَهْتَدُونَ

Artinya : “Serulah (manusia) ke jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pengajaran yang baik serta debatlah mereka dengan cara yang lebih baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang paling tahu siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dia (pula) yang paling tahu siapa yang mendapat petunjuk.”

Komunikasi memiliki peran yang krusial dalam menjaga dan membentuk relasi antar individu. Fungsi komunikasi sosial terhubung erat dengan interaksi

³ Usfiyatul Marfu'ah, “Strategi Komunikasi Dakwah Berbasis Multikultural,” *Islamic Communication Journal* 2, no. 2 (25 Januari 2018): 3,

antara individu maupun kelompok dengan lingkungan sekitarnya. Sebab komunikasi sosial memegang peranan penting dalam kehidupan manusia. Melalui Komunikasi sosial, seseorang dapat menerapkan strategi komunikasi yang mendukung proses perkembangan dirinya sebagai individu yang turut berperan dalam menjalin hubungan antar sesama.⁴ Hampir semua pelaku bisnis dan organisasi menggunakan strategi komunikasi. Hal serupa juga berlaku untuk Pengurus di Mesjid Jami Pemurus Dalam Banjarmasin.

Peneliti tertarik untuk meneliti strategi komunikasi public relations di Mesjid Jami Pemurus Dalam Banjarmasin yang tidak hanya berperan sebagai tempat sholat, tetapi juga sebagai pusat pembelajaran dan penyebaran ajaran Islam.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan informasi yang telah disampaikan sebelumnya, fokus dari penelitian ini akan mengarah pada

1. Apa Strategi Komunikasi yang digunakan Public Relations di Mesjid Jami Pemurus Dalam?
2. Bagaimana Strategi Komunikasi yang dilakukan Oleh Public Relations di Mesjid Jami Pemurus Dalam?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu :

⁴ Radja Aqilla Hafizh, Azzam Hilmy Tsani, dan Ismail Mubarak, "Strategi Komunikasi Berbasis Nilai-Nilai Islam," *Student Research Journal*, 31 Desember 2023, 262–72.

1. Untuk mengetahui Strategi Komunikasi yang digunakan Public Relations di Mesjid Jami Pemurus Dalam
2. Untuk mengetahui Bagaimana Strategi Komunikasi yang dilakukan oleh Public Relations di Mesjid Jami Pemurus Dalam

D. Signifikasi Penelitian

Signifikasi Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi kepada Masyarakat dalam memahami bagaimana Pengurus Mesjid pada Mesjid Jami Pemurus Dalam Banjarmasin dalam menggunakan Strategi Komunikasinya untuk mengembangkan dan menarik minat jamaah dalam melakukan kegiatan-kegiatan keagamaan di Mesjid Jami Pemurus Dalam, dan secara Akademis bisa menjadi salah satu sumbangsih untuk menambah wawasan dan pengetahuan penulis terhadap penelitian yang diteliti, khususnya kajian dalam bidang studi Komunikasi.

E. Definisi Operasional

1. Strategi Komunikasi

Dalam Konteks penelitian ini, strategi komunikasi dimaknai sebagai langkah-langkah yang disusun oleh pengurus Masjid Jami Pemurus Dalam dalam menyampaikan pesan atau informasi secara terencana kepada jamaah dan masyarakat luas. Hal ini mencakup bagaimana pesan disusun, media yang digunakan, siapa saja yang menjadi sasaran komunikasi, serta cara mengevaluasi efektifitas komunikasi yang dilakukan. Strategi ini meliputi

unsur perencanaan, pemilihan media, segmentasi audiens, metode penyampaian, hingga penilaian hasil komunikasi.

2. Public Relations (Humas)

Istilah humas dalam penelitian ini merujuk pada aktivitas pengelola masjid dalam membina hubungan yang positif dengan publiknya, baik internal maupun eksternal. Aktivitas tersebut bisa berupa penyampaian informasi kegiatan, pelayanan kepada jamaah, keterbukaan terhadap kritik dan saran, serta upaya membangun citra masjid yang ramah, terbuka, dan terpercaya di mata masyarakat. Humas juga berperan sebagai penghubung antara masjid dan berbagai pihak luar, termasuk media dan instansi pemerintah.

3. Masjid Jami Pemurus Dalam Kota Banjarmasin

Yang dimaksud adalah masjid besar yang terletak di kawasan Pemurus Dalam, Kecamatan Banjarmasin Selatan. Masjid ini menjadi objek utama dalam penelitian karena memiliki kegiatan keagamaan dan sosial yang cukup aktif, serta melibatkan tim pengurus yang menjalankan fungsi komunikasi dan kehumasan dalam melayani jamaah dan masyarakat sekitar.

F. Penelitian Terdahulu

Penelitian Nurfatmawati⁵, isi penelitian ini tentang Strategi Komunikasi yang digunakan Takmir masjid dalam memakmurkan Masjid Jogokariyan. Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki bagaimana Strategi Komunikasi yang digunakan Takmir Mesjid dalam memakmurkan Mesjid. Berdasarkan Penelitian yang dilakukan bagaimana cara takmir masjid memakmurkan Mesjid yang dapat terlihat bahwa warga aktif dalam mengikuti shalat berjamaah. Partisipasi mereka dipengaruhi oleh peran utama dari takmir. Hal ini terlihat dari usaha takmir dalam berkomunikasi secara pribadi dengan warga setempat melalui strategi yang terorganisir dengan baik. Selain itu, takmir juga aktif dalam melaksanakan salat berjamaah di masjid. Mereka memiliki prinsip untuk "menyalatkan orang yang masih hidup". Persamaan dengan Penelitian yang akan dilakukan adalah Menggunakan Metode Penelitian Kualitatif sedangkan perbedaannya terdapat pada Objek Penelitian yaitu Mesjid Jogokariyan dengan Mesjid Jami Pemurus Dalam Banjarmasin.

Penelitian M. Musliadi dan Suriati⁶, dalam penelitian ini Peneliti menggunakan Metode Penelitian Kualitatif. Perbedaannya terletak pada Objek Penelitiannya yaitu di Mesjid Nujumul Ittihad dengan Mesjid Jami Pemurus Dalam. Penelitian ini menggunakan metode eksploratif dengan pendekatan kualitatif. Peneliti akan langsung terlibat di lapangan untuk mengumpulkan data

⁵ Atik Nurfatmawati, "Strategi Komunikasi Takmir dalam Memakmurkan Masjid Jogokariyan Yogyakarta (Communication Strategy of the Mosque Management for Prosperity of Jogokariyan Mosque Yogyakarta)," *Jurnal Dakwah Risalah* 31, no. 1 (2020): 21–34.

⁶ Musliadi Musliadi dan Suriati Suriati, "Strategi Komounikasi Dakwah Masjid Nujumul Ittihad," *Retorika : Jurnal Kajian Komunikasi dan Penyiaran Islam* 3, no. 2 (30 Oktober 2021): 106–25,

terkait strategi komunikasi dan dakwah di Masjid Nujumul Ittihad pada masa pandemi. Pendekatan yang digunakan adalah konstruktivis dengan menggunakan observasi non-partisipan, wawancara mendalam, dan analisis isi kualitatif sebagai metode riset.

Temuan dari penelitian ini mengindikasikan bahwa di Masjid Nujumul Ittihad, strategi dakwah utamanya berfokus pada seleksi dai. Sebanyak 32 dai telah ditugaskan untuk melaksanakan kegiatan dakwah sesuai jadwal yang telah ditetapkan, termasuk pengajian rutin dan khutbah Jum'at. Namun, pemanfaatan media sosial sebagai alat dakwah masih belum optimal oleh para dai.

Penelitian Elpa Hermawan⁷, Studi ini menerapkan pendekatan deskriptif kualitatif. Sesuai dengan pendekatan kualitatif dalam penelitian mengacu pada pemeriksaan fenomena sosial atau kejadian yang terjadi di lapangan. Fokus penelitian ini adalah memeriksa taktik yang digunakan oleh Public Relations di Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif untuk membangun hubungan dengan media. Perbedaannya dengan penelitian sebelumnya adalah lokasi atau objek penelitian, di mana yang satu mengambil tempat di Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif sementara yang lainnya dilakukan di sebuah masjid.

⁷ Elpa Hermawan, "Strategi Public Relations Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dalam Membangun Media Relations," *JMK (Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan)* 5, no. 2 (1 Juni 2020): 140,

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini akan penulis sajikan dalam bentuk per bab, yaitu:

BAB I: Pendahuluan. Bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, definisi operasional, penelitian terdahulu.

BAB II: Kajian Teori. Bab ini berisi tentang Strategi Komunikasi Public Relations yang dilihat dari unsur-unsur Strategi Komunikasi yang digunakan

BAB III: Metode Penelitian. Bab ini berisi tentang metode penelitian yang terdiri dari pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, subjek dan objek penelitian, data dan sumber data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan data.

BAB IV: Hasil Penelitian. Bab ini berisi tentang gambaran singkat lokasi penelitian, penyajian data dan pembahasan.

BAB V: Penutup. Bab ini berisikan kesimpulan dan saran.