

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Profil Masjid Agung Al-Munawwarah Banjarbaru



Gambar 4. 1 Masjid Agung Al-Munawwarah Banjarbaru

Masjid Agung Al-Munawwarah terletak di Jalan Trikora No. 9, Kelurahan Kemuning, Kecamatan Banjarbaru Selatan, Kota Banjarbaru, Provinsi Kalimantan Selatan. Letaknya yang berada di pusat kota menjadikan masjid ini mudah diakses oleh masyarakat dari berbagai wilayah. Posisi yang strategis tersebut mendukung fungsi masjid sebagai pusat kegiatan keagamaan dan sosial kemasyarakatan.

Masjid Agung Al-Munawwarah didirikan sebagai masjid representatif yang menjadi ikon keagamaan di Kota Banjarbaru. Pembangunannya dilatarbelakangi oleh kebutuhan masyarakat akan sarana ibadah yang mampu menampung jumlah jemaah yang besar serta menjadi pusat kegiatan

Islam di tingkat kota. Seiring perkembangannya, masjid ini tidak hanya berfungsi sebagai tempat pelaksanaan shalat berjemaah, tetapi juga berkembang menjadi pusat dakwah, pendidikan keagamaan, dan kegiatan sosial umat Islam di Banjarbaru.⁸⁴

Dalam perjalanannya, masjid ini mendapat dukungan dari pemerintah daerah serta partisipasi aktif masyarakat, sehingga mampu berkembang menjadi salah satu masjid terbesar dan paling berpengaruh di wilayah tersebut.

Masjid Agung Al-Munawwarah dikelola oleh pengurus masjid yang berada di bawah koordinasi pemerintah Kota Banjarbaru. Struktur kepengurusan terdiri atas ketua umum, sekretaris, bendahara, serta bidang-bidang yang menangani kegiatan ibadah, dakwah, sosial, dan keuangan.

Selain pengurus inti, terdapat organisasi Remaja Masjid (Remas) yang berperan aktif dalam membantu pelaksanaan program-program keagamaan dan sosial. Remaja Masjid berfungsi sebagai pelaksana teknis berbagai kegiatan, khususnya dalam bidang publikasi, koordinasi lapangan, dan komunikasi dengan masyarakat. Kolaborasi antara pengurus dan Remaja Masjid menunjukkan adanya pembagian peran yang sistematis dalam pengelolaan aktivitas masjid.

Sebagai masjid agung tingkat kota, Masjid Agung Al-Munawwarah menyelenggarakan berbagai aktivitas keagamaan secara rutin, antara lain

⁸⁴ “Informasi Banua,” accessed April 30, 2026, <https://smart.kalselprov.go.id/Welcome/read/1957>.

shalat lima waktu berjemaah, shalat Jumat, pengajian rutin mingguan, Peringatan Hari Besar Islam (PHBI), tablig akbar dan kegiatan dakwah, pesantren Ramadhan, pengelolaan zakat, infak, dan sedekah, pelaksanaan salat Idulfitri dan Iduladha.

Selain fungsi ibadah ritual, masjid ini juga berperan sebagai pusat konsolidasi sosial umat, ruang pendidikan keagamaan, serta sarana pembinaan generasi muda melalui kegiatan Remaja Masjid. Tingginya partisipasi jemaah dalam berbagai kegiatan menunjukkan bahwa masjid memiliki citra positif dan kedudukan yang kuat dalam kehidupan religius masyarakat Banjarbaru.

2. Profil Remaja Masjid Agung Al-Munawwarah Banjarbaru



Gambar 4. 2 Remaja Masjid Agung Al-Munawwarah Banjarbaru

Remaja Masjid Masjid Agung Al-Munawwarah Banjarbaru merupakan salah satu kelompok pemuda yang aktif berperan dalam pelaksanaan dan pengembangan aktivitas keagamaan di lingkungan Masjid Agung Al-Munawwarah. Kelompok ini beranggotakan remaja dan pelajar yang berada di wilayah Kota Banjarbaru, Kalimantan Selatan, dengan rentang usia mulai

dari pelajar menengah hingga kaum muda yang memiliki minat dan komitmen terhadap kegiatan keagamaan. Remaja Masjid berfungsi sebagai salah satu elemen penting dalam mendukung peran masjid tidak hanya sebagai tempat ibadah, tetapi juga sebagai media pembinaan, pendidikan, dan pemberdayaan generasi muda sesuai dengan nilai-nilai Islam.

Secara struktural, pembinaan Remaja Masjid dilaksanakan melalui koordinasi bersama pengurus inti Masjid Agung Al-Munawwarah yang mencakup ketua, sekretaris, bendahara, serta bidang-bidang pengelolaan kegiatan. Di bawah arahan pengurus masjid, Remaja Masjid memiliki struktur kepengurusan sendiri yang bertugas merencanakan, mengorganisir, dan melaksanakan berbagai program kerja yang telah disusun sesuai dengan jadwal tahunan.

Tabel 4. 1 Struktur Kepengurusan Remaja Masjid Agung Al-Munawwarah Banjarbaru

Jabatan	Nama
Pembina	Fathur Ridha Said, M.Pd.I
Pembina	Akmal Alifi, S.Kom
Ketua	Adi Rama Wijaya
Wakil Ketua	Hairun Nisya Latifah
Sekretaris 1	Indah Sholeha
Sekretaris 2	Ahmad Wafa Zailani
Bendahara 1	Kurnya Afsyah

Bendahara 2	Dini Ridhoni
Humas 1	Was'an Fikri
Humas 2	M. Zaidan Fiqqi
Ketua Bidang 1	Muhammad Azmi
Ketua Bidang 2	Mutiya Rahmi

Aktivitas utama yang dijalankan oleh Remaja Masjid mencakup berbagai kegiatan keagamaan dan pendidikan Islam. Salah satu kegiatan yang rutin dilaksanakan adalah Pesantren Ramadhan, yaitu program pembinaan yang digelar setiap Bulan Ramadhan. Kegiatan ini melibatkan ratusan peserta yang berasal dari pelajar dan remaja sekitar Kota Banjarbaru. Selama pelaksanaan pesantren, peserta melakukan tadarus Al-Qur'an, penguatan hafalan, pengajian tematik, serta pembinaan karakter berdasarkan nilai-nilai ajaran Islam. Kegiatan ini tidak hanya bertujuan memperdalam pemahaman agama, tetapi juga membentuk kedisiplinan, tanggung jawab, dan akhlak mulia di kalangan generasi muda.

Selain itu, Remaja Masjid juga aktif dalam pelaksanaan kegiatan sosial keagamaan lainnya seperti pengajian rutin mingguan untuk remaja, kegiatan bakti sosial, hingga keterlibatan dalam penyambutan hari besar Islam. Partisipasi aktif remaja dalam berbagai agenda ibadah, dakwah, dan sosial menunjukkan adanya komitmen tinggi mereka dalam mengimplementasikan nilai-nilai keislaman dalam kehidupan sehari-hari.

Kegiatan ini secara langsung membantu memperkuat hubungan sosial antar remaja serta meningkatkan peran masjid sebagai pusat pembinaan umat.

Keberadaan Remaja Masjid di Masjid Agung Al-Munawwarah Banjarbaru memberikan dampak positif dalam pembentukan karakter generasi muda. Kegiatan yang dilaksanakan secara berkesinambungan berkontribusi dalam meningkatkan kesadaran agama, keterlibatan sosial, serta memperkaya pengalaman spiritual para anggotanya. Dengan demikian, Remaja Masjid berperan strategis dalam pengembangan sumber daya manusia Muslim di Banjarbaru, sekaligus mendukung peran masjid sebagai institusi yang tidak hanya fokus pada pelaksanaan ritual ibadah, tetapi juga pada pembinaan dan pemberdayaan generasi masa depan.

3. Strategi *Public Relations* Remaja Masjid

a. Apresiasi Situasi

Pengurus masjid bersama Remaja Masjid (Remas) menunjukkan adanya suatu proses sistematis yang mencerminkan bentuk apresiasi atau penilaian terhadap situasi dalam tahapan perencanaan hingga pelaksanaan kegiatan. Proses tersebut dilakukan sebagai upaya untuk memastikan bahwa setiap program yang dijalankan dapat berlangsung secara efektif dan sesuai dengan kebutuhan jemaah. Melalui proses penilaian yang berkelanjutan tersebut, pengurus masjid dan Remas dapat melakukan penyesuaian strategi, meningkatkan kualitas kegiatan, serta memperkuat koordinasi internal sehingga kegiatan keagamaan dan sosial yang diselenggarakan dapat berjalan lebih optimal dan berkelanjutan.

Berikut adalah bentuk-bentuk apresiasi situasi yang dilakukan oleh pengurus dan Remaja Masjid.

1) Analisis Kondisi dan Kebutuhan Masyarakat

Bentuk apresiasi terhadap situasi ini tercermin dari adanya mekanisme penampungan masukan dari berbagai pihak, serta upaya mengidentifikasi berbagai kendala yang muncul selama pelaksanaan kegiatan. Hal ini dilakukan untuk melihat apa yang dibutuhkan oleh masyarakat sehingga akhirnya muncul kegiatan-kegiatan tertentu sebagai solusi atau respons.



Gambar 4. 3 Remaja Masjid dalam Kegiatan Peringatan Hari Besar Islam Isra' Mi'raj. Sumber Instagram Remaja Masjid Agung Al-Munawwarah Banjarbaru

Remaja Masjid mengukur keberhasilan melalui asumsi masyarakat. Penilaian terhadap citra positif masjid dan keberhasilan kegiatan kehumasan diukur berdasarkan asumsi dan tanggapan dari masyarakat itu sendiri, misalnya ketika masyarakat menilai acara Peringatan Hari Besar Islam (PHBI) yang diadakan Remaja Masjid sangat bagus.

Penilaiannya sebenarnya kalau dengar penilaian tuh kayak dengar asumsi dari masyarakat itu sendiri kadang ada juga kedengaran dari asumsi masyarakat kayak ditanya ini Remaja Masjid ini pas acara PHBI bagus banget kayak gitu.⁸⁵

Kutipan di atas menunjukkan bahwa Remaja Masjid Agung Al-Munawwarah melakukan tahap Apresiasi Situasi dalam model perencanaan Frank Jefkins melalui mekanisme pemantauan opini publik secara informal. Berdasarkan teori Jefkins, tahap ini bertujuan untuk memahami citra yang ada (*Current Image*) di mata publik. Temuan ini mengonfirmasi bahwa pengurus Remas peka terhadap asumsi masyarakat sebagai indikator keberhasilan program Peringatan Hari Besar Islam (PHBI). Persepsi positif dari jemaah menandakan bahwa strategi komunikasi yang dijalankan telah berhasil membentuk citra positif yang selaras dengan tujuan organisasi.

Remaja Masjid menyadari bahwa tanggapan masyarakat terhadap kegiatan mereka cenderung biasa-biasa saja, namun masyarakat sekitar tetap mendukung.

Kalau dilihat dari kondisi lapangan sih enggak ada yang peduli gitu. Biasa-biasa aja. Tapi kalau untuk yang sekitaran sini mendukung aja gitu loh.⁸⁶

⁸⁵ Wawancara dengan Hairun Nisa Latifah, Wakil Ketua Remaja Masjid Agung Al-Munawwarah Banjarbaru. Kamis 13 November 2025

⁸⁶ Wawancara dengan Muhammad Azmi, Ketua Bidang Koordinasi 1 Remaja Masjid Agung Al-Munawwarah Banjarbaru. Kamis, 13 November 2025

Pernyataan ini menunjukkan adanya kesadaran Remaja Masjid terhadap Citra Saat Ini (*Current Image*) di mata publik yang lebih luas, yang menurut Jefkins adalah konsensus persepsi berdasarkan apa yang diketahui atau dialami publik. Meskipun ada pengakuan bahwa tanggapan dinilai biasa saja, dukungan dari masyarakat sekitar tetap dianggap penting. Ini mengindikasikan bahwa meskipun belum mencapai *Optimum Image*, ada basis dukungan yang solid yang dapat menjadi fondasi untuk pengembangan strategi PR lebih lanjut.

2) Kegiatan-Kegiatan Sebagai Respons



Gambar 4. 4 Kegiatan Pesantren Ramadhan oleh Remaja Masjid Agung Al-Munawwarah Banjarbaru

Berdasarkan analisis kondisi dan kebutuhan, serta masukan dari masyarakat, pengurus dan Remaja Masjid menyelenggarakan berbagai kegiatan keagamaan dan sosial. Salah satu kegiatan utama yang diidentifikasi adalah pesantren Ramadhan. Dibandingkan dengan kegiatan pesantren Ramadhan tahun lalu, partisipasi dari siswa dinilai lebih sedikit di tahun lalu.

Oh tentu saja kegiatan pesantren Ramadhan itu kegiatan utamanya. Tapi itu *khusus* untuk yang kalangan masih sekolah sih *amun* yang sudah tua-tua istilahnya *kada* lagi.⁸⁷

Hal ini sejalan dengan hasil observasi bahwa pesantren Ramadhan memang dikhususkan untuk kalangan siswa dari SD hingga SMA. Dan pada kegiatan tersebut partisipasi lebih banyak dibandingkan tahun lalu. Terdapat 465 peserta dari 18 sekolah, memvalidasi bahwa program ini berhasil mencapai target spesifiknya, meskipun belum menjangkau seluruh lapisan masyarakat.

3) Identifikasi Kendala dan Kelemahan

Baik pengurus maupun Remaja Masjid secara langsung mengidentifikasi hambatan dalam operasional mereka. Kendala internal pada anggota Remaja Masjid ketika anggota yang sudah direncanakan untuk hadir ternyata tidak datang, sehingga menyebabkan kekacauan di lapangan. Isu komunikasi dan waktu menjadi kendala lain yang juga sering muncul dalam masalah waktu dan komunikasi.

Sorry lah, aku buka aja lah. Ya, banyak sih. Salah satu contohnya misal nih, sudah berencana orangnya hari ini harus hadir. Eh, ternyata orangnya nggak hadir. Nah, di situ biasanya *chaos* tuh.⁸⁸

⁸⁷ Wawancara dengan Muhammad Azmi, Ketua Bidang Koordinasi 1 Remaja Masjid Agung Al-Munawwarah Banjarbaru. Kamis, 13 November 2025

⁸⁸ Wawancara dengan Muhammad Azmi, Ketua Bidang 1 Remaja Masjid Agung Al-Munawwarah Banjarbaru. Kamis, 13 November 2025

Harapannya mungkin dari sisi adab mungkin dlebihkan lagi adabnya, karena kalau untuk orang tua sendiri kan lebih susah juga ngadepnya jadi harus adabnya harus ditingkatkan lagi sama orang tua komunikasinya juga lebih halus lagi.⁸⁹

Temuan ini sangat krusial dalam tahap Apresiasi Situasi menurut Jefkins, yang mengharuskan identifikasi kekuatan dan kelemahan internal. Adanya masalah ketidakhadiran anggota yang menyebabkan kekacauan di lapangan, serta kebutuhan peningkatan adab dan komunikasi, menunjukkan kelemahan internal dalam pengelolaan sumber daya manusia (SDM). Dengan hanya beberapa dari anggota terdaftar yang aktif, efektivitas strategi PR Remaja Masjid sangat terpengaruh. Keterbatasan SDM aktif ini dapat menghambat pelaksanaan program, mengurangi konsistensi pesan, dan membatasi jangkauan kegiatan, yang pada akhirnya dapat memengaruhi pembentukan Citra Optimum yang diharapkan. Analisis ini menyoroti bahwa meskipun ada niat baik dan program yang relevan, kapasitas internal yang belum optimal menjadi tantangan signifikan dalam mewujudkan tujuan PR.

4) Keputusan Strategis Berdasarkan Situasi

Keputusan mengenai metode komunikasi yang digunakan dengan masyarakat didasarkan pada penilaian kondisi agar proses penyampaian informasi dapat berlangsung lebih efektif. Karena interaksi langsung memiliki keterbatasan jangkauan, Remaja Masjid

⁸⁹ Wawancara dengan Hairun Nisa Latifah, Wakil Ketua Remaja Masjid Agung Al-Munawwarah Banjarbaru. Kamis 13 November 2025

memilih memanfaatkan media sosial seperti Instagram, YouTube, TikTok dan Saluran WhatsApp sebagai strategi komunikasi publik yang dianggap lebih efisien. Di sisi lain, para pengurus masjid tetap memberikan dukungan dalam bentuk pengurusan proposal maupun pendanaan, namun secara bersamaan menekankan pentingnya transparansi melalui pelaporan yang jelas dari Remaja Masjid terkait penggunaan serta pengeluaran dana.

Komunikasi ke masyarakat itu kami lebih ke sosial media karena kalau secara langsung juga bisa aja sebenarnya tapi cuman beberapa yang bisa kami jangkau untuk langsung nya. He. Jadi untuk lebih efisien, jadi kami menggunakan aplikasi seperti Instagram, YouTube, TikTok juga ada. Oh, TikTok juga ada untuk menginformasikan segala macam lewat sosial media ya semalam.⁹⁰

5) Pemberian Masukan Strategis

Pengurus masjid memberikan masukan yang bersifat strategis berdasarkan observasi situasi saat ini, yaitu dengan menyarankan agar kegiatan Remaja Masjid dipublikasikan melalui media sosial secara terus-menerus. Hal ini bertujuan agar Masjid Agung Al-Munawwarah dapat menjadi induk atau model yang dilihat oleh seluruh Remaja Masjid di Kota Banjarbaru.

Kalau kita pribadi lah saya terlihat sih ee memberikan masukan untuk Remaja Masjid, kita dukung terus apa sifatnya Remaja Masjidnya kebaikan-kebaikan. Kalau misal ada kegiatan-kegiatan motivasi apa. Akhirnya peran Remaja Masjid ini melihat ee apa seluruh Remaja Masjid di Kota Banjarbaru.

⁹⁰ Wawancara dengan Hairun Nisa Latifah, Wakil Ketua Remaja Masjid Agung Al-Munawwarah Banjarbaru. Kamis 13 November 2025

Karena sama Masjid Agung Al-Munawwarah ini induknya maknanya modelnya. Nah masjid masjid ini melihat. Jadi ada setiap masjid itu melihat oh masih masjid agung Al-Munawwarah ini loh tiap kegiatannya dan itu perlu dipublikasikan ke sosial sehingga praktiknya artinya tidak terkesan apa acara-acara PHBI aja turun tapi ada sifatnya misalnya kegiatan ee musabaqah apakah apakah sifatnya diadakan oleh Remaja di masjid tinggal yang menggawangi siapa yang mau mendaninya siapa nah itu harapan kita yang penting sukses dah buat Remaja Masjid di tahun-tahun 2025 ini tiap tahun saya meningkat tingkatkan terus selagi ada waktu kayak gitu ya. Oke. Oke. Itu dari kita.⁹¹

Secara keseluruhan, apresiasi situasi ini diwujudkan melalui proses koordinasi aktif antara pengurus dan Remaja Masjid dalam kegiatan keagamaan, termasuk PHBI dan Pesantren Ramadhan, yang melibatkan komunikasi dengan pemerintah daerah. Remaja Masjid menganggap penting untuk mengetahui perkembangan mereka sendiri (SDM) dan posisi mereka untuk masjid.

6) Penilaian Efektivitas dan Tanggapan Masyarakat

Remaja Masjid menilai efektivitas kegiatan mereka. Contohnya, mereka menganggap kegiatan pesantren Ramadhan sebagai kegiatan utama yang paling efektif, meskipun dikhususkan untuk kalangan pelajar.

Berdasarkan hasil wawancara juga, Remaja Masjid secara implisit melakukan Apresiasi Situasi dengan mengevaluasi efektivitas program. Penekanan pada Pesantren Ramadhan sebagai

⁹¹ Wawancara dengan, Staf Kesekretariatan Masjid Agung Al-Munawwarah Banjarbaru. Kamis, 13 November 2025

kegiatan utama yang efektif, meskipun terbatas pada kalangan pelajar, menunjukkan pemahaman mereka terhadap segmentasi audiens. Hal ini sejalan dengan konsep Jefkins bahwa evaluasi awal situasi membantu dalam menentukan tujuan dan target publik yang tepat. Observasi lapangan yang menunjukkan keselarasan dengan pernyataan ini, serta partisipasi 465 peserta dari 18 sekolah, memvalidasi bahwa program ini berhasil mencapai target spesifiknya, meskipun belum menjangkau seluruh lapisan masyarakat.

Remaja Masjid mengukur keberhasilan melalui asumsi masyarakat. Penilaian terhadap citra positif masjid dan keberhasilan kegiatan kehumasan diukur berdasarkan asumsi dan tanggapan dari masyarakat itu sendiri, misalnya ketika masyarakat menilai acara Peringatan Hari Besar Islam (PHBI) yang diadakan Remaja Masjid sangat bagus.

b. Definisi Tujuan

Dalam pelaksanaan kegiatan organisasi, pengurus secara eksplisit merumuskan dan menetapkan tujuan yang ingin dicapai, khususnya yang berkaitan dengan upaya pembangunan dan penguatan citra masjid di tengah masyarakat. Perumusan tujuan tersebut dituangkan secara sistematis dalam bentuk visi dan misi yang menjadi landasan konseptual sekaligus arah strategis bagi setiap program yang dijalankan oleh Remaja Masjid. Kejelasan mengenai visi dan misi ini berfungsi sebagai pedoman

dalam perencanaan, pengambilan keputusan, serta pelaksanaan kegiatan agar tetap selaras dengan nilai-nilai dan tujuan organisasi. Dalam hal ini, Wakil Ketua Remaja Masjid memberikan penjelasan secara langsung mengenai perbedaan antara visi dan misi, sekaligus menguraikan substansi masing-masing sebagai bentuk internalisasi tujuan organisasi kepada anggota dan pihak terkait. Penjelasan tersebut menunjukkan adanya kesadaran struktural dalam organisasi Remaja Masjid untuk membangun identitas dan citra masjid secara terarah, terencana, dan berkelanjutan.

- a. Visi (Hal yang Mau Dituju): Visi Remaja Masjid adalah membangun citra positif masjid.
- b. Misi (Caranya): Misi, atau cara untuk mencapai visi tersebut, adalah dengan membangun sebuah kegiatan-kegiatan positif dari kegiatan bagi masjid.

Tujuan inti ini diwujudkan melalui berbagai program, seperti kegiatan rutin pengajian yang diadakan setiap malam tertentu seperti malam Selasa, malam Rabu, malam Kamis, subuh Sabtu, serta kegiatan besar seperti Peringatan Hari Besar Islam (PHBI) dan Pesantren Ramadhan.

Tapi salah satunya buat membangun citra masjid itu sendiri kita bakal membangun sebuah kayak kegiatan-kegiatan positif dari kegiatan bagi masjid.⁹²

⁹² Wawancara dengan Muhammad Azmi, Ketua Bidang 1 Remaja Masjid Agung Al-Munawwarah Banjarbaru. Kamis, 13 November 2025

Pengurus masjid juga mendukung tujuan ini dengan mengarahkan dan mem-*back up* kegiatan Remaja Masjid selama pelaksanaannya, serta memberikan dukungan seperti penganggaran dana, selama Remaja Masjid menjamin ketransparanan dan pelaporan pengeluaran.

Selain itu, pengurus masjid memberikan masukan yang mengarah pada tujuan strategis jangka panjang, yaitu agar kegiatan Remaja Masjid dipublikasikan terus-menerus melalui media sosial, dengan harapan Masjid Agung Al-Munawwarah dapat menjadi induk atau model yang dilihat oleh seluruh Remaja Masjid di Kota Banjarbaru.

c. Definisi Publik

Remaja Masjid (Remas) secara implisit mendefinisikan publik mereka melalui segmentasi audiens berdasarkan jenis kegiatan dan tujuan komunikasi. Publik atau sasaran kegiatan Remaja Masjid dapat dikelompokkan secara fungsional berdasarkan peran dan keterlibatannya. Pertama, jemaah dan masyarakat lokal menjadi kelompok penting, termasuk jemaah masjid yang menjadi informan dalam penelitian, masyarakat sekitar yang meskipun memberikan respons yang biasa-biasa saja tetap menunjukkan dukungan terhadap berbagai kegiatan, serta para orang tua atau jemaah senior yang membutuhkan pendekatan komunikasi lebih santun dan beradab dari Remaja Masjid.

Kelompok kedua, kalangan remaja dan pelajar, khususnya anak-anak sekolah, menjadi sasaran utama dalam program seperti Pesantren

Ramadhan yang dianggap paling efektif meskipun khusus ditujukan bagi peserta didik. Kelompok ini dianggap strategis karena program-program yang dijalankan banyak berorientasi pada pembinaan generasi muda.

Ketiga, terdapat kelompok eksternal seperti pemerintah daerah Kota Banjarbaru yang menjalin koordinasi intensif dalam penyelenggaraan kegiatan keagamaan, organisasi atau komunitas luar seperti PMI dan para *volunteer* yang menjadi mitra kolaborasi, serta Remaja Masjid lain yang diharapkan menjadikan Masjid Agung Al-Munawwarah sebagai model atau acuan dalam aktivitas mereka, termasuk sebagai audiens penting untuk publikasi di media sosial. Dengan demikian, publik yang dituju mencakup pihak-pihak yang menjadi sasaran program sekaligus mereka yang berperan dalam membentuk citra positif Remaja Masjid.

d. Seleksi Media dan Teknik

Seleksi yang dilakukan oleh Remaja Masjid terlihat jelas melalui keputusan mereka dalam menentukan saluran komunikasi yang digunakan serta pendekatan khusus dalam mengelola berbagai kegiatan dan berinteraksi dengan publik. Dalam hal pemilihan media, Remaja Masjid mempertimbangkan jangkauan dan efisiensi sebelum menentukan saluran komunikasi yang tepat. Mereka mengutamakan media sosial sebagai strategi komunikasi publik karena komunikasi langsung dianggap memiliki keterbatasan. Platform seperti Instagram,

YouTube, TikTok dan Saluran WhatsApp dipilih untuk menyebarkan informasi mengenai berbagai kegiatan yang mereka selenggarakan.

Instagram dengan akun @remaja_munawwarah sebagai media untuk menyebarkan informasi kegiatan serta dokumentasi kegiatan. Akun tersebut dikelola langsung oleh remaja masjid sebagai pusat



Gambar 4. 5 Akun Instagram Remaja Masjid

penyebaran informasi serta dokumentasi kegiatan.



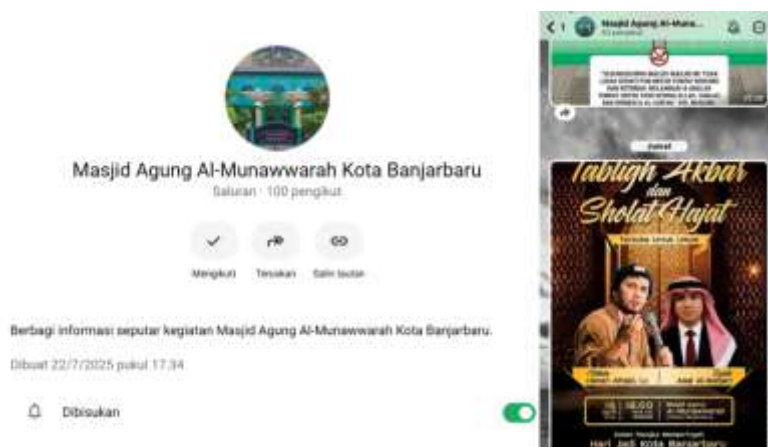
Gambar 4. 6 Channel YouTube Masjid Agung Al-Munawwarah Banjarbaru

YouTube dengan nama akun @Al-MunawwarahTV platform yang digunakan saat siaran langsung pengajian rutin maupun *event* besar. Namun akun YouTube ini dikelola oleh pengurus masjid akan tetapi remaja masjid ikut dalam pengelolaannya.



Gambar 4. 7 Akun Tiktok Remaja Masjid Agung Al-Munawwarah Banjarbaru

TikTok dengan nama akun @remaja_munawwarah sama halnya dengan Instagram, sebagai media untuk menyebarkan informasi kegiatan serta dokumentasi kegiatan.



Gambar 4. 8 Saluran WhatsApp Masjid Agung Al-Munawwarah Banjarbaru

Selain itu juga terdapat saluran WhatsApp bernama Masjid Agung Al-Munawwarah Kota Banjarbaru sebagai sarana menyebarkan informasi seputar kegiatan yang akan dilaksanakan.

Meskipun lebih banyak mengandalkan media digital, mereka tetap menggunakan media fisik berupa *banner* untuk pengumuman acara besar, meskipun tidak menggunakan pamflet atau selebaran kertas. Pemilihan media ini juga didukung oleh masukan strategis dari pengurus masjid yang mendorong Remas agar terus mempublikasikan kegiatan melalui media sosial sehingga Masjid Agung Al-Munawwarah dapat menjadi contoh atau model bagi Remaja Masjid lainnya di Kota Banjarbaru.



Gambar 4. 9 Bentuk Kesopanan Remaja Masjid Kepada Jamaah. Sumber Instagram remaja masjid Agung Al-Munawwarah Banjarbaru

Selain itu, seleksi teknik atau strategi juga menjadi bagian penting dari pendekatan mereka. Remaja Masjid dan pengurus menerapkan berbagai teknik operasional dan komunikasi untuk mencapai tujuan organisasi. Mereka berfokus pada penyelenggaraan program-program positif sebagai cara utama membangun citra yang baik. Dalam kegiatan besar seperti PHBI, Remas menerapkan teknik koordinasi lapangan dengan turun langsung untuk mengarahkan dan mengondisikan jalannya acara, termasuk memastikan posisi jemaah teratur dan tidak ada tempat

yang kosong. Di sisi lain, mereka juga menyesuaikan teknik komunikasi berdasarkan karakteristik publik yang dihadapi misalnya, ketika berinteraksi dengan orang tua atau jemaah senior, mereka diharapkan menggunakan komunikasi yang lebih halus dan sopan sebagai bentuk peningkatan adab.

Dalam pengelolaan anggaran, Remas juga menerapkan teknik akuntabilitas yang ketat. Meskipun pengurus masjid memberikan dukungan dana, mereka tetap menekankan pentingnya transparansi dan pelaporan yang jelas dari Remas terkait pengeluaran dan penggunaan anggaran. Selain itu, pemilihan teknik juga dilakukan berdasarkan segmentasi audiens. Misalnya, Pesantren Ramadhan dijadikan program utama yang paling efektif untuk kalangan pelajar, sedangkan kegiatan seperti PHBI, Idulfitri, dan Iduladha diprioritaskan untuk masyarakat sekitar sebagai upaya memperkuat hubungan dan membangun kedekatan dengan publik yang lebih luas. Dengan demikian, seleksi media dan teknik yang diterapkan Remas menunjukkan proses komunikasi yang terencana, terarah, dan disesuaikan dengan kebutuhan setiap kelompok sasaran.

e. Asesmen Hasil

Dari kegiatan yang mereka laksanakan, asesmen ini dilakukan melalui beberapa cara, terutama untuk mengukur efektivitas kegiatan dan menilai citra positif masjid di mata publik.

Berikut adalah rincian asesmen hasil yang dilakukan oleh Remas dan pengurus masjid.

1) Pengukuran Keberhasilan Berdasarkan Asumsi dan Tanggapan Masyarakat.

Remaja Masjid mengukur keberhasilan dan menilai efektivitas kegiatan mereka, terutama dalam membangun citra positif, dengan cara:

a.) Mendengarkan Asumsi Masyarakat

Penilaian efektivitas kegiatan kehumasan dan peningkatan citra positif masjid dinilai dengan mendengarkan asumsi dari masyarakat itu sendiri.

b.) Mengidentifikasi Pujian Publik

Keberhasilan diukur ketika mereka mendengar asumsi masyarakat, misalnya ketika masyarakat menilai acara Peringatan Hari Besar Islam (PHBI) yang diadakan Remaja Masjid sangat baik bagus.

2) Penilaian Efektivitas Program

Remaja Masjid melakukan evaluasi internal terhadap program-program mereka. Remaja Masjid telah menilai bahwa kegiatan Pesantren Ramadhan adalah kegiatan utama yang paling efektif dalam menarik minat jemaah atau masyarakat, meskipun kegiatan tersebut dikhususkan untuk kalangan pelajar.

Mereka juga melakukan asesmen hasil dengan mengukur respons umum. Remas menyadari bahwa tanggapan masyarakat terhadap kegiatan mereka cenderung biasa-biasa saja, namun masyarakat sekitar tetap mendukung.

3) Penilaian Kapasitas Sumber Daya Manusia (SDM)

Remaja Masjid melakukan asesmen terhadap perkembangan dan posisi internal mereka. Mereka harus tahu perkembangan Remaja Masjid itu seperti apa (mengacu pada SDM) dan posisi mereka untuk masjid.

4) Identifikasi Kelemahan dan Harapan Peningkatan

Asesmen hasil juga menghasilkan identifikasi kelemahan yang memerlukan perbaikan, yang menunjukkan proses evaluasi berkelanjutan.

a.) Adab dan Komunikasi: Terdapat harapan pada hasil asesmen yang berarti menunjukkan adanya kekurangan, agar Remaja Masjid meningkatkan adab (sopan santun) dan menggunakan komunikasi yang lebih halus ketika berinteraksi dengan orang tua (jemaah).

b.) Kendala Operasional: Remas mengidentifikasi kendala berupa masalah waktu, komunikasi, dan anggota yang sudah direncanakan hadir tetapi tidak datang, yang dapat menyebabkan kekacauan di lapangan.

5) Asesmen Akuntabilitas Keuangan (Teknis Pengurus)

Pengurus masjid melakukan asesmen terhadap pertanggungjawaban Remas, terutama terkait dukungan dana. Pengurus masjid menetapkan syarat adanya ketransparanan dan pelaporan dari Remaja Masjid mengenai pengeluaran dan penggunaan dana, misalnya untuk kegiatan Pesantren Ramadhan. Ini adalah bentuk asesmen hasil keuangan yang ketat dari pengurus terhadap kinerja Remas.

Asesmen hasil dilakukan baik secara kualitatif melalui asumsi dan tanggapan publik maupun secara operasional melalui evaluasi efektivitas program dan akuntabilitas keuangan.

4. Persepsi Jemaah atau Masyarakat Eksternal

Persepsi jemaah atau pandangan eksternal terhadap Masjid Agung Al-Munawwarah secara umum sangat positif.

Tentu kan kita lihat dari ini aja ketika acara itu aja kan sudah ribuan yang datang berarti kan hal yang positif di masjid ini kan yang dilaksanakan bahkan Masjid Agung ini kan dikenal orang sampai ke Malaysia kalau enggak salah waktu itu Syekh Nurdin Marbu memaparkan tentang Masjid Agung di sini kan terus diceritakan sama beliau di Malaysia itu Masjid Agung di Banjarbaru ini ini ini.⁹³

Kutipan ini secara jelas menggambarkan Citra Positif Keseluruhan (*Current Image*) Masjid Agung Al-Munawwarah. Jumlah ribuan jemaah yang datang, bahkan pengakuan hingga ke Malaysia, menunjukkan keberhasilan Remaja Masjid dalam membangun *awareness* dan *reputation*

⁹³ Wawancara dengan Mahruz, jemaah masjid Agung Al-Munawwarah Banjarbaru, Sabtu 06 Desember 2025

yang meluas. Ini adalah indikator kuat bahwa strategi komunikasi, terutama melalui media sosial seperti yang disebutkan sebelumnya, efektif dalam



Gambar 4. 10 Tabligh Akbar Bersama Buya Yahya, Sumber Instagram Remaja Masjid Agung Al-Munawwarah Banjarbaru

menarik perhatian dan membangun kepercayaan publik, sejalan dengan tujuan PR untuk meningkatkan kesadaran dan simpati.

Berdasarkan hasil observasi di lapangan, pelaksanaan kegiatan Tabligh Akbar yang menghadirkan tokoh besar seperti Buya Yahya memang menunjukkan antusiasme jemaah yang luar biasa. Peneliti mengamati bahwa meskipun informasi hanya disebarkan melalui media sosial Instagram dan WhatsApp grup, area utama masjid hingga selasar dipenuhi oleh jemaah yang datang dari berbagai daerah. Hal ini membuktikan bahwa strategi komunikasi digital yang dijalankan Remaja Masjid berjalan efektif dan sesuai dengan kenyataan di lapangan. Temuan ini selaras dengan Teori Citra Frank Jefkins mengenai Citra Saat Ini (*Current Image*), di mana persepsi positif masyarakat terbentuk melalui pengalaman langsung

menghadiri kegiatan yang dikelola dengan baik, sehingga memperkuat reputasi masjid sebagai pusat dakwah yang representatif.⁹⁴

Berikut adalah rincian mengenai citra dan pandangan masyarakat terhadap Masjid Agung Al-Munawwarah dan peran Remaja Masjid

a. Citra Masjid Agung Al-Munawwarah di Mata Masyarakat

Citra masjid ini dinilai positif di mata masyarakat, bahkan pandangan jemaah secara umum mengenai Masjid Agung Al-Munawwarah ini adalah positif.

Kegiatan positif sih yang mereka lakukan itu. Alhamdulillah menurut ulun.⁹⁵

Jadi lumayan sekitar hampir 500-an jemaahnya kalau pengajian di sini. Berarti kan hal yang positif kan kita untuk Masjid Agung nih positif-positif aja pandangan orang kan.⁹⁶

Kedua kutipan ini memperkuat adanya Citra Saat Ini (*Current Image*) yang sangat positif di kalangan jemaah. Persepsi kegiatan positif dan pandangan orang positif saja menunjukkan bahwa aktivitas yang diselenggarakan oleh Remaja Masjid berhasil menciptakan kesan baik. Jumlah jemaah yang mencapai ratusan dalam pengajian rutin adalah bukti nyata dari keberhasilan strategi PR dalam menarik partisipasi dan membangun kepercayaan, yang merupakan indikator keberhasilan tujuan PR menurut Jefkins.

⁹⁴ Baines et al., *Public Relations*, 97.

⁹⁵ Wawancara dengan Fairuz, jemaah Masjid Agung Al-Munawwarah Banjarbaru, Sabtu 06 Desember 2025

⁹⁶ Wawancara dengan Mahruz, jemaah masjid Agung Al-Munawwarah Banjarbaru, Sabtu 06 Desember 2025

Kegiatan keagamaan yang mendatangkan tokoh besar misalnya seperti Buya Yahya menarik jemaah dalam jumlah besar, bahkan hanya dengan pemberitahuan melalui media sosial, menunjukkan daya tarik yang positif. Masjid Agung ini bahkan dikenal oleh orang hingga ke Malaysia, seperti yang pernah dipaparkan oleh Syekh Nurdin Marbu.

Terus setelah kita adakan kegiatan keagamaan seperti mendatangkan contoh misal kayak Buya Yahya kan mereka jemaah pengen tahu kan datang sini enggak usah di undang secara anu cukup pemberitahuan lewat media sosial juga mereka datang itu sangat positif. Bahkan jemaah sekarang kalau mengadakan misal dari kumpulan Maulid ingin mengadakan kegiatan acara Tablig akbar kita persilakan sesuai dengan prosedur kayak gitu kan. Misal kayak mendatangkan kemarin kan yang baru-baru ini kan yang dari grup maulid apa itu majelis taklim di Cindai Alus itu mengadakan kegiatan tablig akbar di sini. Terus yang didatangkan oleh mereka Pak Ustazah dari Semarang waktu itu jemaahnya lumayan banyak ya. Tentu kan kita lihat dari ini aja ketika acara itu aja kan sudah ribuan yang datang berarti kan hal yang positif di masjid ini kan yang dilaksanakan bahkan Masjid Agung ini kan dikenal orang sampai ke Malaysia kalau nggak salah waktu itu Syekh Nurudin Marbu memaparkan tentang Masjid Agung di sini kan terus diceritakan sama beliau di Malaysia itu Masjid Agung di Banjarbaru ini ini ini.

Kutipan panjang ini mengilustrasikan keberhasilan Remaja Masjid dalam Seleksi Media dan Teknik serta pencapaian Citra Positif Keseluruhan (*Current Image*) dan Citra Perusahaan (*Corporate Image*). Penggunaan media sosial yang efektif untuk menarik ribuan jemaah, bahkan untuk acara dengan penceramah berskala nasional, menunjukkan bahwa Remas berhasil mengoptimalkan saluran komunikasi modern. Pengakuan hingga ke Malaysia dan dijadikan contoh oleh Syekh Nuruddin Marbu mengindikasikan bahwa masjid telah membangun

reputasi yang kuat, melampaui batas lokal, yang merupakan manifestasi dari *Corporate Image* yang positif.

Banyak komentar, termasuk di media sosial, yang menyebutkan bahwa Masjid Agung memiliki halaman yang sangat luas, masjid yang sangat luas, dan sangat bersih. Pandangan ini menjadi motivasi bagi petugas kebersihan, meskipun secara internal mereka merasa harus lebih bersungguh-sungguh dalam menjaga kebersihan. Dibandingkan dengan masjid-masjid lain, orang lain menganggap masjid ini sangat bersih.

Kalau dari pandangan saya sendiri dan ee saya dengar dari orang-orang lain ya, bahkan saya suka juga melihat di media sosial kalau Masjid Agung ini masjidnya sangat masyaallah ya. ya sangat masyaallah imannya juga sangat ee bagus ya kalau bacaan itu. Ee dan juga untuk halaman ada komentar-komentar kadang-kadang halamannya sangat luas, masjidnya sangat luas dan sangat bersih katanya. Walaupun dalam pandangan kami ya itu tidak terlalu bersih, tapi dalam pandangan orang lain dibandingkan dengan masjid-masjid lain menganggap bahwasanya masjid ini sangat bersih. Nah, cuma itu menjadi motivasi bagi kami ya. Menjadi motivasi bagi kami ketika kami menganggap itu tidak bersih ee maka kami akan lebih ee bersungguh-sungguh untuk melakukan kegiatan-kegiatan kebersihan di dalam masjid ini. Sekalipun dalam pandangan orang lain, itu adalah sesuatu yang cukup bahkan mungkin lebih bersih dibandingkan dengan masjid lain.⁹⁷

Hasil observasi peneliti mengonfirmasi pernyataan narasumber mengenai kondisi kebersihan masjid. Dalam pengamatan rutin, peneliti melihat petugas kebersihan dan anggota Remaja Masjid secara berkala melakukan aksi bersih-bersih, terutama sebelum dan sesudah kegiatan besar. Meskipun pengurus merasa masih perlu peningkatan, secara kasat

⁹⁷ Wawancara dengan Muhammad Sirri, jemaah masjid Agung Al-Munawwarah Banjarbaru, Sabtu 06 Desember 2025

mata fasilitas tempat wudhu, selasar, dan ruang utama masjid tampak terjaga kerapiannya. Hal ini menggambarkan konsep Citra Cermin (*Mirror Image*) dalam teori Jefkins, di mana pengurus memiliki standar internal yang sangat tinggi atau merasa belum cukup bersih demi mengejar kesempurnaan, sementara publik luar sudah memberikan penilaian positif. Kesesuaian antara tindakan pemeliharaan di lapangan dengan persepsi jemaah ini menjadi faktor kunci dalam menjaga citra positif masjid.

Dahulu, area sekitar masjid ini adalah hutan. Karena adanya Masjid Agung, perumahan di dekatnya seperti Green Tasbih mempromosikan diri mereka sebagai perumahan yang laris manis karena dekat dengan masjid, menunjukkan adanya banyak jemaah yang mencari lingkungan keagamaan yang dekat dengan masjid. Saat ini, jemaah yang salat lima waktu di sana sudah lumayan banyak, tidak seperti awal-awal yang sepi.

Green Tasbih ini berdekatan dengan Masjid Agung katanya. Dipromosikan laris manis tuh rumahnya tuh. Heeh. Karena dekat Masjid Agung katanya. Kan banyak jemaah juga kan yang ingin ke hal-hal keagamaan itu kan yang dekat sama masjid. Akhirnya kan Ramai sendiri dia karena apa? Ini hutan dulunya kan enggak ada rumah di samping-samping ini kan. Coba dilihat di samping sebelah sini kan juga enggak ada rumah. Tapi kalau di sebelah sini sudah banyak jemaah-jemaah ini dari sekitar juga banyak yang shalat lima waktu di sini. Kalau dulu awal-awal itu waktu masih sepi itu makmum sama imam aja jemaahnya.⁹⁸

⁹⁸ Wawancara dengan Mahruz, jemaah masjid Agung Al-Munawwarah Banjarbaru, Sabtu 06 Desember 2025

Observasi di lingkungan sekitar masjid memperkuat data wawancara mengenai dampak keberadaan masjid terhadap perkembangan wilayah. Peneliti mengamati tumbuhnya kawasan hunian modern dan aktivitas ekonomi di sepanjang Jalan Trikora yang menjadikan kedekatan dengan Masjid Agung Al-Munawwarah sebagai nilai jual utama. Kehadiran jemaah yang ramai pada waktu salat lima waktu, yang sebelumnya dilaporkan sepi, kini terlihat nyata dengan barisan saf yang konsisten terisi. Fenomena ini memvalidasi teori Jefkins tentang Citra Perusahaan (*Corporate Image*), di mana institusi masjid tidak hanya dipandang sebagai tempat ibadah, tetapi juga sebagai entitas yang memberikan nilai tambah dan pengaruh positif bagi lingkungan sosial dan ekonomi di sekitarnya.

Jadi alhamdulillah saat ini Masjid Agung ini jemaahnya lumayan banyak. Kalau majelis itu kan kalau majelis Sabtu Sabtu Sabtu pagi tadi tadi kan Sabtu ya.⁹⁹

Imam di Masjid Agung dinilai sangat bagus bacaannya. Selain itu, adanya kegiatan pengajian pada hari Sabtu pagi bisa dihadiri sekitar 500 lebih jemaah.

Kalau dari pandangan saya sendiri dan ee saya dengar dari orang-orang lain ya, bahkan saya suka juga melihat di media sosial kalau Masjid Agung ini masjidnya sangat masyaallah ya. Ya sangat masyaallah imamnya juga sangat ee bagus ya kalau bacaan itu.¹⁰⁰

⁹⁹ Wawancara dengan Mahruz, jemaah masjid Agung Al-Munawwarah Banjarbaru, Sabtu 06 Desember 2025

¹⁰⁰ Wawancara dengan Muhammad Ssiri, jemaah masjid Agung Al-Munawwarah Banjarbaru, Sabtu 06 Desember 2025

tadi sekitar 500-an jemaahnya ada itu kalau malam Selasa sama kurang lebih aja itu karena satu itu hampir sekit sekitar 100 enggak nyampai, tapi sudah berapa saf? Empat saf itu kan sudah hampir 400 kan belum jemaah wanitanya kan.¹⁰¹

Kutipan-kutipan ini lebih lanjut memperkuat Citra Saat Ini (*Current Image*) dan Citra Perusahaan (*Corporate Image*) masjid. Penilaian terhadap kualitas bacaan imam yang sangat bagus dan jumlah jemaah yang lumayan banyak sekitar 500 lebih jemaah dalam pengajian rutin adalah bukti konkret dari kualitas layanan dan daya tarik masjid. Ini menunjukkan bahwa upaya PR, baik yang disengaja maupun tidak, telah berhasil menciptakan persepsi positif tentang kualitas spiritual dan komunitas masjid.

b. Pengaruh dan Persepsi Terhadap Remaja Masjid

Peran dan kegiatan yang dilakukan oleh Remaja Masjid dinilai sangat membantu dan sangat positif. Kegiatan mereka sangat berpengaruh terhadap pandangan masyarakat terhadap masjid itu sendiri, dalam artian yang positif.

Banyak membantu sangat positif dan apabila ada acara-acara besar seperti kegiatan maulid atau ada acara tablig akbar, mereka selalu membantu dan banyak kegiatan yang mereka lakukan. seperti halnya mengatur jemaah, membagikan nasi atau menyiapkan sebelum prosesi pelaksanaan acara kayak seperti apa menyiapkan *id card* dan lain-lainnya. Mengatur apa? Mengatur jemaah saf-safan, saf-saf pembatas antara laki-laki dan perempuan. Banyaklah yang lainnya juga anu apa sangat membantu mereka itu.¹⁰²

¹⁰¹ Wawancara dengan Mahruz, jemaah masjid Agung Al-Munawwarah Banjarbaru, Sabtu 06 Desember 2025

¹⁰² Wawancara dengan Mahruz, jemaah masjid Agung Al-Munawwarah Banjarbaru, Sabtu 06 Desember 2025

Melalui observasi partisipatif pada beberapa kegiatan rutin, peneliti melihat secara langsung peran aktif Remaja Masjid yang sigap dalam mengatur alur jemaah dan mendistribusikan konsumsi. Mereka tampak mengenakan seragam identitas yang rapi, memberikan instruksi dengan sopan, dan memastikan pembatas antara jemaah laki-laki dan perempuan terjaga. Tindakan nyata di lapangan ini sinkron dengan apa yang disampaikan narasumber dalam wawancara. Dalam perspektif teori Jefkins, ini merupakan implementasi dari seleksi media dan teknik, di mana perilaku dan pelayanan langsung (*interpersonal communication*) menjadi teknik PR yang paling ampuh dalam membangun Citra Optimum di mata jemaah.

Mereka tidak digaji tapi mereka yang ingin berpartisipasi untuk kegiatan keagamaan kan mereka selalu apabila dikabarin ada acara mereka selalu datang untuk membantu kegiatan acara di sini apalagi nanti kegiatan momen Rajab ini mereka sangat dibutuhkan.¹⁰³

Berpengaruh karena hal yang mereka lakukan kan positif juga kan. Jadi itu tuh apa ya membuat membuat membuat itu semakin bagus karena hal-hal yang mereka lakukan itu gitu. Jadi pandangan orang oh ini bagus nih gitu. Ada hal-hal yang bermanfaat yang dilakukan gitu.¹⁰⁴

Peran kunci Remaja Masjid yakni dalam acara besar, Remaja Masjid selalu membantu dan melakukan banyak kegiatan, terutama dalam acara

¹⁰³ Wawancara dengan Mahruz, jemaah masjid Agung Al-Munawwarah Banjarbaru, Sabtu 06 Desember 2025

¹⁰⁴ Wawancara dengan Muhammad Ssiri, jemaah masjid Agung Al-Munawwarah Banjarbaru, Sabtu 06 Desember 2025

besar seperti Maulid atau Tablig Akbar. Mereka sangat dibutuhkan dalam momen-momen kegiatan keagamaan.

Banyak membantu sangat positif dan apabila ada acara-acara besar seperti kegiatan maulid atau ada acara tablig akbar, mereka selalu membantu dan banyak kegiatan yang mereka lakukan. seperti halnya mengatur jemaah, membagikan nasi atau menyiapkan sebelum prosesi pelaksanaan acara kayak seperti apa menyiapkan *id card* dan lain-lainnya. Mengatur apa? Mengatur jemaah saf-safan, saf-saf pembatas antara laki-laki dan perempuan. Banyaklah yang lainnya juga anu apa sangat membantu mereka itu.¹⁰⁵

Melalui observasi partisipatif pada beberapa kegiatan rutin, peneliti melihat secara langsung peran aktif Remaja Masjid yang sigap dalam mengatur alur jemaah dan mendistribusikan konsumsi. Mereka tampak mengenakan seragam identitas yang rapi, memberikan instruksi dengan sopan, dan memastikan pembatas antara jemaah laki-laki dan perempuan terjaga. Tindakan nyata di lapangan ini sinkron dengan apa yang disampaikan narasumber dalam wawancara. Dalam perspektif teori Jefkins, ini merupakan implementasi dari seleksi media dan teknik, di mana perilaku dan pelayanan langsung (*interpersonal communication*) menjadi teknik PR yang paling ampuh dalam membangun Citra Optimum di mata jemaah.

Tugas dan Kontribusi: Remaja Masjid bertugas mengatur jemaah, membagikan nasi, menyiapkan prosesi pelaksanaan acara seperti menyiapkan pengeras suara, mengatur saf pembatas antara laki-laki dan

¹⁰⁵ Wawancara dengan Mahruz, jemaah masjid Agung Al-Munawwarah Banjarbaru, Sabtu 06 Desember 2025

perempuan. Saat Idulfitri, mereka yang mengatur jemaah, mengedarkan celengan, mengumpulkan, dan menghitung jumlah perolehan. Mereka juga mengatur jemaah atau mengingatkan tentang batas suci, misalnya bahwa sandal tidak boleh dinaikkan.

Seperti mengatur jemaah atau yang mengasih tahu bahwa batas suci apa sandal tidak boleh dinaikkan tentunya pakai pengeras suara yang apa yang terbataslah kayak gitu.¹⁰⁶

Pandangan terhadap Remaja Masjid sangat mengapresiasi karena mereka berpartisipasi dalam kegiatan keagamaan dengan ikhlas dan tidak digaji. Mereka menumbuhkan rasa relawan, dan keikhlasan mereka dalam bekerja menjadi batu acuan bagi mereka saat bekerja di masa depan.

Untuk itu kami sangat mengapresiasi ya untuk kegiatan yang dilakukan oleh Remaja Masjid yang mana mereka itu setiap berkegiatan pasti insyaallah ikhlas apakah nanti diberi atau tidak. Tapi kebanyakan tidak diberi juga ya, tidak diberi upahan kalau bahasa kita. Nah, itu kan ee kalau bahasa kita tuh orang yang menumbuhkan rasa relawan atau keikhlasan untuk bekerja. Nah, itu kan nanti akan menjadi ee batu acuan bagi mereka bekerja di masa depan mereka.¹⁰⁷

Observasi peneliti terhadap etos kerja Remaja Masjid menunjukkan konsistensi dengan pernyataan mengenai keikhlasan. Anggota Remaja Masjid seringkali tetap berada di lokasi hingga acara benar-benar selesai untuk melakukan pembersihan dan evaluasi singkat tanpa terlihat

¹⁰⁶ Wawancara dengan Mahruz, jemaah masjid Agung Al-Munawwarah Banjarbaru, Sabtu 06 Desember 2025

¹⁰⁷ Wawancara dengan Muhammad Ssiri, jemaah masjid Agung Al-Munawwarah Banjarbaru, Sabtu 06 Desember 2025

mengharapkan imbalan materi. Kehadiran mereka yang sukarela dalam setiap momen penting masjid menciptakan kesan positif yang mendalam bagi jemaah. Hal ini mencerminkan keberhasilan dalam manajemen reputasi sebagaimana dikemukakan Jefkins, di mana citra positif tidak dibangun melalui iklan berbayar, melainkan melalui tindakan konsisten yang menumbuhkan kepercayaan dan rasa hormat dari publik.

c. Kekurangan/Area Perbaikan (Kritik Internal Jemaah)

Meskipun citranya positif, beberapa jemaah memberikan masukan terkait fasilitas dan kegiatan.

Berdasarkan frekuensi kegiatan, beberapa jemaah merasa kegiatan pengajian masih kurang saat ini hanya ada pengajian Subuh Sabtu, Malam Selasa, dan Malam Rabu. Mereka berharap pengajian diadakan setiap malam.

Untuk kayak kegiatan kayak pengajiannya tuh masih kurang kan adanya tuh cuman subuh Sabtu sama malam Selasa sama malam Rabu yang kurang ya kami masalah kami penginnnya setiap malam.¹⁰⁸

Kurang maksudnya tuh dari segi kebersihan untuk kayak tempat masih kurang eh habis dulu pulang untuk kayak kegiatan kayak pengajiannya tuh masih kurang kan adanya tuh cuman subuh Sabtu sama malam Selasa sama malam Rabu yang kurang ya.¹⁰⁹

Terdapat pandangan bahwa kebersihan, terutama di tempat suci tempat wudhu/fasilitas, masih kurang. Hal ini tidak sejalan, karena

¹⁰⁸ Wawancara dengan jemaah Wanita Masjid Agung Al-Munawwarah Banjarbaru. Sabtu, 06 Desember 2025

¹⁰⁹ Wawancara dengan jemaah Wanita Masjid Agung Al-Munawwarah Banjarbaru. Sabtu, 06 Desember 2025

tempat tersebut selalu dibersihkan setiap hari, namun setelah digunakan ada beberapa jemaah yang tidak membersihkan, itulah mengapa beberapa jemaah lain menilai tempat tersebut kotor.

televisi itu penting bagi kami sebagai wanita supaya jarak pandang lawan ustaznya gen jauh banget jalannya ke sana.¹¹⁰

Berdasarkan hasil observasi, memang benar pada bagian khusus wanita, jarak pandang antara jemaah wanita dengan ustaz dinilai terlalu jauh karena masjid yang besar. Oleh karena itu, fasilitas seperti televisi dianggap penting bagi jemaah wanita, terutama orang tua, untuk memudahkan melihat ustaz. Namun hal ini lebih difokuskan kepada tanggung jawab pengurus Masjid.

B. Pembahasan

Hasil penelitian yang telah dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pengurus masjid, Remaja Masjid, jemaah, dan observasi partisipatif di lapangan mengungkapkan sebuah narasi yang kaya dan kompleks mengenai bagaimana strategi *public relations* (PR) diimplementasikan dalam konteks lembaga keagamaan. Pembahasan ini akan menganalisis secara mendalam bagaimana Remaja Masjid (Remas) Agung Al-Munawwarah Banjarbaru, melalui serangkaian aktivitas terstruktur, telah berhasil membangun dan memperkuat citra positif masjid di mata masyarakat. Analisis ini tidak hanya berhenti pada deskripsi kegiatan semata, melainkan mengkontekstualisasikan temuan empiris dengan

¹¹⁰ Wawancara dengan jemaah Wanita Masjid Agung Al-Munawwarah Banjarbaru. Sabtu, 06 Desember 2025

kerangka teori perencanaan PR dari Frank Jefkins dan teori citra yang sama, sehingga memberikan pemahaman yang komprehensif dan dapat dipertanggungjawabkan secara akademis mengenai dinamika kehumasan di institusi keagamaan modern.

1. Strategi *Public Relations* Remaja Masjid (Berdasarkan Model Frank Jefkins)

Strategi *public relations* yang dilakukan oleh Remaja Masjid Agung Al-Munawwarah Banjarbaru dianalisis melalui enam poin perencanaan PR Frank Jefkins, yang bertujuan untuk menumbuhkan persepsi baik masyarakat.¹¹¹

a. Apresiasi Situasi (*Situation Analysis*)

Tahap pertama dalam model perencanaan PR Frank Jefkins adalah apresiasi situasi, yang merupakan fondasi krusial untuk semua keputusan strategis berikutnya.¹¹² Penelitian ini menemukan bahwa Remaja Masjid Agung Al-Munawwarah, meskipun mungkin tidak secara formal mendokumentasikan proses ini dalam istilah akademis, telah melakukan apresiasi situasi dengan cara yang sangat sistematis dan terukur. Proses ini mencakup tiga dimensi utama, analisis kebutuhan publik, identifikasi kendala internal, dan pemantauan persepsi eksternal.

Dimensi pertama, yakni analisis kebutuhan publik, terefleksi secara nyata dalam penetapan Pesantren Ramadhan sebagai program unggulan

¹¹¹ Baines et al., *Public Relations*.

¹¹² Baines et al., *Public Relations*.

organisasi. Berdasarkan hasil wawancara dengan Muhammad Azmi¹¹³ selaku Ketua Bidang Koordinasi 1 Remaja Masjid, program tersebut dipilih karena secara khusus dirancang untuk kalangan pelajar. Penetapan ini tidak semata didasarkan pada pertimbangan intuitif, melainkan berlandaskan pada pemahaman yang komprehensif mengenai kebutuhan spesifik pelajar terhadap pembinaan karakter, khususnya pada masa libur sekolah ketika mereka memiliki waktu luang yang relatif lebih besar. Temuan empiris turut menguatkan analisis tersebut, ditunjukkan oleh partisipasi sebanyak 465 peserta yang berasal dari 18 sekolah berbeda. Hal ini mengindikasikan bahwa identifikasi kebutuhan yang dilakukan telah tepat sasaran dan sesuai dengan karakteristik audiens yang dituju. Dengan demikian, keberhasilan program tersebut mencerminkan bahwa pemetaan kondisi awal mampu mengungkap adanya kesenjangan kebutuhan yang signifikan dalam komunitas, serta program yang dirancang berhasil meresponsnya secara efektif.

Dimensi kedua, yaitu identifikasi kendala internal, merupakan aspek yang sangat krusial meskipun kerap terabaikan dalam organisasi yang belum memiliki tingkat kematangan yang optimal. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Remaja Masjid (Remas) bersama pengurus masjid secara terbuka dan transparan mengakui adanya sejumlah kelemahan internal yang bersifat substansial. Dalam wawancara terkait kendala

¹¹³ Wawancara dengan Muhammad Azmi, Ketua Bidang Koordinasi 1 Remaja Masjid Agung Al-Munawwarah Banjarbaru. Kamis, 13 November 2025

operasional, Muhammad Azmi¹¹⁴ mengungkapkan bahwa ketidakkonsistenan kehadiran anggota sering kali menimbulkan gangguan dalam pelaksanaan kegiatan, bahkan berujung pada ketidakteraturan operasional. Pernyataan tersebut mencerminkan adanya permasalahan mendasar dalam manajemen sumber daya manusia, khususnya terkait komitmen dan disiplin anggota.

Selain itu, Hairun Nisa Latifah¹¹⁵ selaku Wakil Ketua Remaja Masjid menambahkan bahwa kendala tidak hanya terbatas pada aspek kehadiran, tetapi juga mencakup kualitas komunikasi dan etika interpersonal. Ia menekankan pentingnya peningkatan adab serta penggunaan komunikasi yang lebih santun, terutama dalam berinteraksi dengan jemaah yang lebih tua. Temuan ini mengindikasikan bahwa Remas telah mampu mengidentifikasi permasalahan secara lebih komprehensif, meliputi aspek teknis maupun sosial-psikologis dalam organisasi.

Identifikasi kendala internal yang menyeluruh ini menjadi sangat penting, karena sebagaimana dikemukakan dalam teori Jefkins, organisasi yang tidak mampu mengenali dan mengelola kelemahan internalnya akan mengalami kesulitan dalam membangun citra yang konsisten dan berkelanjutan.

Dimensi ketiga, yakni pemantauan persepsi eksternal, dilaksanakan oleh Remaja Masjid (Remas) melalui mekanisme yang bersifat informal

¹¹⁴ Wawancara dengan Muhammad Azmi, Ketua Bidang Koordinasi 1 Remaja Masjid Agung Al-Munawwarah Banjarbaru. Kamis, 13 November 2025

¹¹⁵ Wawancara dengan Hairun Nisa Latifah, Wakil Ketua Remaja Masjid Agung Al-Munawwarah Banjarbaru. Kamis 13 November 2025

namun tetap efektif. Hairun Nisa Latifah¹¹⁶ menjelaskan bahwa evaluasi terhadap keberhasilan program kehumasan didasarkan pada persepsi masyarakat, khususnya melalui respons dan apresiasi yang muncul terhadap pelaksanaan kegiatan, seperti peringatan hari besar Islam (PHBI). Ia mengemukakan bahwa penilaian tersebut diperoleh dari tanggapan masyarakat yang secara spontan memberikan apresiasi terhadap kualitas penyelenggaraan kegiatan.

Mekanisme pemantauan ini, meskipun tidak terstruktur secara formal, mencerminkan adanya kepekaan Remas terhadap apa yang dalam perspektif Jefkins disebut sebagai *current image* (citra saat ini), yakni persepsi publik yang terbentuk berdasarkan pengalaman dan pengetahuan mereka terhadap organisasi. Di sisi lain, Muhammad Azmi¹¹⁷ mengungkapkan bahwa respons masyarakat secara umum terhadap kegiatan Remas cenderung berada pada tingkat yang moderat, meskipun tetap disertai dengan dukungan dari lingkungan sekitar.

Temuan ini menunjukkan adanya sikap realistis dalam proses apresiasi situasi, di mana Remas menyadari bahwa meskipun citra positif telah terbentuk di kalangan jemaah terdekat, perlu adanya upaya yang lebih intensif untuk memperluas jangkauan dan memperkuat citra di tingkat masyarakat yang lebih luas.

¹¹⁶ Wawancara dengan Hairun Nisa Latifah, Wakil Ketua Remaja Masjid Agung Al-Munawwarah Banjarbaru. Kamis 13 November 2025

¹¹⁷ Wawancara dengan Muhammad Azmi, Ketua Bidang Koordinasi 1 Remaja Masjid Agung Al-Munawwarah Banjarbaru. Kamis, 13 November 2025

Secara keseluruhan, proses apresiasi situasi yang dilakukan oleh Remaja Masjid (Remas) menunjukkan adanya pendekatan analitis yang komprehensif. Proses ini tidak hanya mampu mengidentifikasi peluang, seperti kebutuhan pelajar terhadap pembinaan karakter, tetapi juga mengungkap potensi ancaman berupa ketergantungan pada sumber daya manusia yang kurang konsisten, serta mengenali kekuatan internal berupa dukungan dari pengurus masjid. Temuan ini sejalan dengan konsep analisis SWOT yang secara implisit terkandung dalam model yang dikemukakan oleh Jefkins, sehingga strategi yang dirumuskan didasarkan pada pemahaman yang mendalam dan sistematis terhadap kondisi internal organisasi maupun dinamika lingkungan eksternalnya.

b. Definisi Tujuan (*Defining Objectives*)

Tahap kedua dalam model Jefkins adalah definisi tujuan, yang merupakan kompas yang mengarahkan semua aktivitas PR selanjutnya. Penelitian ini menemukan bahwa Remaja Masjid memiliki tujuan yang sangat jelas dan terartikulasi dengan baik, meskipun mungkin tidak selalu dinyatakan dalam bahasa formal PR. Tujuan inti organisasi adalah membangun citra positif masjid. Tujuan ini bukan sekadar slogan, melainkan telah terinternalisasi dalam struktur organisasi dan tercermin dalam setiap keputusan strategis yang diambil.

Muhammad Azmi¹¹⁸, dalam hasil wawancara, mengemukakan secara sistematis perbedaan antara visi sebagai tujuan yang hendak dicapai dan misi sebagai langkah strategis untuk merealisasikannya. Ia menjelaskan bahwa visi Remaja Masjid adalah membangun citra positif masjid, sedangkan misi diwujudkan melalui penyelenggaraan berbagai kegiatan yang bersifat konstruktif dan bermanfaat bagi masjid.

Penjelasan tersebut mencerminkan tingkat pemahaman konseptual yang baik di kalangan pengurus Remas. Visi dalam membangun citra positif tidak semata berorientasi pada pelaksanaan aktivitas ritual keagamaan, melainkan juga pada upaya membentuk persepsi bahwa masjid merupakan institusi yang dinamis, progresif, serta relevan bagi generasi muda. Sementara itu, misi yang diformulasikan dalam bentuk pelaksanaan kegiatan positif berfungsi sebagai instrumen operasional untuk merealisasikan visi tersebut.

Kejelasan dalam perumusan visi dan misi ini memberikan arah yang terstruktur bagi setiap anggota Remas dalam memahami tujuan serta konteks dari aktivitas yang dijalankan, sehingga berkontribusi terhadap peningkatan kohesi organisasi dan efektivitas dalam pelaksanaan program kerja.

Tujuan tersebut direalisasikan melalui berbagai program yang bersifat konkret dan terukur. Program-program utama meliputi kegiatan rutin

¹¹⁸ Wawancara dengan Muhammad Azmi, Ketua Bidang Koordinasi 1 Remaja Masjid Agung Al-Munawwarah Banjarbaru. Kamis, 13 November 2025

pengajian yang diselenggarakan pada waktu-waktu tertentu, seperti malam Selasa, malam Rabu, malam Kamis, serta Subuh Sabtu, selain itu juga kegiatan berskala besar seperti Peringatan Hari Besar Islam (PHBI) dan Pesantren Ramadhan. Setiap program dirancang dengan orientasi tujuan yang spesifik guna memperkuat persepsi positif terhadap masjid.

Pesantren Ramadhan misalnya, difokuskan untuk membangun citra masjid di kalangan pelajar sebagai institusi yang memiliki kepedulian terhadap pendidikan keagamaan dan pembinaan karakter. Sementara itu, PHBI dirancang sebagai sarana untuk menunjukkan kepada masyarakat luas bahwa masjid berfungsi sebagai pusat aktivitas keagamaan yang aktif dan inklusif. Adapun kegiatan pengajian rutin diarahkan untuk membentuk komunitas jemaah yang solid serta memiliki tingkat loyalitas yang tinggi.

Dukungan dari pengurus masjid (*takmir*) terhadap pencapaian tujuan tersebut tergolong sangat signifikan. Dukungan yang diberikan tidak hanya bersifat normatif atau verbal, tetapi juga mencakup aspek material berupa penyediaan anggaran serta fasilitas pendukung. Meskipun demikian, dukungan tersebut disertai dengan persyaratan yang menekankan prinsip transparansi dan akuntabilitas. Dalam hal ini, Remaja Masjid diwajibkan untuk menyusun proposal kegiatan sebelum memperoleh pendanaan, serta menyampaikan laporan pertanggungjawaban setelah pelaksanaan kegiatan.

Kondisi ini mencerminkan terbentuknya suatu ekosistem organisasi yang sehat, di mana kejelasan tujuan diintegrasikan dengan mekanisme pengawasan yang sistematis. Dengan demikian, alokasi sumber daya dapat

dipastikan digunakan secara optimal untuk mendukung pelaksanaan program-program yang konstruktif dan selaras dengan visi organisasi.

c. Definisi Publik (*Defining Publics*)

Tahap ketiga dalam model Jefkins adalah definisi publik, yang mengakui bahwa tidak semua audiens adalah sama dan memerlukan pendekatan komunikasi yang berbeda. Penelitian ini menemukan bahwa Remaja Masjid, secara implisit namun sangat efektif, telah melakukan segmentasi publik berdasarkan karakteristik, kebutuhan, dan peran mereka dalam ekosistem masjid. Segmentasi ini menunjukkan pemahaman yang *sophisticated* terhadap dinamika komunikasi publik.

Publik pertama yang menjadi sasaran utama adalah kalangan pelajar dan remaja. Kelompok ini diprioritaskan dalam berbagai program Remaja Masjid, khususnya Pesantren Ramadhan. Pemilihan segmen ini didasarkan pada pertimbangan strategis, yaitu bahwa pelajar merupakan kelompok yang relatif lebih mudah dibina dalam aspek karakter, memiliki ketersediaan waktu yang lebih besar selama periode libur sekolah, serta berperan sebagai generasi penerus yang akan menentukan arah perkembangan masyarakat di masa mendatang.

Melalui keterlibatan pelajar dalam kegiatan keagamaan yang terstruktur dan berkualitas, Remaja Masjid tidak hanya berupaya membangun citra positif masjid di kalangan mereka pada masa kini, tetapi juga menanamkan loyalitas jangka panjang. Data empiris menunjukkan efektivitas strategi ini, yang tercermin dari partisipasi sebanyak 465 peserta yang berasal dari 18

sekolah berbeda dalam kegiatan Pesantren Ramadhan, sehingga mengindikasikan tingkat jangkauan yang luas di kalangan pelajar.

Publik kedua yang menjadi sasaran adalah jemaah senior dan kalangan orang tua. Kelompok ini memerlukan pendekatan komunikasi yang lebih adaptif dan berbeda dibandingkan dengan kalangan pelajar. Hairun Nisa Latifah¹¹⁹ mengungkapkan bahwa dalam berinteraksi dengan orang tua, Remaja Masjid perlu meningkatkan aspek etika seperti adab serta menggunakan gaya komunikasi yang lebih santun dan persuasif. Pernyataan ini mencerminkan adanya kepekaan terhadap norma sosial yang berlaku dalam lingkungan masyarakat.

Jemaah senior pada umumnya menjunjung tinggi nilai kesopanan, penghormatan, serta komunikasi yang penuh kehati-hatian. Oleh karena itu, penyesuaian strategi komunikasi terhadap karakteristik kelompok ini tidak hanya berkontribusi dalam membangun citra positif organisasi, tetapi juga memperkuat hubungan antar generasi. Hal tersebut menjadi faktor penting dalam menjaga keberlanjutan dan stabilitas organisasi dalam jangka panjang.

Publik ketiga yang menjadi sasaran adalah masyarakat luas. Meskipun respons yang diberikan oleh kelompok ini terhadap kegiatan Remaja Masjid cenderung berada pada tingkat yang moderat, keberadaan dukungan mereka tetap memiliki peran yang signifikan. Kelompok ini dijangkau melalui

¹¹⁹ Wawancara dengan Hairun Nisa Latifah, Wakil Ketua Remaja Masjid Agung Al-Munawwarah Banjarbaru. Kamis 13 November 2025

berbagai saluran komunikasi, termasuk pemanfaatan media sosial serta penyelenggaraan kegiatan berskala besar yang melibatkan partisipasi komunitas. Melalui upaya publikasi kegiatan secara berkelanjutan di media sosial, Remaja Masjid berupaya meningkatkan tingkat kesadaran serta memperluas jangkauan di kalangan masyarakat yang lebih luas, sehingga keberadaan dan aktivitas organisasi semakin dikenal oleh publik.

Publik keempat adalah Pemerintah dan Organisasi Mitra. Kelompok ini penting untuk mendukung kegiatan-kegiatan berskala besar. Remas menjalin hubungan dengan pemerintah daerah dan organisasi mitra seperti PMI melalui koordinasi formal. Hubungan ini memungkinkan Remas untuk mengakses sumber daya tambahan dan memperluas dampak kegiatan mereka.

Segmentasi publik yang jelas ini memungkinkan Remas untuk menyesuaikan pesan, media, dan teknik komunikasi mereka untuk setiap kelompok, meningkatkan efektivitas komunikasi secara keseluruhan. Ini sejalan dengan prinsip Jefkins yang menekankan pentingnya memahami dan menyesuaikan komunikasi dengan karakteristik audiens spesifik.

d. Seleksi Media dan Teknik (*Media Selection and Techniques*)

Tahap keempat dalam model Jefkins adalah seleksi media dan teknik, yang menentukan saluran komunikasi dan metode yang akan digunakan untuk menyampaikan pesan kepada publik. Penelitian ini menemukan bahwa Remaja Masjid telah membuat pilihan media yang sangat strategis

dan inovatif, menggabungkan pendekatan digital modern dengan teknik operasional tradisional.

Seleksi media digital yang dilakukan oleh Remaja Masjid menunjukkan adanya pertimbangan strategis yang berbasis pada efisiensi dan jangkauan komunikasi. Hairun Nisa Latifah¹²⁰ menjelaskan bahwa pemanfaatan media sosial dipilih sebagai saluran utama dalam berkomunikasi dengan masyarakat, mengingat keterbatasan interaksi secara langsung yang hanya mampu menjangkau sebagian kecil audiens. Oleh karena itu, penggunaan platform seperti Instagram, YouTube, TikTok dan saluran WhatsApp dinilai lebih efektif dalam memperluas jangkauan komunikasi.

Keputusan tersebut didasarkan pada analisis pragmatis, di mana media sosial memiliki keunggulan dalam menjangkau audiens yang lebih luas dengan biaya yang relatif lebih efisien dibandingkan dengan komunikasi tatap muka. Selain itu, pemilihan platform tersebut juga selaras dengan karakteristik demografis target audiens, yang didominasi oleh generasi muda yang aktif menggunakan media digital.

Efektivitas strategi ini terbukti dalam implementasinya, di mana publikasi kegiatan seperti Tablig Akbar yang menghadirkan tokoh penceramah seperti Buya Yahya melalui media sosial mampu menarik kehadiran ribuan jemaah. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga sebagai

¹²⁰ Wawancara dengan Hairun Nisa Latifah, Wakil Ketua Remaja Masjid Agung Al-Munawwarah Banjarbaru. Kamis 13 November 2025

instrumen mobilisasi massa yang signifikan dalam konteks pengelolaan masjid modern.

Teknik Operasional dan Interpersonal. Selain media digital, Remas juga menggunakan teknik operasional dan interpersonal yang sangat efektif di lapangan. Dalam setiap kegiatan besar, Remas berperan sebagai pelaksana teknis yang sigap, mengatur saf jemaah, mendistribusikan konsumsi, dan memastikan kelancaran acara. Teknik ini menciptakan pengalaman positif langsung bagi jemaah, yang kemudian diterjemahkan menjadi citra positif terhadap masjid. Lebih dari sekadar pelaksana teknis, Remas juga menyesuaikan teknik komunikasi mereka berdasarkan konteks dan audiens. Ketika berinteraksi dengan jemaah senior, mereka menggunakan komunikasi yang lebih santun dan penuh pertimbangan. Ketika berinteraksi dengan pelajar, mereka menggunakan bahasa dan tone yang lebih relatable. Fleksibilitas ini menunjukkan tingkat kematangan komunikasi yang tinggi.

Integrasi Media dan Teknik. Kekuatan sebenarnya dari strategi Remas terletak pada integrasi antara media digital dan teknik operasional. Media digital digunakan untuk menciptakan *awareness* dan mobilisasi awal, sementara teknik operasional di lapangan digunakan untuk menciptakan pengalaman positif yang langsung dan *memorable*. Kombinasi ini menciptakan efek sinergi yang *powerful* dalam pembentukan citra positif.

e. Asesmen Hasil (*Assessment of Results*)

Asesmen dilakukan secara kualitatif, yaitu dengan mendengarkan asumsi dan tanggapan publik misalnya, pujian bahwa acara mereka bagus

sebagai indikator citra positif. Mereka juga melakukan evaluasi internal terhadap efektivitas program Pesantren Ramadhan paling efektif dan menilai kapasitas sumber daya manusia (SDM) mereka sendiri. Pengurus masjid juga melakukan asesmen akuntabilitas keuangan terhadap pelaporan dana Remas.

2. Hasil Pembentukan Citra Positif Masjid Berdasarkan Teori Citra Frank Jefkins

Penerapan strategi PR tersebut berhasil mencapai tujuan inti, yaitu pembentukan citra positif yang termasuk dalam kategori citra masjid menurut Jefkins. Sebagaimana tercermin dari persepsi masyarakat/jemaah eksternal.

a. Citra Positif Keseluruhan (*Current Image*)

Menurut Frank Jefkins, *current image* merupakan hasil kesepakatan persepsi publik yang terbentuk dari pengetahuan, ketidaktahuan, serta pengalaman masyarakat terhadap suatu organisasi.¹²¹ Dalam konteks Masjid Agung Al-Munawwarah, citra yang berkembang saat ini menunjukkan kecenderungan yang sangat positif. Hal tersebut tercermin dari tingginya tingkat kepercayaan jemaah terhadap masjid, yang diwujudkan melalui keterlibatan aktif dalam berbagai kegiatan berskala besar. Partisipasi ini tetap tinggi meskipun informasi kegiatan sering kali hanya disampaikan melalui media sosial, yang menunjukkan efektivitas komunikasi yang dibangun. Selain itu, Mahruz¹²² sebagai salah satu jemaah mengemukakan

¹²¹ Baines et al., *Public Relations*, 97.

¹²² Wawancara dengan Mahruz, jemaah masjid Agung Al-Munawwarah Banjarbaru, Sabtu 06 Desember 2025

bahwa kehadiran ribuan peserta dalam setiap kegiatan menjadi indikator kuat bahwa program yang dilaksanakan memperoleh respons positif dari masyarakat. Ia juga menegaskan bahwa masjid tersebut telah dikenal hingga ke luar negeri, termasuk Malaysia. Pernyataan ini memperlihatkan bahwa citra masjid tidak hanya terbentuk secara positif di tingkat lokal, tetapi juga telah berkembang hingga memperoleh pengakuan internasional.

Persepsi positif terhadap Masjid Agung Al-Munawwarah juga tercermin dari penilaian jemaah terhadap kualitas kegiatan serta fasilitas yang tersedia. Penilaian ini menunjukkan bahwa program-program yang dilaksanakan dinilai memberikan manfaat dan memiliki nilai positif bagi masyarakat. Muhammad Sirri¹²³, sebagai salah satu jemaah, menilai bahwa kegiatan yang diselenggarakan masjid cenderung bersifat konstruktif dan membawa dampak baik bagi lingkungan sekitar. Pandangan serupa juga disampaikan oleh Mahruz¹²⁴ yang menyoroti tingginya jumlah kehadiran jemaah dalam kegiatan pengajian, yang dapat mencapai ratusan orang. Tingginya partisipasi tersebut menjadi indikator bahwa kegiatan yang dilaksanakan mampu menarik minat dan memperoleh respons positif dari masyarakat. Selain itu, kondisi ini juga mencerminkan kepercayaan jemaah terhadap fasilitas yang disediakan oleh masjid dalam mendukung aktivitas keagamaan. Dengan demikian, dapat dipahami bahwa citra yang terbentuk

¹²³ Wawancara dengan Muhammad Sirri, jemaah masjid Agung Al-Munawwarah Banjarbaru, Sabtu 06 Desember 2025

¹²⁴ Wawancara dengan Mahruz, jemaah masjid Agung Al-Munawwarah Banjarbaru, Sabtu 06 Desember 2025

tidak hanya positif dalam aspek kegiatan, tetapi juga mencakup kualitas fasilitas serta kontribusi sosial yang dirasakan oleh masyarakat luas.

Citra positif Masjid Agung Al-Munawwarah juga tercermin dari tingginya keterlibatan jemaah dalam berbagai kegiatan yang diselenggarakan. Partisipasi yang mencapai sekitar 500 orang dalam pengajian rutin serta keikutsertaan 465 peserta dari 18 sekolah dalam kegiatan Pesantren Ramadhan menunjukkan adanya komitmen nyata dari masyarakat. Berdasarkan keterangan narasumber, keterlibatan tersebut tidak hanya menggambarkan adanya penilaian yang baik terhadap masjid, tetapi juga menunjukkan kesediaan jemaah untuk meluangkan waktu dan tenaga dalam mengikuti setiap program yang diadakan. Kondisi ini menjadi indikator penting yang menandakan terbentuknya loyalitas serta tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap pengelolaan kegiatan masjid. Dengan demikian, citra yang berkembang tidak berhenti pada tataran persepsi semata, melainkan juga tercermin dalam tindakan konkret jemaah yang secara aktif mendukung dan berpartisipasi dalam berbagai aktivitas keagamaan yang diselenggarakan.

b. *Mirror Image* (Citra Cermin): Standar Internal yang Tinggi

Menurut Frank Jefkins, *mirror image* merujuk pada gambaran mengenai bagaimana manajemen internal suatu organisasi meyakini bahwa pihak luar atau publik memandang mereka.¹²⁵ Dalam konteks Masjid Agung Al-Munawwarah, terdapat dinamika yang menarik antara *mirror image* dan

¹²⁵ Baines et al., *Public Relations*, 98.

current image yang berkembang di kalangan masyarakat. Secara umum, jemaah memandang masjid ini sebagai tempat yang sangat bersih dan terawat, bahkan dinilai lebih baik dibandingkan masjid lain. Namun demikian, berdasarkan keterangan Muhammad Sirri¹²⁶ sebagai bagian dari lingkungan internal, pengurus justru menilai bahwa aspek kebersihan masih memerlukan peningkatan. Ia juga mengungkapkan bahwa berbagai komentar dari masyarakat, termasuk yang muncul di media sosial, kerap memuji kebersihan, keluasan area, serta kualitas imam di masjid tersebut. Perbedaan sudut pandang ini menunjukkan adanya kesenjangan antara persepsi eksternal yang cenderung positif dengan evaluasi internal yang lebih kritis, sehingga mencerminkan keberadaan *mirror image* dalam pengelolaan citra organisasi.

Perbedaan antara *mirror image* yang berlandaskan standar internal tinggi dan *current image* yang menunjukkan persepsi eksternal yang positif justru memberikan dampak konstruktif bagi organisasi. Dalam konteks Masjid Agung Al-Munawwarah, kesenjangan tersebut tidak dipandang sebagai kelemahan, melainkan sebagai dorongan untuk terus meningkatkan kualitas pengelolaan. Berdasarkan keterangan Muhammad Sirri¹²⁷, penilaian internal yang menganggap kebersihan belum optimal mendorong pengurus untuk lebih serius dan konsisten dalam melakukan upaya perbaikan, khususnya dalam menjaga kebersihan lingkungan masjid.

¹²⁶ Wawancara dengan Muhammad Sirri, jemaah masjid Agung Al-Munawwarah Banjarbaru, Sabtu 06 Desember 2025

¹²⁷ Wawancara dengan Muhammad Sirri, jemaah masjid Agung Al-Munawwarah Banjarbaru, Sabtu 06 Desember 2025

Sementara itu, penilaian positif dari masyarakat tetap menjadi indikator bahwa kinerja yang dilakukan telah berada pada jalur yang baik. Kondisi ini mencerminkan adanya sikap reflektif dalam organisasi, di mana evaluasi internal tidak berhenti pada capaian yang telah diakui publik. Dengan demikian, organisasi yang berkembang tidak hanya bergantung pada apresiasi eksternal, tetapi juga terus melakukan pembenahan berdasarkan standar internal yang lebih tinggi.

c. *Corporate Image* (Citra Lembaga): Dampak Sosial-Ekonomi

Corporate Image menurut Jefkins adalah cara organisasi itu sendiri dilihat oleh pihak luar, yang merupakan gabungan dari identitas organisasi, kepribadian, reputasi, dan nilai-nilai.¹²⁸ Dalam konteks Masjid Agung Al-Munawwarah, *Corporate Image* telah berkembang melampaui sekadar tempat ibadah. Masjid ini telah menjadi ikon atau induk bagi masjid-masjid lain di Kota Banjarbaru, seperti yang dijelaskan oleh pengurus masjid. Lebih dari itu, keberadaan masjid ini telah memberikan dampak sosial-ekonomi yang nyata bagi lingkungan sekitarnya.

Fenomena perkembangan kawasan di sekitar Masjid Agung Al-Munawwarah turut mencerminkan pengaruh citra positif masjid terhadap lingkungan sekitarnya. Berdasarkan penjelasan Mahruz¹²⁹, keberadaan masjid memberikan daya tarik tersendiri bagi masyarakat, khususnya dalam aspek hunian. Hal ini terlihat dari meningkatnya minat terhadap perumahan

¹²⁸ Baines et al., *Public Relations*, 99.

¹²⁹ Wawancara dengan Mahruz, jemaah masjid Agung Al-Munawwarah Banjarbaru, Sabtu 06 Desember 2025

di sekitar masjid, seperti kawasan Green Tasbih yang menjadi lebih diminati karena lokasinya yang berdekatan dengan pusat kegiatan keagamaan. Kedekatan tersebut dianggap memberikan kemudahan bagi masyarakat yang ingin aktif dalam aktivitas ibadah. Selain itu, perubahan kondisi lingkungan juga menunjukkan perkembangan yang signifikan, dari area yang sebelumnya relatif sepi dan minim pemukiman menjadi kawasan yang semakin ramai dan dihuni. Mahruz¹³⁰ juga mengungkapkan bahwa peningkatan jumlah jemaah dalam salat berjemaah menjadi indikator bertambahnya populasi di sekitar masjid. Dengan demikian, citra positif masjid tidak hanya berdampak pada aspek religius, tetapi juga memengaruhi dinamika sosial dan perkembangan wilayah di sekitarnya.

Pernyataan yang disampaikan oleh narasumber menunjukkan adanya perubahan sosial-ekonomi yang signifikan di sekitar Masjid Agung Al-Munawwarah. Berdasarkan penjelasan Mahruz¹³¹, kawasan yang sebelumnya berupa hutan dan relatif sepi kini telah berkembang menjadi lingkungan permukiman yang ramai serta diiringi dengan meningkatnya aktivitas ekonomi. Perubahan ini tidak terlepas dari keberadaan masjid yang berperan sebagai pusat kegiatan keagamaan sekaligus magnet bagi masyarakat untuk bermukim di sekitarnya. Ia juga mengungkapkan bahwa sejumlah perumahan memanfaatkan kedekatan lokasi dengan masjid sebagai nilai jual utama, yang menunjukkan tingginya daya tarik institusi

¹³⁰ Wawancara dengan Mahruz, jemaah masjid Agung Al-Munawwarah Banjarbaru, Sabtu 06 Desember 2025

¹³¹ Wawancara dengan Mahruz, jemaah masjid Agung Al-Munawwarah Banjarbaru, Sabtu 06 Desember 2025

tersebut di mata masyarakat. Kondisi ini mengindikasikan bahwa masjid tidak hanya memiliki fungsi religius, tetapi juga berkontribusi terhadap pertumbuhan wilayah secara lebih luas. Dengan demikian, keberadaan masjid dapat dipahami sebagai aset sosial yang bernilai tinggi dan mencerminkan terbentuknya citra kelembagaan yang kuat serta positif di tengah masyarakat.

Pengamatan peneliti di lapangan memperkuat data wawancara ini. Peneliti mengamati tumbuhnya kawasan hunian modern dan aktivitas ekonomi di sepanjang Jalan Trikora yang menjadikan kedekatan dengan Masjid Agung Al-Munawwarah sebagai nilai jual utama. Kehadiran jemaah yang ramai pada waktu salat lima waktu, yang sebelumnya dilaporkan sepi, kini terlihat nyata dengan barisan saf yang konsisten terisi. Fenomena ini memvalidasi teori Jefkins tentang Citra Perusahaan (*Corporate Image*), di mana institusi masjid tidak hanya dipandang sebagai tempat ibadah, tetapi juga sebagai entitas yang memberikan nilai tambah dan pengaruh positif bagi lingkungan sosial dan ekonomi di sekitarnya.

d. *Wish Image* (Citra Harapan): Area Pengembangan Masa Depan

Wish Image menurut Jefkins adalah citra yang dirancang untuk organisasi baru atau organisasi yang sedang melalui proses reposisi diri di pasar untuk menciptakan citra yang diinginkan.¹³² Dalam konteks Masjid Agung Al-Munawwarah, masukan dari jemaah mengungkapkan adanya *Wish Image* yang belum sepenuhnya terpenuhi. Jemaah wanita misalnya,

¹³² Baines et al., *Public Relations*, 98.

mengharapkan fasilitas televisi untuk memudahkan mereka melihat penceramah karena jarak yang jauh. Mereka juga mengharapkan frekuensi pengajian yang lebih sering, dengan idenya adalah pengajian setiap malam. Harapan-harapan ini menunjukkan bahwa meskipun *current image* sudah sangat positif, jemaah masih memiliki visi untuk peningkatan lebih lanjut.

Wish image ini penting karena memberikan arah bagi pengembangan strategis masjid di masa depan. Dengan mendengarkan dan merespons *wish image* ini, Remas dan pengurus masjid dapat terus meningkatkan kualitas layanan mereka, memastikan bahwa citra positif yang telah terbangun tidak hanya dipertahankan tetapi juga terus ditingkatkan.

3. Peran Remaja Sebagai Agen Kehumasan

Salah satu temuan paling signifikan dari penelitian ini adalah peran Remaja Masjid sebagai agen kehumasan yang aktif dan strategis. Peran ini tidak dapat dipahami hanya sebagai sekadar pelaksana teknis, melainkan sebagai aktor yang secara sadar dan strategis berkontribusi pada pembentukan citra masjid.

a. Keikhlasan dan Semangat Kerelawanan

Salah satu unsur penting yang membentuk citra positif Masjid Agung Al-Munawwarah adalah adanya semangat kerelawanan dan keikhlasan yang ditunjukkan oleh Remaja Masjid (Remas). Berdasarkan penjelasan Muhammad Sirri¹³³, kegiatan yang dilaksanakan oleh Remas pada umumnya dilandasi oleh motivasi internal untuk berkontribusi, bukan

¹³³ Wawancara dengan Muhammad Sirri, jemaah masjid Agung Al-Munawwarah Banjarbaru, Sabtu 06 Desember 2025

karena adanya imbalan material. Ia menekankan bahwa sebagian besar anggota Remas menjalankan peran mereka tanpa menerima upah, sehingga aktivitas yang dilakukan lebih mencerminkan sikap sukarela dan pengabdian. Kondisi ini menunjukkan bahwa keterlibatan generasi muda dalam kegiatan masjid tidak hanya bersifat partisipatif, tetapi juga didorong oleh nilai-nilai keagamaan dan sosial yang kuat. Lebih lanjut, sikap tersebut memberikan kesan positif di kalangan jemaah, karena mereka menilai adanya dedikasi yang tulus dalam setiap kegiatan yang diselenggarakan. Dengan demikian, semangat kerelawanan ini tidak hanya memperkuat pelaksanaan program, tetapi juga berkontribusi dalam membangun citra masjid yang baik di mata masyarakat.

Observasi peneliti di lapangan mengkonfirmasi pernyataan ini. Peneliti mengamati bahwa anggota Remas seringkali tetap berada di lokasi acara hingga acara benar-benar selesai untuk melakukan pembersihan dan evaluasi singkat, tanpa terlihat mengharapkan imbalan materi. Kehadiran mereka yang sukarela dalam setiap momen penting masjid menciptakan kesan positif yang mendalam bagi jemaah. Hal ini mencerminkan keberhasilan dalam manajemen reputasi sebagaimana dikemukakan Jefkins, di mana citra positif tidak dibangun melalui iklan berbayar, melainkan melalui tindakan konsisten yang menumbuhkan kepercayaan dan rasa hormat dari publik.

b. Kontribusi Operasional dan Dampak Langsung

Peran Remas dalam operasional kegiatan masjid sangat signifikan dan terukur. Dalam setiap acara besar, Remas melakukan berbagai tugas penting yaitu mengatur jemaah, membagikan konsumsi, menyiapkan prosesi pelaksanaan acara seperti menyiapkan pengeras suara, mengatur pembatas antara laki-laki dan perempuan, dan mengingatkan jemaah tentang batas suci. Tugas-tugas ini mungkin terlihat sederhana, tetapi dampaknya terhadap pengalaman jemaah sangat signifikan. Jemaah yang merasa diatur dengan baik, dihargai, dan diperhatikan akan membentuk persepsi positif terhadap masjid.

Lebih dari itu, Remas juga menunjukkan inisiatif dalam mengidentifikasi dan mengatasi masalah operasional. Misalnya, dalam acara Idulfitri, Remas yang mengatur jemaah, mengedarkan celengan, mengumpulkan, dan menghitung jumlah perolehan. Inisiatif ini menunjukkan bahwa Remas tidak hanya menjalankan tugas yang diberikan, tetapi juga berpikir secara strategis tentang bagaimana meningkatkan efektivitas kegiatan.

c. Tantangan Internal dan Kebutuhan Pengembangan

Meskipun kontribusi Remas sangat positif, penelitian ini juga mengidentifikasi tantangan internal yang perlu diatasi. Tantangan utama adalah masalah komitmen dan kehadiran anggota yang tidak konsisten. Ini adalah masalah klasik dalam organisasi berbasis sukarela, di mana anggota memiliki komitmen yang bervariasi. Tantangan ini dapat memengaruhi konsistensi dan kualitas pelayanan Remas.

Tantangan lain adalah kebutuhan untuk meningkatkan kualitas komunikasi interpersonal, terutama dalam berinteraksi dengan jemaah senior. Meskipun Remas menunjukkan kesadaran akan kebutuhan ini, implementasinya masih memerlukan upaya berkelanjutan.

4. Relevansi Teori dengan Hasil Penelitian

Relevansi hasil penelitian dengan teori yang digunakan sangat tinggi karena temuan di lapangan menunjukkan bahwa strategi kehumasan Remaja Masjid Agung Al-Munawwarah Banjarbaru secara konsisten mengimplementasikan dan memvalidasi model perencanaan *public relations* (PR) Enam Poin dari Frank Jefkins.

Berikut adalah kaitan antara temuan penelitian mengenai strategi Remaja Masjid dengan kerangka teori Jefkins.

a. Apresiasi Situasi (*Situation Analysis*)

Berdasarkan hasil penelitian, Remaja Masjid melakukan proses apresiasi situasi melalui dua pendekatan utama, yaitu evaluasi terhadap efektivitas program serta pengamatan terhadap respons masyarakat. Evaluasi program terlihat dari penilaian terhadap kegiatan yang telah dilaksanakan, di mana pesantren Ramadhan dipandang sebagai salah satu program unggulan yang relatif efektif. Sementara itu, respons masyarakat dipahami melalui persepsi yang berkembang, seperti adanya asumsi bahwa kegiatan PHBI memperoleh tanggapan positif dari publik.

Selain itu, penelitian ini juga mengungkap adanya sejumlah kendala internal yang dihadapi organisasi. Kendala tersebut mencakup rendahnya

tingkat kehadiran anggota dalam berbagai kegiatan serta perlunya peningkatan etika atau adab dalam berkomunikasi. Fakta bahwa hanya sebagian kecil anggota yang aktif dari total anggota yang terdaftar menjadi temuan penting dalam analisis situasi ini, karena berimplikasi langsung terhadap keberlangsungan program yang dijalankan.

Temuan tersebut relevan dengan pandangan Frank Jefkins yang menyatakan bahwa perencanaan *public relations* perlu diawali dengan analisis situasi guna mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan internal organisasi.¹³⁴ Dalam konteks ini, kondisi internal yang kurang stabil akibat rendahnya partisipasi anggota menunjukkan adanya potensi ketidaksesuaian antara citra yang ingin dibangun dengan kapasitas nyata organisasi. Oleh karena itu, pengenalan terhadap kondisi internal menjadi langkah penting untuk memastikan bahwa upaya pembentukan citra didukung oleh sumber daya yang memadai.

b. Definisi Tujuan (*Defining Objectives*)

Berdasarkan temuan penelitian, tujuan utama yang dirumuskan oleh Remaja Masjid berfokus pada upaya membangun citra positif masjid melalui penyelenggaraan berbagai kegiatan yang bersifat konstruktif. Tujuan tersebut kemudian diwujudkan dalam program-program utama, seperti Peringatan Hari Besar Islam (PHBI) dan kegiatan Pesantren Ramadhan, yang dirancang untuk memberikan dampak nyata bagi masyarakat.

¹³⁴ Jefkins, *Public Relations Techniques*, 87.

Apabila dikaitkan dengan kerangka pemikiran Frank Jefkins, perumusan tujuan dalam kegiatan *public relations* idealnya memenuhi kriteria tertentu, yaitu bersifat spesifik, terukur, realistis untuk dicapai, relevan dengan kebutuhan organisasi, serta memiliki batasan waktu yang jelas.¹³⁵ Dalam konteks ini, tujuan yang dirancang tidak hanya berorientasi pada pelaksanaan kegiatan semata, tetapi juga diarahkan pada peningkatan kesadaran masyarakat, pembentukan simpati, serta penguatan penerimaan publik terhadap keberadaan dan peran masjid.

c. Definisi Publik (*Defining Publics*)

Berdasarkan hasil analisis, Remaja Masjid secara tidak langsung telah menerapkan segmentasi khalayak dengan mempertimbangkan jenis kegiatan serta tujuan komunikasi yang ingin dicapai. Segmentasi tersebut tercermin dalam pengelompokan sasaran, yang meliputi jemaah atau masyarakat lokal sebagai publik umum, kalangan remaja atau pelajar yang menjadi fokus utama dalam kegiatan Pesantren Ramadhan, serta pihak eksternal seperti pemerintah daerah, organisasi mitra, dan Remaja Masjid lain yang berperan sebagai referensi atau model.

Pendekatan ini menunjukkan adanya upaya untuk menyesuaikan strategi komunikasi dengan karakteristik masing-masing kelompok sasaran. Hal tersebut sejalan dengan pandangan Frank Jefkins yang menekankan pentingnya pengenalan dan pemahaman terhadap audiens melalui proses segmentasi. Dengan demikian, pesan yang disampaikan dapat lebih tepat

¹³⁵ Baines et al., *Public Relations*, 84.

sasaran, efektif, dan tetap konsisten dengan tujuan komunikasi yang telah ditetapkan.

d. Seleksi Media dan Teknik (*Media Selection and Techniques*)

Dalam pelaksanaan komunikasi publik, Remaja Masjid cenderung memanfaatkan media sosial, seperti Instagram, YouTube, TikTok, dan Saluran WhatsApp sebagai sarana utama penyampaian informasi. Pemilihan media ini didasarkan pada pertimbangan efisiensi serta kemampuannya menjangkau khalayak yang lebih luas, terutama dalam konteks keterbatasan interaksi secara langsung yang tidak selalu memungkinkan untuk menjangkau seluruh lapisan masyarakat. Dengan demikian, penggunaan media digital menjadi alternatif yang dinilai lebih adaptif terhadap perkembangan pola komunikasi saat ini.

Selain itu, dalam mendukung pelaksanaan kegiatan, khususnya yang berskala besar, Remaja Masjid juga menerapkan teknik koordinasi lapangan guna memastikan kelancaran teknis di lokasi kegiatan. Di sisi lain, aspek pengelolaan dana turut diperhatikan melalui penerapan prinsip akuntabilitas, yang bertujuan untuk menjaga transparansi serta kepercayaan publik terhadap organisasi.

Pendekatan tersebut pada dasarnya mencerminkan penerapan prinsip komunikasi yang mempertimbangkan kesesuaian antara media, karakteristik audiens, serta tujuan yang ingin dicapai. Hal ini sejalan dengan pemikiran Frank Jefkins yang menekankan bahwa pemilihan saluran komunikasi, baik melalui media cetak, elektronik, kegiatan langsung,

maupun platform digital, perlu disesuaikan dengan kebutuhan dan kondisi khalayak sasaran agar pesan dapat tersampaikan secara efektif.

e. Asesmen Hasil (*Assessment of Results*)

Proses asesmen dalam kegiatan Remaja Masjid dilakukan melalui upaya pengukuran keberhasilan yang masih didasarkan pada indikator-indikator kualitatif, seperti asumsi dan tanggapan masyarakat terhadap kegiatan yang diselenggarakan. Salah satu bentuknya terlihat dari adanya apresiasi atau pujian publik terhadap pelaksanaan kegiatan Peringatan Hari Besar Islam (PHBI), yang kemudian dijadikan sebagai tolok ukur awal dalam menilai penerimaan masyarakat. Meskipun demikian, proses asesmen tidak hanya berhenti pada respons eksternal, tetapi juga dilengkapi dengan evaluasi internal yang mencakup penilaian terhadap efektivitas program serta kapasitas sumber daya manusia yang terlibat dalam pelaksanaan kegiatan.

Melalui evaluasi internal tersebut, Remaja Masjid berupaya mengidentifikasi sejauh mana program yang dijalankan telah mencapai tujuan yang direncanakan, sekaligus menelaah berbagai kendala yang muncul selama proses pelaksanaan. Pendekatan ini pada dasarnya mencerminkan pentingnya proses refleksi organisasi sebagai bagian dari siklus perencanaan dan pelaksanaan program. Hal ini sejalan dengan konsep evaluasi yang dikemukakan oleh Frank Jefkins, yang menegaskan bahwa keberhasilan suatu kegiatan *public relations* perlu diukur melalui perbandingan antara hasil yang dicapai dengan target yang telah ditetapkan

sebelumnya.¹³⁶ Dengan demikian, hasil evaluasi tidak hanya berfungsi untuk menilai tingkat keberhasilan, tetapi juga menjadi dasar pembelajaran dalam penyusunan dan pengembangan program pada periode berikutnya.

5. Relevansi Hasil dengan Citra Masjid (Frank Jefkins)

Penerapan strategi PR yang terencana ini terbukti efektif dalam mencapai tujuan inti mereka, yaitu Membangun Citra Positif.

Citra Masjid Agung Al-Munawwarah di mata masyarakat secara umum dinilai sangat positif. Persepsi positif tersebut tercermin dalam beberapa aspek utama, yaitu citra reputasi, citra fisik, dan kualitas kegiatan yang diselenggarakan. Dari sisi reputasi, Masjid Agung Al-Munawwarah dikenal tidak hanya di tingkat lokal, tetapi juga hingga mancanegara, khususnya Malaysia, serta dijadikan sebagai rujukan oleh Remaja Masjid lain dalam pengelolaan dan aktivitas keagamaan. Secara fisik, masjid ini dipersepsikan memiliki bangunan yang luas, representatif, dan terjaga kebersihannya dengan sangat baik. Sementara itu, dari aspek kualitas kegiatan, masjid dinilai mampu menghadirkan imam dengan kualitas bacaan yang baik serta menyelenggarakan kegiatan pengajian yang diminati masyarakat, terbukti dari kehadiran ratusan jemaah dalam setiap pelaksanaannya. Selain itu, peran Remaja Masjid juga memperoleh penilaian yang sangat positif karena keterlibatan mereka dianggap membantu keberlangsungan kegiatan masjid, dilandasi oleh sikap keikhlasan dan semangat kerelawanan yang tinggi.

¹³⁶ Baines et al., *Public Relations*, 94–95.

Dengan demikian, hasil penelitian ini tidak hanya menerapkan teori perencanaan PR Jefkins tetapi juga menunjukkan hubungan sebab-akibat antara strategi yang terstruktur berdasarkan poin Jefkins dan hasil yang terukur pembentukan citra positif di mata publik, yang merupakan salah satu jenis citra dalam teori Jefkins, seperti *Current Image*, *Wish Image*, dan *Corporate Image*.

6. Perbandingan dengan Penelitian Sebelumnya

Untuk memberikan landasan kontekstual yang kuat bagi penelitian ini, penting untuk membandingkan fokus dan kontribusi penelitian ini dengan beberapa kajian terdahulu yang memiliki tema serupa, terutama yang berkaitan dengan strategi *public relations* (PR) di institusi keagamaan, seperti masjid, atau peran organisasi Remaja Masjid. Penelitian ini secara spesifik bertujuan untuk menawarkan perspektif baru mengenai peran generasi muda dalam pengelolaan citra masjid.

Penelitian Abd. Ghafur¹³⁷ yang mengkaji aktivitas PR Takmir Masjid Jogokariyan dalam meningkatkan *Brand Association* memiliki kesamaan metodologis dengan penelitian ini, yaitu sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dan membahas peran kegiatan kehumasan dalam membentuk persepsi publik terhadap masjid.

Meskipun demikian, terdapat perbedaan mendasar pada fokus kajian. Perbedaan antara kedua penelitian tersebut terletak pada fokus dan pendekatan konseptual yang digunakan. Penelitian Ghafur berfokus pada kegiatan *public*

¹³⁷ Ghafur, "Kegiatan Public Relations Dalam Meningkatkan Brand Association (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Manajemen Masjid Jogokariyan Yogyakarta)."

relations yang dilakukan oleh takmir atau pengurus masjid dalam upaya meningkatkan *brand association* Masjid Jogokariyan dengan menekankan aspek *branding* sebagai kerangka analisis utama. Sementara itu, penelitian ini menitikberatkan pada strategi kehumasan yang dijalankan oleh Remaja Masjid dalam membentuk citra positif Masjid Agung Al-Munawwarah Banjarbaru, dengan menggunakan Teori Citra Frank Jefkins sebagai landasan konseptual utama untuk menganalisis proses pembentukan citra tersebut.

Penelitian Muhammad Reza dan Anang Anas Azhar¹³⁸ yang membahas strategi PR Masjid Ubudiyah Aulawiyah PTPN II dalam menjaga *current image* jemaah menunjukkan beberapa kesamaan penting dengan penelitian ini. Keduanya sama-sama menggunakan Teori Frank Jefkins dan pendekatan kualitatif, serta fokus pada strategi PR dalam pembentukan citra masjid.

Namun, perbedaan terletak pada subjek penelitian dan tujuan strategis yang dikaji. Perbedaan antara kedua penelitian tersebut terlihat pada subjek dan tujuan strategis yang dikaji. Penelitian Reza menitikberatkan pada peran Badan Kemakmuran Masjid (BKM) dalam menjaga citra yang telah terbentuk *current image*. Sementara itu, penelitian ini berfokus pada Remaja Masjid sebagai agen kehumasan yang berupaya membangun citra positif Masjid Agung Al-Munawwarah Banjarbaru melalui pelaksanaan kegiatan keagamaan, sosial, serta pemanfaatan publikasi media digital. Dengan demikian, penelitian ini

¹³⁸ Reza and Azhar, "Strategi Public Relations Masjid Ubudiyah Aulawiyah PTPN II Tanjung Morawa Dalam Menjaga Current Image Jemaah."

memberikan kontribusi baru dengan menghadirkan perspektif generasi muda dalam pengelolaan dan pembentukan citra masjid.

Penelitian Ikhwanul Qorib¹³⁹ membahas mengenai manajemen program kerja Remaja Islam Masjid (RISMA) At-Taqwa dalam meningkatkan kegiatan keagamaan di masyarakat. Kedua penelitian ini memiliki persamaan pada penggunaan pendekatan kualitatif dan objek kajian yang sama-sama mengkaji aktivitas Remaja Masjid sebagai penggerak kegiatan di masjid.

Perbedaan mendasar terlihat pada fokus kajian yang diangkat. Perbedaan antara kedua penelitian tersebut terletak pada fokus dan strategi yang dikaji. Penelitian Ikhwanul Qorib berorientasi pada manajemen internal program kerja organisasi Remaja Masjid, yang meliputi pembagian tugas, pengelolaan kegiatan, serta pelaksanaan evaluasi rutin untuk menilai efektivitas program. Sementara itu, penelitian ini menitikberatkan pada strategi *public relations* yang dijalankan oleh Remaja Masjid dalam membangun citra positif masjid melalui proses komunikasi, kegiatan publikasi, serta pemanfaatan media sosial sebagai sarana pendukung.

Penelitian Zaky Zulkarnain¹⁴⁰ mengkaji strategi PR formal Yayasan Masjid Nusantara (YMN) dalam mempertahankan citra lembaga. Kedua penelitian ini sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif dan berfokus pada strategi PR sebagai sarana pembentukan dan pemeliharaan citra lembaga keagamaan, serta menyoroti peran media sosial.

¹³⁹ Qorib, "Peran Pengurus Remaja Masjid At-Taqwa Dalam Meningkatkan Kegiatan Keagamaan Masyarakat Desa Candra Kencana Tulang Bawang Barat."

¹⁴⁰ Zulkarnain, "Strategi *Public Relations* Yayasan Masjid Nusantara Dalam Mempertahankan Citra Lembaga."

Perbedaan terlihat jelas pada konteks organisasi dan teori yang digunakan. Perbedaan antara kedua penelitian tersebut terletak pada lembaga yang diteliti, fokus kajian, serta landasan teori yang digunakan. Penelitian Zaky mengkaji divisi *public relations* formal pada lembaga sosial berskala nasional, yaitu YMN, dengan orientasi pada upaya mempertahankan citra lembaga melalui manajemen isu dan pemeliharaan kepercayaan publik. Sementara itu, penelitian ini menelaah strategi kehumasan yang dijalankan oleh Remaja Masjid sebagai agen komunikasi berbasis komunitas, yang berorientasi pada upaya membangun citra positif masjid. Selain itu, terdapat perbedaan pada kerangka teoretis, di mana penelitian Zaky menggunakan model *Cutlip dan Center*, sedangkan penelitian ini menggunakan Teori Citra Frank Jefkins sebagai landasan analisis.

Penelitian Muhammad Jauharudin¹⁴¹ membahas strategi PR Dewan Kemakmuran Masjid (DKM) Jami Al-Furqon dalam menjaga *current image* di mata jemaah. Kesamaan terletak pada penggunaan pendekatan kualitatif dan kajian strategi PR di lingkungan masjid untuk membentuk atau mempertahankan citra positif, serta menyoroti peran media sosial sebagai sarana komunikasi publik.

Perbedaan utamanya adalah pada subjek dan fokus citra. Perbedaan antara kedua penelitian tersebut terletak pada subjek dan kontribusi kajiannya. Penelitian Jauharudin berfokus pada strategi *public relations* yang dijalankan

¹⁴¹ Jauharudin, "Strategi *Public Relations* Masjid Jami Al-Furqon Kota Harapan Indah Bekasi Dalam Menjaga *Current Image* Jemaah."

oleh Dewan Kemakmuran Masjid (DKM) dalam menjaga citra masjid yang telah terbentuk. Sementara itu, penelitian ini menitikberatkan pada peran Remaja Masjid sebagai agen kehumasan yang secara aktif membangun citra positif, serta menggunakan Teori Citra Frank Jefkins untuk menganalisis proses pencitraan secara lebih mendalam, tidak hanya terbatas pada praktik komunikasi rutin.

Secara keseluruhan, penelitian ini memperkaya khazanah ilmu komunikasi, khususnya dalam ranah kehumasan yang berkaitan dengan institusi keagamaan. Penelitian ini menawarkan kontribusi baru dengan menyoroti peran strategis generasi muda, yaitu Remaja Masjid sebagai agen kehumasan yang aktif dan inovatif dalam membangun citra positif masjid bukan hanya mempertahankannya. Dengan mengadaptasi kerangka perencanaan Frank Jefkins dan fokus pada proses pembentukan citra, penelitian ini memberikan pemahaman mendalam mengenai dinamika komunikasi yang dilakukan komunitas pemuda masjid dalam konteks lokal Masjid Agung Al-Munawwarah Banjarbaru.

7. Komparasi Hasil Penelitian ini dengan Kajian Terdahulu

Penelitian ini mengenai peran strategi kehumasan Remaja Masjid (Remas) dalam pembentukan citra positif Masjid Agung Al-Munawwarah Banjarbaru memberikan perspektif yang kaya, terutama ketika hasilnya dikomparasikan dengan temuan-temuan dari penelitian relevan yang berfokus pada dinamika *public relations* (PR) di lingkungan masjid atau organisasi pemuda keagamaan.

a. Perbandingan dengan Penelitian yang Berorientasi pada *Brand Association* dan *Current Image* (Abd. Ghafur dan Muhammad Jauharudin)

Terdapat perbedaan penekanan dalam tujuan strategis yang ingin dicapai pada masing-masing penelitian. Penelitian yang dilakukan oleh Abd. Ghafur¹⁴² lebih berfokus pada aktivitas *public relations takmir* Masjid Jogokariyan dalam upaya meningkatkan *brand association*. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa berbagai kegiatan kehumasan yang dijalankan, seperti publikasi dan kunjungan, mampu terlaksana dengan baik dan dinilai efektif dalam memperkuat asosiasi merek Masjid Jogokariyan di mata publik.

Sementara itu, penelitian Muhammad Jauharudin menitikberatkan pada strategi *public relations* Dewan Kemakmuran Masjid (DKM) Jami Al-Furqon dalam mempertahankan *current image* jemaah. Temuan penelitian tersebut mengungkap bahwa strategi yang diterapkan melibatkan pemanfaatan berbagai media komunikasi, seperti Facebook, televisi internal masjid, *banner*, serta komunikasi antarpribadi dalam menyampaikan informasi program kepada jemaah. Di samping itu, penyediaan fasilitas yang bersih, nyaman, dan estetik juga menjadi bagian penting dari upaya menjaga citra positif yang telah terbentuk sebelumnya.

¹⁴² Gafur, “Kegiatan Public Relations Dalam Meningkatkan Brand Association (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Manajemen Masjid Jogokariyan Yogyakarta).”

Berbeda dengan kedua penelitian tersebut, penelitian ini tidak hanya membahas aspek citra dalam konteks pemeliharaan, tetapi lebih menekankan pada proses pembentukan citra itu sendiri, khususnya melalui peran Remaja Masjid sebagai agen kehumasan. Fokus ini menunjukkan bahwa kelompok usia muda memiliki kontribusi yang signifikan dalam menginisiasi dan mengembangkan citra positif masjid melalui pendekatan yang lebih adaptif. Salah satu bentuk adaptasi tersebut terlihat dari pemanfaatan media digital seperti Instagram, YouTube, dan TikTok sebagai sarana komunikasi publik. Penggunaan platform ini memungkinkan penyebaran informasi yang lebih luas dan dinamis, sekaligus mencerminkan kemampuan Remaja Masjid dalam menyesuaikan strategi komunikasi dengan perkembangan teknologi. Dengan demikian, penelitian ini memberikan perspektif yang berbeda, terutama jika dibandingkan dengan temuan Muhammad Jauharudin¹⁴³ yang menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial di Masjid Al-Furqon masih relatif terbatas dan belum mengoptimalkan platform seperti YouTube untuk memperluas jangkauan khalayak.

b. Perbandingan dengan Penelitian yang Berorientasi pada Pertahanan Citra Lanjutan (Muhammad Reza & Anang Anas Azhar, dan Zaky Zulkarnain)

¹⁴³ Jauharudin, "Strategi Public Relations Masjid Jami Al-Furqon Kota Harapan Indah Bekasi Dalam Menjaga Current Image Jemaah."

Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Reza bersama Anang Anas Azhar¹⁴⁴ menunjukkan bahwa strategi *public relations* Masjid Ubudiyah Aulawiyah PTPN II dalam menjaga *current image* jemaah dilaksanakan melalui pemanfaatan berbagai saluran komunikasi. Media yang digunakan meliputi platform digital seperti WhatsApp dan Facebook, media televisi, serta media luar ruang berupa spanduk, baliho, dan poster. Selain aspek komunikasi, penelitian tersebut juga menegaskan bahwa penyediaan fasilitas masjid yang bersih, menarik, dan nyaman menjadi bagian penting dari strategi kehumasan, karena berkontribusi dalam membentuk serta mempertahankan persepsi positif jemaah terhadap masjid.

Secara konseptual, temuan tersebut memiliki kesamaan dengan penelitian ini, terutama dalam penggunaan kerangka teori Frank Jefkins serta penekanan pada pentingnya strategi *public relations* dalam pembentukan citra masjid. Meskipun demikian, terdapat perbedaan yang cukup mendasar, baik dari segi subjek maupun fokus kajian. Penelitian Reza dan Anang lebih menitikberatkan pada peran Badan Kemakmuran Masjid (BKM) dalam mempertahankan citra yang telah terbentuk. Sebaliknya, penelitian ini justru menyoroti peran Remaja Masjid sebagai representasi generasi muda yang tidak hanya berfungsi sebagai pendukung kegiatan, tetapi juga sebagai aktor utama dalam membangun citra positif melalui berbagai aktivitas dan pemanfaatan media digital yang lebih inovatif.

¹⁴⁴ Reza and Azhar, "Strategi Public Relations Masjid Ubudiyah Aulawiyah PTPN II Tanjung Morawa Dalam Menjaga Current Image Jemaah."

Di sisi lain, penelitian Zaky Zulkarnain¹⁴⁵ mengenai Yayasan Masjid Nusantara (YMN) memperlihatkan pendekatan yang berbeda, dengan fokus pada upaya mempertahankan citra lembaga melalui penerapan proses manajemen *public relations* yang sistematis sebagaimana dikemukakan oleh *Cutlip* dan *Center*, yang meliputi identifikasi masalah, perencanaan, pelaksanaan komunikasi, serta evaluasi. Keberhasilan strategi tersebut tercermin dari penerapan prinsip transparansi, akuntabilitas dalam pelaporan, serta kemampuan dalam mengelola isu-isu sensitif, seperti yang berkaitan dengan kasus ACT. Dalam praktiknya, YMN juga memanfaatkan berbagai platform media digital secara komprehensif, seperti Instagram, YouTube, Facebook, Twitter, dan TikTok, guna menjaga serta memperkuat kepercayaan publik.

Meskipun terdapat kesamaan dalam hal pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi, penelitian ini menawarkan sudut pandang yang lebih spesifik pada konteks lokal, dengan menekankan kontribusi strategis Remaja Masjid sebagai komunitas berbasis pemuda di lingkungan Masjid Agung Al-Munawwarah. Hal ini berbeda dengan penelitian Zaky yang berfokus pada divisi *public relations* dalam lembaga sosial berskala nasional, sehingga menunjukkan adanya perbedaan karakteristik, pendekatan, serta ruang lingkup implementasi strategi kehumasan yang dijalankan.

¹⁴⁵ Zulkarnain, "Strategi Public Relations Yayasan Masjid Nusantara Dalam Mempertahankan Citra Lembaga."

c. Perbandingan dengan Penelitian yang Berfokus pada Manajemen Internal (Ikhwanul Qorib)

Penelitian yang dilakukan oleh Ikhwanul Qorib¹⁴⁶ mengenai manajemen program kerja Remaja Islam Masjid (RISMA) At-Taqwa pada dasarnya berfokus pada aspek pengelolaan internal organisasi, khususnya dalam perencanaan dan pelaksanaan program kerja. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa RISMA mampu meningkatkan intensitas kegiatan keagamaan melalui pendekatan persuasif serta penyusunan program yang terorganisir, seperti pengajian rutin dan penyelenggaraan Peringatan Hari Besar Islam (PHBI). Meskipun demikian, penelitian tersebut juga mengungkap adanya kendala yang cukup signifikan, terutama terkait komunikasi internal yang belum optimal serta rendahnya tingkat kehadiran anggota, yang pada akhirnya menjadi faktor penghambat dalam implementasi program.

Berangkat dari temuan tersebut, penelitian ini menghadirkan sudut pandang yang berbeda dengan memperluas fokus kajian. Walaupun Remaja Masjid dalam penelitian ini juga menyelenggarakan kegiatan keagamaan, seperti Pesantren Ramadhan dan PHBI, kegiatan-kegiatan tersebut tidak semata-mata diposisikan sebagai tujuan akhir organisasi. Sebaliknya, kegiatan tersebut dipahami sebagai instrumen strategis dalam mencapai tujuan *public relations*, yaitu membangun citra positif masjid di mata

¹⁴⁶ Qorib, "Peran Pengurus Remaja Masjid At-Taqwa Dalam Meningkatkan Kegiatan Keagamaan Masyarakat Desa Candra Kencana Tulang Bawang Barat."

publik. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya menilai keberhasilan dari sisi manajerial internal atau peningkatan partisipasi anggota, tetapi juga menempatkannya dalam kerangka komunikasi eksternal yang lebih luas dan terarah.

Secara keseluruhan, penelitian ini memberikan kontribusi dengan menempatkan Remaja Masjid sebagai aktor yang menjalankan fungsi kehumasan secara lebih sistematis, mengacu pada kerangka pemikiran Frank Jefkins. Fokus utama yang diangkat adalah bagaimana mereka mengupayakan pembentukan citra positif melalui strategi komunikasi yang adaptif. Salah satu temuan penting adalah pemanfaatan media digital, seperti Instagram, YouTube, dan TikTok, sebagai sarana utama dalam menjangkau publik. Hal ini sekaligus menunjukkan perbedaan dengan penelitian-penelitian sebelumnya yang umumnya lebih menitikberatkan pada peran pengurus senior, seperti DKM atau takmir masjid, yang cenderung berorientasi pada upaya mempertahankan citra yang telah terbentuk, bukan pada proses pembentukannya.