

BAB II

LADASAN TEORETIS

A. Strategi Komunikasi

1. Pengertian Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi merupakan manajemen perencanaan menyeluruh komunikasi untuk mencapai efek komunikasi yang diinginkan.¹ Seorang pakar perencanaan komunikasi Middleton dikutip dalam buku Hafied Cangara yang berjudul perencanaan dan strategi komunikasi membuat definisi dengan menyatakan strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal.²

Menurut Edi Suryadi yang berjudul strategi komunikasi menyatakan bahwa sesungguhnya suatu strategi adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan untuk mencapai tujuan. Jadi, merumuskan strategi komunikasi berarti memperhitungkan kondisi dan situasi (ruang dan waktu) yang dihadapi dan yang akan mungkin dihadapi di masa depan untuk mencapai efektivitas. Dengan strategi ini berarti dapat ditempuh beberapa cara memakai komunikasi secara sadar untuk menciptakan perubahan pada diri khalayak dengan mudah dan cepat.³

Strategi dalam komunikasi adalah cara mengatur pelaksanaan operasi komunikasi agar berhasil. Strategi komunikasi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai satu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah, tetapi juga harus menunjukkan taktik operasionalnya

¹ *Ibid*, 194.

² Prof. Hafied Cangara, *Perencanaan & Strategi Komunikasi* (Jakarta: Rajawali Pers 2017), 61.

³ Edi Suryadi, *Strategi Komunikasi (Sebuah Analisis Teori dan Praktis di Era Global)*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2018), 5.

2. Teori-Teori Strategi Komunikasi

Berikut ini teori-teori yang berkaitan dengan strategi komunikasi.

Teori-teori dibawah ini merupakan teori komunikasi yang mengarah pada mempengaruhi komunikan, diantaranya : yaitu:

1. *Campaign Communication Theory*, komunikasi kampanye adalah kegiatan yang dilakukan untuk memberikan dampak kepada khalayak dalam jumlah yang relative besar, pada kurun waktu tertentu, dan melalui serangkaian aktivitas komunikasi yang terorganisir. Pada teori ini terdapat dua point yang menjadi ciri khas strategi komunikasi yaitu memiliki tujuan yang jelas dan kegiatan komunikasi disusun atau direncanakan terlebih dahulu. Komunikasi kampanye ini memiliki kesamaan dengan komunikasi pemasaran.
2. *Communication Goal Theor*, teori ini menjelaskan bahwa dalam berkomunikasi kita memiliki tujuan masing-masing. Goal adalah tujuan atau keadaan yang diinginkan, dicapai, atau dipertahankan oleh seseorang, hal ini dilakukan untuk mencapai tujuan kita.
3. *Interpersonal Communication Theory*, nama lain dari teori ini adalah teori komunikasi antarpribadi. Teori ini menjadi salah satu teori yang populer dalam kajian ilmu komunikasi, teori ini membantu kita untuk mempelajari bahwa komunikasi yang kita lakukan dapat mempengaruhi orang lain. Dengan begitu, kita bisa menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari.
4. *Negotiation Theory*, teori ini merupakan salah satu pendekatan pengelolaan konflik dalam level interpersonal, kelompok, organisasi, masyarakat, dan internasional. Negosiasi merupakan komunikasi yang di dalamnya mengandung strategi, sudah sangat jelas bahwa negosiasi merupakan komunikasi yang direncanakan untuk mencapai suatu tujuan.⁴

⁴ Anwar Arifin, “Strategi Komunikasi”: Sebuah Pengantar Ringkas. (Bandung: Armico, 1984)

Adapun teori strategi komunikasi menurut Hafid Cangara, ialah:

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani klasik yaitu “stratos” yang artinya tentara dan kata “agein” yang berarti memimpin. Dengan demikian strategi yang dimaksudkan adalah memimpin tentara. Jadi strategi adalah konsep militer yang bisa diartikan sebagai seni perang para jenderal, atau suatu rancangan yang terbaik untuk memenangkan peperangan.

Sebuah strategi komunikasi dilakukan dengan mengombinasikan semua elemen komunikasi yang sengaja untuk dirancang sedemikian rupa dengan maksud tercapainya tujuan komunikasi yang diinginkan. Penggunaan strategi komunikasi dalam menunjang ketercapaian tujuan komunikasi yang diinginkan bukan hanya sebagai petunjuk apa yang harus dilakukan, tetapi juga menunjukkan bagaimana cara pelaksanaannya.

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan dan manajemen untuk mencapai tujuan. Tetapi untuk mencapai tujuan tersebut strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. Dalam teori komunikasi terdapat tiga strategi utama komunikasi yang dapat mendorong seseorang atau sekelompok orang untuk merubah sikap atau perilaku, karena berhasil tidaknya kegiatan komunikasi secara efektif banyak ditentukan oleh strategi komunikasi. Berikut macam-macam strategi komunikasi:

- 1) Informatif, adalah strategi yang digunakan untuk mendorong perubahan pada diri orang lain, dengan cara memberikan informasi agar orang tersebut memiliki pengetahuan yang sama. Naratif diartikan juga sebagai segala sesuatu yang bersifat member informasi atau menerangkan. Dalam kehidupan sehari-hari informasi sering kali dikaitkan dengan makna berita, penerangan, dan pengetahuan. Kalau kita perhatikan orang duduk didepan TV, mendengar radio atau

membaca surat kabar, maka kita bisa menduga bahwa ia memerlukan informasi.

- 2) Persuasif, adalah strategi yang digunakan untuk membujuk orang sehingga secara tidak sadar mengikuti keinginan komunikator yang menyampaikan bujukan. Karenanya komunikasi persuasif berusaha mengubah pengetahuan, sikap, perilaku, seseorang atau publik terhadap program yang akan dilaksanakan. Pendekatan persuasif adalah pendekatan yang menekankan kegiatan psikologis, membujuk, merayu dan mempengaruhi pendapat sehingga orang tersebut bertindak atas kehendaknya sendiri baik itu perubahan pada sifat, sikap dan tingkah lakunya. Komunikasi persuasif, dimulai dengan upaya membangkitkan perhatian mad'u. Upaya ini dilakukan tidak hanya bicara dengan kata-kata yang merangsang, tetapi juga penampilan ketika menghadapi khalayak. Sebagai contoh, dakwah yang dilakukan dengan metode pidato (ceramah persuasif). Sebelum juru dakwah bermaksud mencapai tujuan dakwah terlebih dahulu harus berusaha membangkitkan perhatian mad'u.
- 3) Edukatif, adalah strategi yang digunakan untuk mendidik yang memiliki tendensi ke arah perubahan bukan hanya dari tidak tahu menjadi tahu, tapi juga bisa melaksanakan apa yang diketahuinya. Misalnya dalam rumah tangga, ibu mencoba mengajarkan anak untuk mencuci tangan sebelum makan, di sekolah rumus matematika diajarkan untuk diketahui dan diselesaikan, dalam pendidikan masyarakat peserta didik diajarkan menjahit dengan memberi petunjuk. Suatu hal yang harus diketahui bahwa strategi edukatif ini harus disampaikan kepada komunikator yang lebih mengetahui masalah itu dari peserta didik. Karena itu seorang komunikator diharuskan mempelajari lebih awal isi pesan materi pendidikan sebelum disampaikan.

3. Langkah-Langkah Menyusun Strategi Komunikasi

Dalam rangka menyusun strategi komunikasi diperlukan langkah-langkah sebagai berikut, yaitu:

a. Mengenai Sasaran Komunikasi

Sebelum melancarkan komunikasi, perlu dipelajari siapa saja yang akan menjadi sasaran komunikasi. Hal ini juga bergantung kepada tujuan komunikasi terhadap komunikan, apakah menginginkan agar komunikan hanya sekedar mengetahui atau agar komunikan melakukan tindakan tertentu. Dalam proses mengenali sasaran terdapat faktor-faktor yang perlu diperhatikan dari diri komunikan adalah:

1) Faktor Kerangka Resmi

Dalam situasi komunikasi antarpersonal mudah untuk mengenal komunikan karena ia hanya satu orang. Jangankan sudah dikenal, tidak dikenal pun mudah untuk menjajaginya. Kerangka referensi seseorang terbentuk dalam dirinya sebagai hasil dari paduan pengalaman, pendidikan, gaya hidup, status sosial, ideologi, cita-cita, dan sebagainya.

2) Faktor Situasi Kondisi

Situasi komunikasi pada saat komunikan akan menerima pesan yang kita sampaikan. Situasi yang bisa menghambat jalannya komunikasi dapat diduga sebelumnya, dapat juga datang tiba-tiba pada saat komunikasi dilancarkan.

Yang dimaksud dengan kondisi disini adalah state of personality komunikasi, yaitu keadaan fisik dan psikis komunikan pada saat ia menerima pesan komunikasi. Komunikasi tidak akan efektif apabila komunikan sedang marah, sedih, bingung, sakit atau lapar.

b. Pemilihan Media Komunikasi

Media komunikasi banyak sekali jumlahnya. Namun pada umumnya. Media komunikasi ini dapat diklasifikasikan sebagai media tulisan atau cetakan, visual, aural, dan audio-visual. Untuk mencapai sasaran komunikasi kita dapat memilih salah satu atau gabungan dari beberapa media, tergantung pada tujuan yang akan dicapai, pesan yang akan disampaikan, dan teknik yang akan dipergunakan. Mana yang terbaik

dari sekian banyak media komunikasi itu tidak dapat ditegaskan dengan pasti sebab masing-masing mempunyai kelebihan dan kekurangan.

c. Pengkajian Tujuan Pesan Komunikasi

Pesan komunikasi (message) mempunyai tujuan tertentu. Ini menentukan teknik yang harus diambil, apakah itu teknik informasi, teknik persuasi, atau intruksi. Namun apapun tekniknya, pertama-tama komunikan harus mengerti pesan komunikasi itu. Pesan komunikasi terdiri atas pesan dan lambang (symbol). Isi pesan komunikasi bisa satu, tetapi lambang yang dipergunakan bisa macam-macam. Lambang yang bisa digunakan untuk menyampaikan isi komunikasi ialah bahasa, gambar, warna, dan sebagainya. Lambang yang paling banyak digunakan dalam komunikasi ialah bahasa, karena hanya bahasalah yang dapat mengungkapkan pikiran dan perasaan, fakta dan opini, hal yang kongkret dan yang abstrak, pengalaman yang sudah lalu dan kegiatan yang akan datang. Oleh karena itu, dalam komunikasi, bahasa memegang peranan yang sangat penting. Tanpa penguasaan bahasa, pemikiran yang bagaimana pun tidak akan dapat dikomunikasikan kepada orang lain secara tepat.

d. Peranan Komunikator dalam Komunikasi

Ada faktor yang penting pada diri komunikator bila ia melancarkan komunikasi, yaitu:

a) Daya Tarik Sumber

Seorang komuniator akan berhasil dalam komunikasi, akan mampu mengubah sikap, opini, dan perilaku komunikan melalui mekanisme daya tarik jika pihak komunikan merasa bahwa komunikator ikut serta dengannya. Dengan kata lain, komunikan merasa ada kesamaan antara komunikator dengannya sehingga komunikan bersedia taat pada isi pesan yang dilancarkan oleh komunikator.

b) Kredibilitas Sumber

Faktor kedua yang bisa menyebabkan komunikasi berhasil ialah kepercayaan komunikan pada komunikator. Kepercayaan ini banyak

bersangkutan dengan profesi atau keahlian yang dimiliki seorang komunikator.

Berdasarkan kedua faktor tersebut, seorang komunikator dalam menghadapi komunikan harus bersikap empatik (*emphaty*), yaitu kemampuan seseorang untuk memproyeksikan dirinya kepada peranan orang lain. Dengan kata lain, dapat merasakan apa yang dirasakan oleh orang lain. Seorang komunikator harus bersikap empatik ketika ia berkomunikasi dengan komunikan yang sedang sibuk, marah, bingung, sedih, sakit, dan kecewa.⁵

4. Ruang Lingkup Strategi Komunikasi

Ada tujuh hal yang menjadi ruang lingkup strategi komunikasi menurut Quinn (1992), dan Ruslan (2002). Strategi komunikasi harus mencakup ketujuh hal ini agar komunikasi menjadi efektif, ruang lingkup tersebut, ialah:⁶

- a) Objektif.
- b) Inisiatif.
- c) Konsentrasi.
- d) Fleksibilitas.
- e) Pimpinan yang berkomitmen dan mengkoordinasi.
- f) Kejujuran.
- g) Keamanan.

5. Fungsi dan Tujuan Strategi Komunikasi

Adapun fungsi dari strategi komunikasi sendiri yaitu:

- a. Menyebarkan pesan komunikasi yang bersifat informatif, persuasive, intruksif secara sistematis kepada sasaran untuk memperoleh hasil yang optimal.

⁵ Onong Uchjana Effendi, *ilmu komunikasi: teori dan praktek*, (Bandung: Remaja Karya, 1985), 35-39.

⁶ Diakses melalui <https://tambahpinter.com/strategi-komunikasi/#Langkah-langkah-Strategi-Komunikasi-pada-Tanggal-18-November-2022>.

- b. Menjembatani “*cultural gap*”, misalnya suatu program yang berasal dari suatu produk kebudayaan lain yang dianggap baik untuk diterapkan dan dijadikan milik kebudayaan sendiri sangat tergantung bagaimana strategi mengemas informasi itu dalam dikomunikasikannya.⁷

Tujuan strategi komunikasi ialah, strategi planning perencanaan yang menetapkan program jangka panjang, dimana didalamnya mencakup kerangka kerja untuk perencanaan jangka menengah dan jangka pendek. Oleh karena itu, konsep strategi komunikasi disini diletakan sebagai bagian dari perencanaan komunikasi dalam mencapai tujuan yang ingin dicapai, sedangkan perencanaan strategi tidak lain adalah kebijakan komunikasi dalam tataran makro untuk program jangka panjang.⁸

Demikian strategi komunikasi yang merupakan panduan perencanaan komunikasi dengan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Kesimpulannya, strategi komunikasi dalam judul ini adalah sebagai cara rencana dasar yang menyeluruh dari rangkaian tindakan yang dilakukan pengurus masjid untuk memakmurkan masjid dalam arti kata bahwa untuk memprogramkan kegiatan di masjid tentu memerlukan strategi dan komunikasi yang efektif guna keberlangsungan jalannya setiap kegiatan yang ada di masjid, sehingga program kegiatan di masjid dapat berjalan dengan lancar dan optimal.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN

6. Tujuan dan Hambatan di Dalam Strategi Komunikasi

Tujuan strategi komunikasi ialah, strategi planning perencanaan yang menetapkan program jangka panjang, dimana didalamnya mencakup kerangka kerja untuk perencanaan jangka menengah dan jangka pendek. Oleh karena itu, konsep strategi komunikasi disini diletakan sebagai bagian dari perencanaan komunikasi dalam mencapai tujuan yang ingin dicapai,

⁷ Onong Uchana Efendy, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung: Remadja Karya, 1993), 28.

⁸ Riswandi, *Ilmu Komunikasi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), 63.

sedangkan perencanaan strategi tidak lain adalah kebijakan komunikasi dalam tataran makro untuk program jangka panjang.⁹

Hambatan dalam komunikasi umumnya terjadi pada saat penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan. Sering terjadi tidak tercapainya pengertian sebagaimana yang dikehendaki, malah timbul kesalahpahaman. Menurut Ruslan terdapat empat jenis hambatan yang dapat mengganggu strategi komunikasi, yaitu:

- a. Hambatan dalam proses penyampaian (*process barrier*), ini dapat datang dari pihak komunikator (*sender barrier*) yang mendapat kesulitan dalam penyampaian pesan-pesannya, tidak menguasai materi pesan, dan belum memiliki kemampuan sebagai komunikator yang handal. Hambatan ini juga bisa berasal dari penerima pesan tersebut (*receiver barrier*) karena sulitnya komunikan dalam memahami pesan itu dengan baik.
- b. Hambatan dalam proses penyampaian secara fisik (*physical barrier*), sarana fisik bisa menghambat komunikasi yang efektif seperti pendengaran kurang tajam dan gangguan pada sistem dan gangguan pada sistem penguat suara (*sound system*) yang sering terjadi dalam suatu ruangan kuliah, seminar, pertemuan dan lain-lain. Hal ini dapat membuat pesan-pesan tidak efektif sampai dengan tepat pada komunikannya.
- c. Hambatan semantic (*semantic barrier*), yaitu adanya perbedaan pengertian dan pemahaman antara pemberi pesan dan penerima tentang satu bahasa atau lambang. Mungkin saja bahasa yang disampaikan terlalu teknis dan formal, sehingga menyulitkan pihak komunikan yang tingkat pengetahuan dan pemahaman bahasa teknisnya kurang. Atau sebaliknya, tingkat pengetahuan dan pemahaman bahasa teknis komunikator yang kurang.
- d. Hambatan psiko-sosial (*psychosocial barrier*), adanya perbedaan yang cukup lebar dalam aspek kebudayaan, adat istiadat, kebiasaan, persepsi dan nilai yang dianut sehingga kecenderungan, kebutuhan

⁹ *Ibid*, 22.

serta harapan-harapan dari kedua belah pihak yang berkomunikasi juga berbeda.¹⁰

7. Hambatan-Hambatan Komunikasi

Noise of communication merupakan proses komunikasi yang terkadang penyampainnya mengalami hambatan atau gangguan komunikasi, hal-hal yang menghalangi kelancaran peralihan pesan informasi dari sumber kepada penerimaan. Gangguan dalam sistem komunikasi ini dapat bersumber dari kesalahan komunikator, komunikan, pesan, atau media yang akhirnya mengurangi makna pesan yang disampaikan. Ada beberapa faktor yang menyebabkan komunikasi dapat terhambat, diantaranya:

1) Hambatan Psikologis

Hambatan psikologis merupakan unsur-unsur dari hambatan kegiatan psikis manusia.¹¹ Didalam hambatan psikologis ini terdapat kepentingan, prasangka, stereotip, dan motivasi. Dimana kepentingan menjadikan manusia hanya terpusatkan kepada satu perhatian sehingga terstimulus untuk melakukan yang menjadi kepentingannya. Jika tidak ada kepentingan, maka itu akan dilewati begitu saja. Ditambah lagi bahwa komunikan dalam komunikasi massa bersifat heterogen. Sangat kompleks sekali karena kita bisa mengelompokannya dari usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, dan lainnya. Tentu saja perbedaan itu berpengaruh terhadap kepentingan-kepentingan mereka saat berkomunikasi. Karena pada setiap pesan di dalam komunikasi akan mendapatkan persepsi yang berbeda-beda dari komunikannya terutama dari segi manfaat atau kegunaannya. Maka, seleksi pun akan secara otomatis terjadi dalam kegiatan komunikasi.

Prasangka berkaitan dengan persepsi orang tentang seseorang atau kelompok lain, dan sikap serta perilakunya terhadap mereka.

¹⁰ Diakses melalui <https://sman3cikarangutara.sch.id/strategi-komunikasi-pengertian-teknik-langkah-dan-hambatan> pada Tanggal 6 Oktober 2022.

¹¹ Ardianto, E, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar* : Bandung (Simbiosis Rekatama Media, 2014), 89.

Persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan.¹² Prasangka merupakan salah satu rintangan atau hambatan bagi tercapainya suatu tujuan dalam komunikasi. Prasangka melibatkan emosi yang memaksa kita untuk menarik kesimpulan atas dasar prasangka tanpa menggunakan pikiran yang rasional. Emosi seringkali membutakan pikiran dan pandangan kita terhadap fakta yang nyata. Untuk mengatasi hambatan prasangka, komunikator dalam komunikasi diharapkan berada di posisi yang netral. Juga harus memiliki reputasi yang baik artinya dia tidak pernah terlibat dalam suatu perkara yang telah menyakiti sekelompok komunikasi tertentu.¹³ Maka berdasarkan hal tersebut agar komunikasi bisa efektif maka seorang komunikator harus bersifat *acceptable* (dapat diterima) oleh segala aspek.

Stereotip merupakan gambaran atau tanggapan tertentu mengenai sifat-sifat dan watak pribadi orang atau golongan lain yang bercorak negatif. Stereotip ini merupakan hal yang harus diwaspadai komunikator komunikasi massa. Mengingat apabila dalam proses komunikasi massa ada komunikasi yang memiliki stereotip tertentu pada komunikannya, maka dapat dipastikan pesan apa pun tidak akan bisa diterima oleh komunikan.

Motivasi juga berpengaruh kepada efektivitas berkomunikasi. Motivasi lebih dianggap sebagai penghambat dalam proses komunikasi massa. Setiap manusia pada hakikatnya memiliki motif tertentu. Motif merupakan suatu pengertian yang melingkupi semua penggerak, alasan-alasan atau dorongan-dorongan dari dalam diri manusia yang menyebabkan manusia berbuat sesuatu. Kita mengetahui bahwa heterogenitas manusia membentuk motif yang beraneka ragam dalam kegiatan komunikasi massa. Melihat berbagai motif yang berbeda antara orang perorang, maka identitas tanggapan

¹² Jalaluddin Rahmat, *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003), 51.

¹³ Oncong Uchayana Effendy, *Hubungan Masyarakat Suatu Studi Komunikologis*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002), 44.

seseorang terhadap pesan komunikasi pun berbeda sesuai dengan jenis motifnya. Semakin sesuai pesan komunikasi dengan motivasi seseorang, maka semakin besar kemungkinan komunikasi itu dapat diterima dengan baik oleh komunikan.

2) Hambatan Sosiokultural

Hambatan ini melibatkan lingkungan sosial dan budaya seorang komunikan. Ardianto membagi hambatan sosiokultural kedalam beberapa aspek, yakni keberagaman etnik, perbedaan norma sosial, kurang mampunya berbahasa, faktor semantik, kurang meratanya pendidikan, dan berbagai hambatan mekanis.¹⁴

Semantik merupakan pengetahuan tentang pengertian atau makna kata yang sebenarnya. Jadi, alasan mengapa semantik dianggap sebagai hambatan dalam proses komunikasi terletak pada bahasa yang digunakan oleh komunikan. Hambatan semantik dalam suatu proses komunikasi dapat terjadi dalam beberapa hal;

- a. Komunikator salah mengucapkan kata-kata atau istilah sebagai akibat berbicara terlalu cepat.
- b. Adanya perbedaan makna dan pengertian untuk kata atau istilah yang sama sebagai akibat aspek psikologis.
- c. Adanya pengertian konotatif.

Ditinjau dari sudut pendidikan, maka tingkat Pendidikan di Indonesia belum merata. Adanya kesenjangan pendidikan antara penduduk perkotaan dan pedesaan (misalnya) telah menjadikan penghambat dalam proses komunikasi. Heterogenitas komunikan, terutama dalam tingkat pendidikan, akan menyulitkan komunikator dalam menyusun dan menyampaikan pesan. Masalah akan timbul mana kala komunikan yang berpendidikan rendah tidak dapat menerima pesan secara benar karena keterbatasan daya nalarnya atau daya tangkapnya. Komunikator komunikasi massa harus mampu mengantisipasi hal-hal tersebut dengan cara menggunakan tokoh

¹⁴ *Ibid*, E. Ardianto

pemuka, penerjemah, dan orang lain yang dianggap mampu mengomunikasikan kembali supaya lebih mudah dicerna oleh masyarakat sasaran. Hambatan komunikasi lainnya adalah hambatan mekanis. Hambatan mekanis adalah hambatan teknis sebagai konsekuensi penggunaan media massa.¹⁵

3) Hambatan Interaksi Nonverbal

Larry A. Samovar dan Richard E. Porter, interaksi nonverbal mencakup semua rangsangan kecuali rangsangan verbal dalam suatu setting komunikasi yang dihasilkan oleh individu, yang mempunyai nilai pesan potensial bagi pengirim atau penerima. Jadi definisi ini mencakup perilaku yang disengaja maupun tidak disengaja sebagai bagian dari peristiwa komunikasi secara keseluruhan. Secara sederhana, pesan nonverbal adalah semua isyarat yang bukan kata-kata. Masyarakat saat ini sadar bahwa dalam berkomunikasi tidak hanya dapat disampaikan lewat kata-kata, akan tetapi juga dapat melalui indera lainnya seperti mata, alis, dagu, dan sebagainya. Ciri-ciri komunikasi nonverbal sebagai berikut:

1. Disampaikan dengan menggunakan isyarat (*gesture*), gerak-gerik (*movement*), postur/tipologi.
2. Parabahasa, kinesic/sentuhan, penampilan fisik, ruang, jarak, waktu, consumer product dan artefak.
3. Proses komunikasi implisit dan dapat terjadi dua arah maupun satu arah.
4. Kualitas proses komunikasi tergantung pada pemahaman terhadap persepsi orang lain.

Hambatan interaksi nonverbal sangat penting bagi kebermaknaan suatu komunikasi, namun sulit untuk dipelajari karena memiliki hambatan-hambatan, yaitu:

- 1) Hambatan konsepsi, atau pemahaman

¹⁵ Diakses melalui <http://azizzone24.blogspot.com/2014/11/hambatan-hamabatan-dalam-komunikasi.html> pada tanggal 23 April 2023

Dalam berkomunikasi bisa terjadi kesalahpahaman antara orang-orang yang berkomunikasi. Kesalahpahaman ini terjadi karena beberapa sebab, yakni komunikasi nonverbal bersifat insting dan tidak dapat dipelajari, adanya keyakinan bahwa fenomena nonverbal seperti ekspresi wajah dan postur tubuh merefleksikan ciri biologis dan kematangan yang bersifat herediter dari komunikator, banyaknya gerak isyarat yang digunakan dalam berkomunikasi membuatnya sulit untuk dipelajari secara praktis dan sistematis dalam hubungannya dengan perilaku manusia.

2) Hambatan pengucapan

Pada awalnya, cara pergerakan dalam pengucapan bahasa dianggap perlu dilakukan untuk menarik perhatian audience, bukan sebagai pelengkap dan penguat pesan yang ingin disampaikan.

3) Hambatan metodologi

Diperlukan peralatan yang mahal untuk mempelajari komunikasi nonverbal.

Menurut Cangara (2004), hambatan komunikasi pada dasarnya terdiri dari tujuh macam gangguan dan rintangan, yaitu:

- a) Gangguan teknis, misalnya gangguan pada stasiun radio, jaringan telepon, kerusakan pada alat [komunikasi](#).
- b) Gangguan semantik, merupakan gangguan yang disebabkan karena kesalahan pada bahasa yang digunakan. Misalnya, kata-kata yang terlalu banyak memakai jargon asing, penggunaan bahasa yang berbeda, dan penggunaan struktur bahasa yang tidak sebagaimana mestinya.
- c) Gangguan psikologis, merupakan rintangan yang terjadi karena adanya persoalan dalam diri individu. Misalnya, rasa curiga, situasi [berduka](#), atau gangguan kejiwaan.

- d) Rintangan fisik, merupakan rintangan karena letak geografis. Misalnya, jarak yang jauh sehingga sulit dicapai alat transportasi dan komunikasi.
- e) Rintangan status sosial, merupakan rintangan yang terjadi karena perbedaan status sosial dan senioritas. Misalnya, antara atasan dan bawahan, atau antara dosen dan mahasiswa.
- f) Rintangan kerangka berpikir, merupakan rintangan yang terjadi karena adanya perbedaan pola pikir. Perbedaan pola pikir bisa disebabkan karena pengalaman dan latar belakang pendidikan yang berbeda.
- g) Rintangan budaya, merupakan rintangan yang disebabkan oleh perbedaan norma, kebiasaan, dan nilai-nilai yang dianut.¹⁶

B. Masjid dan Pengembangan Dakwah

1) Pengertian Fungsi dan Peran Masjid

Di lihat dari segi harfiah, perkataan masjid berasal dari kata bahasa Arab. Masjid berasal dari pokok sujudan, dengan *fi'il madly* sajada yang berarti tempat sujud atau tempat sembahyang, dan karena berupa isim makan, maka diberi awalan "ma" yang kemudian berubah kata menjadi *masjidu*. Umumnya dalam bahasa Indonesia huruf "a" menjadi "e", sehingga kata masjid ada kalanya disebutkan dengan masjid. Perubahan bunyi dari *ma* menjadi *me*, disebabkan tanggapan awalan *me* dalam bahasa Indonesia. Bahwa hal ini salah, sudah tentu kesalahan umum seperti ini dalam indosianisasi kata-kata asing sudah biasa. Dalam ilmu bahasa sudah menjadi kaidah kalau suatu penyimpangan atau kesalahan dilakukan umum ia dianggap benar. Menjadilah ia kekecualian.¹⁷

Masjid merupakan salah satu unsur penting dalam struktur masyarakat Islam. Masjid bagi umat Islam memiliki makna yang besar dalam

¹⁶ Diakses melalui <https://www.dictio.id/t/apa-saja-penghalang-atau-hambatan-barriers-dalam-berkomunikasi/3782/2> pada Tanggal 24 Juni 2023.

¹⁷ Sidi Gazalba, *Mesjid Pusat Ibadah dan Kebudayaan Islam*. (Jakarta: Pustaka Al-Husna, Cetakan V, 1989), 118.

kehidupan, baik makna fisik maupun makna spiritual. Kata masjid itu sendiri berasal dari kata *sajada-yasjudu-masjidan* (tempat sujud).

Menurut Az-Zarkashi, karena sujud merupakan rangkaian shalat yang paling mulia, mengingat betapa dekatnya seorang hamba dengan Tuhannya ketika sujud, maka tempat tersebut dinamakan *masjid* dan tidak dinamakan *marka* '(tempat ruku'). Arti masjid dikhususkan sebagai masjid tempat yang disediakan untuk mengerjakan shalat lima waktu, sehingga tanah lapang yang biasa digunakan untuk mengerjakan shalat hari raya Idul Fitri, Idul Adha, dan lainnya tidak dinamakan masjid.¹⁸

Adapun menurut istilah yang dimaksud masjid adalah suatu bangunan yang memiliki batas-batas tertentu yang didirikan untuk tujuan beribadah kepada Allah seperti shalat, dzikir, membaca al-Qur'an dan ibadah lainnya. Dan lebih spesifik lagi yang dimaksud masjid di sini adalah tempat didirikannya shalat berjama'ah, baik ditegakkan di dalamnya shalat jum'at maupun tidak.¹⁹ Allah berfirman:

وَأَنَّ الْمَسَاجِدَ لِلَّهِ فَلَا تَدْعُوا مَعَ اللَّهِ أَحَدًا

Artinya: “Dan sesungguhnya masjid-masjid itu adalah kepunyaan Allah. Maka janganlah kamu menyembah seseorangpun di dalamnya di samping (menyembah) Allah.” (QS. al-Jin:18)

Dalam ayat yang lain Allah SWT berfirman :

وَمَنْ أَظْلَمُ مِمَّنْ مَنَعَ مَسْجِدَ اللَّهِ أَنْ يُذَكَّرَ فِيهَا اسْمُهُ وَسَعَىٰ فِي خَرَابِهَا
أُولَٰئِكَ مَا كَانَ لَهُمْ أَنْ يَدْخُلُوهَا إِلَّا خَائِفِينَ ۗ لَهُمْ فِي الدُّنْيَا خِزْيٌ وَلَهُمْ فِي
الْآخِرَةِ عَذَابٌ عَظِيمٌ

Artinya: “Dan siapakah yang lebih aniaya daripada orang yang menghalanghalangi menyebut nama Allah dalam masjid-masjid-Nya dan berusaha untuk merobohkannya? Mereka itu tidak sepatutnya masuk ke dalamnya (masjid Allah), kecuali dengan rasa takut (kepada Allah). Mereka

¹⁸ Al-Qahtani, Dr. Sa'id bin Ali bin Wahf. 2003, *Adab dan Keutamaan Menuju dan di Masjid*. Terj. Muhlisin Ibnu Abdurrahim. (Bandung: Irsyad Baitus Salam, 2003), 1.

¹⁹ Diakses melalui <https://faisalchoir.blogspot.co.id/2012/06/hadits-hadits-tentang-masjid-dan.html> pada Tanggal 21 Oktober 2022.

di dunia mendapat kehinaan dan di akhirat mendapat siksa yang berat.” (QS. al-Baqarah:114).

Dari kedua ayat diatas dijelaskan bahwa masjid merupakan sebuah tempat yang disediakan untuk menyembah Allah SWT yakni mengerjakan shalat lima waktu. Hal tersebut sesuai dengan hadits Nabi SWA tentang tempat untuk menyembah Allah SWT, beliau bersabda:

Artinya: *“Dari ‘Aisyah -radhiyallahu’anha- dia berkata; Rasulullah shallallahu ‘alaihi wa sallam bersabda ketika beliau sedang menderita sakit yang membuatnya tidak bisa bangun -menjelang wafat, pen-, “Allah melaknat Yahudi dan Nasrani; mereka menjadikan kubur-kubur nabinabi mereka sebagai tempat ibadah.” (HR. Muslim dalam Kitab al-Masajid wa Mawadhi’ as-Shalah).*

Dalam hadits yang lain Nabi SAW, bersabda:

Artinya: *“Diriwayatkan dari Abi Dzarr r.a. berkata:“Saya bertanya wahai Rasulullah, Masjid apakah yang pertama kali dibangun di muka bumi ini?” Beliau menjawab, “Masjidil Haram.” Saya bertanya lagi, “Kemudian masjid apa sesudahnya?” Beliau menjawab, Masjidil Aqsha,” Saya bertanya lagi, “Berapa lamakah jangka waktu pembuatan antara kedua masjid itu?” Beliau menjawab, “Empat puluh tahun, dan dimana saja kamu mendapatkan waktu shalat, hendaklah kamu kerjakan shalat itu karena ia adalah masjid.” (HR.Muslim).*

Kedua hadits diatas menjelaskan bahwa secara umum masjid adalah semua tempat yang digunakan untuk sujud dinamakan masjid. Setiap muslim boleh melakukan salat diwilayah manapun terkecuali di atas kuburan di tempat-tempat najis dan tempat yang menurut syariat Islam tidak sesuai untuk dijadikan solat. Rasulullah saw bersabda:

Artinya : *“Setiap bagian dari bumi Allah adalah tempat sujud (masjid”)* (HR.Muslim)

Pada hadis yang lain Rasulullah bersabda pula:

Artinya : “Telah dijadikan bagi kita bumi ini sebagai tempat sujud dan keadaannya bersih”. (HR. Muslim)

Hadits yang lain diriwayatkan oleh Bukhari Rasulullah shallallahu‘alaihi wa sallam bersabda:

Artinya : “Aku diberi lima hal yang tidak diberikan kepada seorang pun sebelumnya: aku dimenangkan dengan perasaan takut yang menimpa musuhku dengan jarak sebulan perjalanan, bumi dijadikan bagiku sebagai mesjid dan suci, siapa pun dari umatku yang menjumpai waktu shalat maka shalatlah....” (HR.Bukhari).

Dari hadits-hadits diatas jelaslah bahwa masjid secara umum adalah semua bagian di bumi yang dijadikan tempat sujud dan keadaannya bersih serta digunakan hanya untuk menyembah Allah SWT, namun terdapat tempat-tempat yang dilarang untuk dijadikan tempat sujud atau masjid antara lain: tempat buang hajat dan kuburan, hal ini jelas dilaran oleh Rasulullah SAW.

Sedangkan masjid dalam pengertian khusus adalah tempat atau bangunan yang dibangun khusus untuk menjalankan ibadah, terutama salat berjamaah. Pengertian ini juga mengerucut menjadi, masjid yang digunakan untuk salat Jum'at disebut Masjid Jami`. Karena salat Jum`at diikuti oleh orang banyak maka masjid Jami` biasanya besar. Sedangkan masjid yang hanya digunakan untuk salat lima waktu, bisa di perkampungan, bisa juga di kantor atau di tempat umum, dan biasanya tidak terlalu besar atau bahkan kecil sesuai dengan keperluan, disebut Musholla, artinya tempat salat. Di beberapa daerah, musholla terkadang diberi nama langgar atau surau.

Masjid sekurang-kurangnya mempunyai tiga tinjauan makna yaitu: *Pertama*, berkaitan dengan aspek individu adalah tercapainya manusia yang beriman. *Kedua*, berkaitan dengan aspek social adalah membentuk umat yang siap menjalankan dalam berbagai situasi atau kondisi yang dihadapi dan mampu hidup bermasyarakat dalam arti yang luas, berbangsa dan bernegara. Yang terpenting dalam aspek ini adalah kepribadian (akhlak)

sebagai basis dinamik bangunan social yang kokoh. Ketiga, berkaitan dengan aspek fisik-bangunan adalah sebagai pembuktian ketauhidan, kekokohan jalinan sosial yang memiliki sikap konstruktif dan produktif.²⁰

Fungsi masjid, pada masa sekarang Masjid semakin perlu untuk difungsikan, diperluas jangkauan aktivitas dan pelayanannya serta ditangani dengan organisasi dan management yang baik. Tegasnya, perlu tindakan meng-aktualkan fungsi dan peran Masjid. Meskipun fungsi utamanya sebagai tempat menegakkan shalat, namun Masjid bukanlah hanya tempat untuk melaksanakan shalat saja.

Di masa Rasulullah SAW, selain dipergunakan untuk shalat, berdzikir dan beri'tikaf, masjid bisa dipergunakan untuk kepentingan sosial. Misalnya, sebagai tempat belajar dan mengajarkan kebajikan (menuntut ilmu), merawat orang sakit, menyelesaikan hukum li'an dan lain sebagainya. Dalam perjalanan sejarahnya, masjid telah mengalami perkembangan yang pesat, baik dalam bentuk bangunan maupun fungsi dan perannya. Hampir dapat dikatakan, dimana ada komunitas muslim di situ ada masjid. Memang umat Islam tidak bisa terlepas dari masjid.

Di samping menjadi tempat beribadah, masjid telah menjadi sarana berkumpul, menuntut ilmu, bertukar pengalaman, pusat da'wah dan lain sebagainya. Banyak masjid didirikan umat islam, baik masjid umum, masjid sekolah, masjid kantor, masjid kampus maupun yang lainnya. masjid didirikan untuk memenuhi hajat umat, khususnya kebutuhan spiritual, guna mendekatkan diri kepada Pencipta-Nya. Tunduk dan patuh mengabdikan kepada Allah SWT. Masjid menjadi tambatan hati, pelabuhan pengembaraan hidup dan energi kehidupan umat.

Masjid memiliki fungsi dan peran yang dominan dalam kehidupan umat islam, beberapa diantaranya adalah:

- 1) Sebagai tempat beribadah, sebagaimana diketahui bahwa makna ibadah di dalam islam adalah luas menyangkut segala aktivitas kehidupan yang ditujukan untuk memperoleh ridha Allah, maka

²⁰ Drs. H. Lukman Hakim Hasibuan, *Pemberdayaan Masjid di Masa Depan*, (Jakarta: Bina Rena Pariwara, 2002), 8-9.

fungsi Masjid disamping sebagai tempat shalat juga sebagai tempat beribadah secara luas sesuai dengan ajaran islam.

- 2) Sebagai tempat menuntut ilmu, berfungsi sebagai tempat untuk belajar mengajar, khususnya ilmu agama yang merupakan fardhu 'ain bagi umat Islam.
- 3) Sebagai tempat pembinaan jama'ah, masjid berperan dalam mengkoordinir mereka guna menyatukan potensi dan kepemimpinan umat.
- 4) Sebagai pusat da'wah dan kebudayaan islam, masjid merupakan jantung kehidupan umat Islam yang selalu berdenyut untuk menyebarluaskan da'wah islamiyah dan budaya islami. Berfungsi sebagai pusat kebudayaan Islam.²¹

Di zaman dahulu fungsi Masjid sangat banyak jika dibandingkan dengan zaman sekarang. Hal ini karena Rasul dan para sahabat mampu memberdayakan Masjid dengan optimal. Menurut supardi ada beberapa fungsi masjid di zaman Rasul, yaitu:

1. Tempat shalat (ibadah) baik shalat, zikir, iqtikaf, dsb.
2. Sebagai sarana melakukan pemberdayaan umat, seperti tempat pembinaan dan penyebaran dakwah islam.
3. Sebagai tempat untuk mendamaikan orang yang sedang bertikai.
4. Sebagai tempat pertemuan pemimpin-pemimpin islam.
5. Sebagai tempat mengurus Baitul Maal.
6. Sebagai tempat pendidikan.
7. Sebagai tempat singgah orang-orang yang belum memiliki tempat tinggal untuk sementara.²²

Peranan masjid, tidak hanya menitikberatkan pada pola aktivitas yang bersifat akhirat, tetapi memperpadukan antara aktivitas ukhrawi dan aktivitas duniawi. Pada zaman Rasulullah Saw, masjid secara garis besar mempunyai dua aspek kegiatan, yaitu:

- a. Sebagai pusat ibadah (shalat), dan

²¹ Mohammed. E. Ayub, *Manajemen Masjid: Petunjuk Praktis Bagi Para Pengurus* (Jakarta: Gema Insani Pers, 1996), 7-8.

²² Supardi, dkk: 2001, 6.

b. Sebagai tempat pembinaan umat (poleksosbudmil).

Dalam perkembangannya yang terakhir, masjid mulai memperlihatkan kiprahnya operasionalnya menuju keragaman dan kesempurnaan kegiatan. Pada garis besarnya, operasionalisasi masjid menyangkut:

- a. Aspek hissiyah (bangunan).
- b. Aspek maknawiyah (tujuan).
- c. Aspek ijtima'iyah (segala kegiatan).²³

2) Pengembangan Dakwah dan Masyarakat

Perkembangan da'wah di Indonesia hingga saat ini telah diwarnai oleh berbagai macam kondisi social dan budaya. Terjadinya percampuran budaya (akulturasi budaya) dan transkulturasi (tarik-menarik antarbudaya) tak bisa dihindarkan apalagi dengan hadirnya kemajuan teknologi dan informasi. Perkembangan teknologi komunikasi ikut membangun sebuah pola dakwah yang bisa digunakan pada era sekarang ini.

Beragam budaya, agama, etnis dan golongan membutuhkan model pengelolaan yang sesuai, supaya dakwah tidak melenceng dari citacita luhurnya. Substansi dakwah multikulturalisme dikembangkan sebagai respon atas kondisi yang dilatarbelakangi oleh keragaman budaya atau masyarakat multikultural, utama masyarakat yang sudah maju. Dakwah multikulturalime secara konsepsional mempunyai dua pandangan dengan makna yang saling berkatian. Pertama, multikultural sebagai kondisi kemajemukan kebudayaan atau pluralisme budaya dari suatu masyarakat. Kondisi ini diasumsikan dapat membentuk sikap toleransi. Kedua, multikulturalisme merupakan seperangkat kebijakan pemerintah pusat yang dirancang sedemikian rupa agar seluruh masyarakat dapat memberikan perhatian kepada kebudayaan dari semua kelompok etnik atau suku bangsa. Hal ini beralasan, karena bagaimanapun juga, semua kelompok etnik atau suku bangsa telah memberi kontribusi bagi pembentukan dan pembangunan suatu bangsa.²⁴

²³ Moh. E. Ayub et. Al, *Manajemen Masjid*, (Jakarta: Gema Insani Pers, 1997), 11.

²⁴ Abdullah, M.Amin, *Pendidikan Multikultural: Cross Cultural Understanding Untuk Demokrasi dan Keadilan*, (Yogyakarta: Pilar Media, 2005).

Dan pemahaman tentang multikultur ini telah dijelaskan dalam Al-Qur'an pada surah Al-Hujarat ayat 13:

Artinya: *"Hai manusia, Sesungguhnya kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling kenal-mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia diantara kamu disisi Allah ialah orang yang paling taqwa diantara kamu. Sesungguhnya Allah Maha mengetahui lagi Maha Mengenal."*

Dakwah ialah sebagai ajakan kepada agama tauhid yang telah dilakukan sejak berabad-abad yang lampau, yaitu sejak diutusnya para Rasul Allah ke permukaan bumi. Akan tetapi *"dakwah"* atau *do'a*, *ad'u* dan kata-kata lain yang masih berakar dari kata dakwah tersebut secara tegas di pakai oleh Nabi Muhammad untuk menyebut usahanya untuk menyampaikan dan mengajak manusia kepada agama Islam, sejak beliau di angkat menjadi seorang utusan Allah untuk membimbing manusia pada tahun 610 m. Sebutan *"dakwah"* seperti diatas karenanya dapat kita jumpai dalam beberapa ayat Al-Qur'an ataupun Al-Hadits.²⁵

C. Faktor Penghambat dan Pendukung Kegiatan Dakwah

a. Faktor Penghambat

Faktor penghambat merupakan faktor yang menjadi suatu kendala dalam mencapai sebuah tujuan. Dalam menjalankan segala misi sebuah organisasi tentunya memiliki faktor-faktor penghambat yang dapat mempengaruhi keberhasilan suatu organisasi. Organisasi yang kurang memahami sebuah hambatan dalam menjalankan sebuah misinya maka akan sangat mudah untuk mengalami kegagalan dalam mencapai tujuan. Oleh karenanya, sebuah organisasi dalam penerapannya harus dapat mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat menghambat pelaksanaan kegiatan organisasi.²⁶

²⁵ Syaafaathabib, M, *Buku Pedoman Dakwah*, Wijaya (Jakarta: 1982).

²⁶ Endah Andayani, dkk, *"Program Pengembangan Minat Kewirausahaan Mahasiswa"* Jurnal Pemberdayaan Masyarakat 3, no. 2 (2018), 320.

b. Faktor Pendukung

Hal-hal yang muncul sesuai metode yang digunakan dengan situasi dan kondisi obyek dakwah serta penerapan materi pada metodenya yang cocok, sehingga mempunyai pengaruh pada sasaran dakwah. Untuk itu, selalu memperhatikan pemilihan metode dakwah yang sesuai agar tujuan dakwah dapat tercapai. Oleh karenanya, organisasi dalam penerapannya dapat mengetahui faktor-faktor apa saja yang mendukung pelaksanaan kegiatan organisasi.²⁷

D. Penelitian Relevan

1. Nur Kholis dari Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2019²⁸
 - a. Judul Strategi Komunikasi Pengurus Masjid Dalam Upaya Memakmurkan Masjid (Studi Pada Masjid Agung Al-Furqon Bandar Lampung).
 - b. Tujuan penelitian ini untuk merumuskan suatu strategi sebelum strategi tersebut diimplementasikan di program kegiatan masjid, dan kedua mengimplementasikan strategi dan dilakukan untuk melihat strategi yang sudah ditetapkan oleh kepengurusan masjid di waktu program kegiatan masjid dilaksanakan dan terakhir mengevaluasi strategi.
 - c. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan metode penelitian studi kasus bersifat deskriptif dengan pengumpulan data observasi, wawancara, dan dokumentasi.
 - d. Hasil penelitian ini mendeskripsikan bahwa strategi komunikasi pengurus masjid dalam upaya memakmurkan Masjid Agung Al-Furqon Bandar Lampung adalah melakukan beberapa tahap yang pertama membuat rumusan strategi yang dilakukan oleh pengurus masjid untuk merumuskan suatu strategi sebelum strategi tersebut

²⁷ H.M. Hafi Anshori, *Pemahaman dan Pengalaman Dakwah*, (Surabaya: Al-Ikhlash, 1993), 155.

²⁸ Nur Kholis, *Strategi Komunikasi Pengurus Masjid Dalam Upaya Memakmurkan Masjid (Studi Pada Masjid Agung Al-Furqon Bandar Lampung)*, Skripsi (Bandar Lampung: Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, 2019).

- diimplementasikan di program masjid, dan kedua mengimplementasikan strategi dan dilakukan untuk melihat strategi yang sudah ditetapkan oleh kepengurusan masjid di waktu program kegiatan masjid dilaksanakan dan terakhir mengevaluasi strategi.
- e. Persamaan penelitian relevan dengan penelitian peneliti ialah menggunakan metode penelitian yang sama, yaitu metode penelitian kualitatif deskriptif.
 - f. Perbedaan penelitian relevan dengan penelitian peneliti yaitu subjek penelitian relevan adalah strategi komunikasi pengurus masjid dalam upaya memakmurkan masjid (studi pada masjid agung al-furqon bandar lampung) yang memiliki jumlah sampel sebanyak 6 sampel dari 44 populasi, sedangkan subjek penelitian pada penelitian peneliti adalah strategi komunikasi bkm al-jihad imam nawawi dalam mengembangkan dakwah pada masyarakat di griya martubung II kelurahan tangkahan medan labuhan.

2. Aldy Kurniawan dari Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Metro Lampung, 2020²⁹

- a. Judul Strategi Komunikasi Risma Masjid Nuurussalam Dalam Meningkatkan Kegiatan Keagamaan Di Desa Liman Benawi Kecamatan Trimurjo Lampung Tengah.
- b. Tujuan penelitian untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi risma desa liman benawi dalam meningkatkan kegiatan keagamaan.
- c. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif lapangan (field research) dengan menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi.
- d. Hasil penelitian ini menggunakan teknik Purposive Sampling dimana peneliti menggunakan sampel berdasarkan ciri dan kriteria tertentu yang sesuai dengan fokus penelitian.

²⁹ Aldy Kurniawan, *Strategi Komunikasi Risma Mesjid Nuurussalam Dalam Meningkatkan Kegiatan Keagamaan di Desa Liman Betawi Kecamatan Trimurjo Lampung Tengah, Skripsi (Metro Lampung: Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam), 2020.*

- e. Persamaan penelitian relevan dengan penelitian peneliti ialah menggunakan metode penelitian yang sama, yaitu metode penelitian kualitatif deskriptif.
 - f. Perbedaan penelitian relevan adalah melakukan kegiatan keagamaan tercipta strategi komunikasi, sedangkan subjek penelitian pada penelitian peneliti adalah strategi komunikasi bkm al-jihad imam nawawi dalam mengembangkan dakwah pada masyarakat di griya martubung II kelurahan tangkahan medan labuhan.
3. Chairul Husni Lubis dari Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padang Sidempuan, 2021³⁰
- a. Judul Strategi Meningkatkan Dakwah Islam Pengurus Masjid Agung Kota Sibolga.
 - b. Tujuan penelitian ini untuk meningkatkan dakwah islam pengurus masjid agung kota sibolga, yang mana adanya keunikan kegiatan-kegiatan yang ada di masjid agung sibolga dan tidak ada di masjid lain di wilayah sibolga yang dapat menarik minat dan antusiasme para jamaah untuk datang ke masjid agung sibolga.
 - c. Metode penelitian ini menggunakan jenis penelitian lapangan dan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif.
 - d. Hasil penelitian ini di peroleh bahwa strategi dakwah masjid agung kota sibolga kecamatan sibolga kota, kota sibolga adalah memaksimalkan kegiatan-kegiatan yang ada dimasjid, terutama dalam bidang dakwah seperti ceramah agama dan tablig akbar, pendidikan seperti pembelajaran agama pada remaja dan taman pendidikan al-qur'an dan bidang sosial seperti gotong royong.
 - e. Persamaan penelitian relevan dengan penelitian peneliti ialah menggunakan metode penelitian yang sama, yaitu metode penelitian kualitatif deskriptif.

³⁰ Chairul Husni Lubis, *Strategi Meningkatkan Dakwah Islam Pengurus Masjid Agung Kota Sibolga*, Skripsi (Padang Sidempuan: Jurusan Manajemen Dakwah, 2021).

- f. Perbedaan penelitian relevan adalah mencakup teori strategi dakwah, teori tentang masjid, serta beberapa kajian terdahulu yang terdiri dari beberapa karya ilmiah. sedangkan subjek penelitian pada penelitian peneliti adalah strategi komunikasi bkm al-jihad imam nawawi dalam mengembangkan dakwah pada masyarakat di griya martubung II kelurahan tangkahan medan labuhan.
4. Mailia Nur Azizah dari Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto, 2019³¹
- a. Judul Strategi Takmir Dalam Memakmurkan Masjid An-Nur Perumahan Griya Karang Indah Desa Karangpucung Kecamatan Purwokerto Selatan Kabupaten Banyumas.
 - b. Tujuan penelitian ini untuk menjadikan jembatan baru bagi warga perumahan agar bisa bersosialisasi satu sama lainnya dan dapat meningkatkan iman dan taqwa warga perumahan. Karena sebelumnya warga perumahan tidak pernah mengikuti shalat berjamaah atau tidak pernah mengikuti kegiatan masjid tetapi dengan adanya masjid yang memiliki fasilitas bagus, dalam perkembangannya jamaah merasa nyaman. Hal ini dapat dilihat dari semangatnya warga dalam usaha untuk memakmurkan masjid dengan mengikuti kegiatan-kegiatan keagamaan.
 - c. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yang menghasilkan data deskriptif.
 - d. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi takmir dalam memakmurkan masjid yaitu dengan mengadakan kegiatan diantaranya kegiatan pembangunan melalui perawatan sarana dan prasarana serta penambahan sarana dan prasarana.
 - e. Persamaan penelitian relevan dengan penelitian peneliti ialah menggunakan metode penelitian yang sama, yaitu metode penelitian kualitatif deskriptif.

³¹ Mailia Nur Azizah, *Strategi Takmir Dalam Memakmurkan Masjid An-Nur Perumahan Griya Karang Indah Desa Karangpucung Kecamatan Purwokerto Selatan Kabupaten Banyumas*, Skripsi (Jurusan: Manajemen Dakwah, 2019).

- f. Perbedaan penelitian relevan adalah pengumpulan data yang dilakukan dengan menggali sumber data yaitu dengan menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sedangkan subjek penelitian pada penelitian peneliti adalah strategi komunikasi bkm al-jihad imam nawawi dalam mengembangkan dakwah pada masyarakat di griya martubung II kelurahan tangkahan medan labuhan, menggunakan metode wawancara, dan dokumentasi.
5. Eka Alfiatus Safitri dari Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang³²
- a. Judul Strategi Dakwah Jamilah (Jamaah Mingguan Muslim) Risma Jt (Remaja Islam Masjid Agung Jawa Tengah) Dalam Meningkatkan Religiusitas Jamaah.
 - b. Tujuan penelitian ini mengetahui strategi dakwah JAMILAH (Jamaah Mingguan Muslimah) Risma Jt dalam meningkatkan pemahaman keagamaan jamaah.
 - c. Metode penelitian ini penelitian kualitatif deskriptif karena data yang diperoleh diolah dan dijelaskan dalam deskripsi penulis.
 - d. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi dakwah yang dilakukan JAMILAH (Jamaah Mingguan Muslimah) dalam meningkatkan religiusitas jamaah yakni (1) Mengadakan majelis taklim rutin setiap dua minggu sekali, (b) Pembacaan Maulid (Dziba', Simtudduror, Adhiya Ulami') dan diiringi oleh hadroh, (c) memberikan tema yang menarik, (d) Memberikan pola dakwah yang mendasar lebih umum dan dibutuhkan wanita dimasa kini.
 - e. Persamaan penelitian relevan dengan penelitian peneliti ialah menggunakan metode penelitian yang sama, yaitu metode penelitian kualitatif deskriptif.
 - f. Perbedaan penelitian relevan adalah sumber data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi: sumber data primer yaitu, hasil

³² Eka Alfiatus Safitri, *Strategi Dakwah Jamilah (Jamaah Mingguan Muslim) Risma Jt (Remaja Islam Masjid Agung Jawa Tengah) Dalam Meningkatkan Religiusitas Jamaah*, Skripsi (Semarang: Jurusan Manajemen Dakwah).

wawancara dengan ketua umum RISMA JT, majelis pertimbangan RISMA JT, sekretaris RISMA JT, ketua lembaga dakwah RISMA JT, ketua pelaksana JAMILAH dan beberapa jamaah JAMILAH, serta sumber data sekunder yang berasal dari dokumentasi kegiatan. Dalam memperoleh data menggunakan metode (1) observasi, (2) wawancara dan (3) dokumentasi. Sedangkan subjek penelitian pada penelitian peneliti adalah strategi komunikasi bkm al-jihad imam nawawi dalam mengembangkan dakwah pada masyarakat di griya martubung II kelurahan tangkahan medan labuhan, menggunakan metode wawancara, dan dokumentasi.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA MEDAN