

Menarik Minat Jamaah: Strategi Efektif Untuk Kegiatan Keagamaan di Masjid

Zulfa Muntaha Al Mubarak
Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung
zulfamuntaha11@upi.edu

Agus Fakhruddin
Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung
agusfakhruddin@upi.edu

DOI: <https://doi.org/10.52593/pgd.06.1.05>

Submitted: 2024-08-24, Revised: 2025-01-14, Accepted: 2025-01-23, Published: 2025-01-30

Abstract

This research examines strategies for increasing congregational interest in participating in religious studies at the Ash-Siddiq Mosque in Bandung City, with a focus on the problem of how to increase congregational participation in studies with general and salafi-specific themes. The aim of this research is to convey the effectiveness of the communication strategies implemented, such as the use of social media, packaging interesting and relevant study themes, as well as direct interaction through the mosque community, and identifying internal factors such as personal motivation of the congregation and external factors such as social factors that influence interest. The research methodology used is a qualitative approach with a case study method, through data collection techniques which include direct observation of lecture activities, structured interviews with mosque administrators and congregation, as well as analysis of related documents such as study schedules, activity reports, and congregation participation data. The research results show that relevant study themes, such as discussions of contemporary religious issues, have succeeded in increasing congregational interest. Social support from the mosque community, such as organizing small study groups, as well as using social media for promotion, increases congregation participation, especially from younger age groups. This strategy significantly increased the average number of congregations attending each study compared to the previous period. However, there are challenges such as limited transportation access and busy schedules. This research suggests solutions to overcome obstacles, such as adjusting study schedules more flexibly, and diversifying promotional media to reach a wider audience. These findings can be applied in other mosques by adopting social media-based communication strategies, packaging study themes that suit the needs of the congregation, and strengthening interactions through the mosque community. This approach is not only relevant for increasing congregational participation, but also provides practical guidance for mosque managers in managing religious study programs effectively and sustainably.

Keywords: *Religious Communication Strategy, Increasing Congregation Interest, Contemporary Religious Studies*

Abstrak

Penelitian ini mengkaji strategi peningkatan minat jamaah dalam mengikuti kajian keagamaan di Masjid Ash-Shiddiq Kota Bandung, dengan fokus pada masalah bagaimana meningkatkan partisipasi jamaah dalam kajian yang bertemakan umum dan berkhas salafi. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengevaluasi efektivitas strategi komunikasi yang diterapkan, seperti pemanfaatan media sosial, pengemasan tema kajian yang menarik dan relevan, serta interaksi langsung melalui komunitas masjid, dan mengidentifikasi faktor-faktor internal seperti motivasi pribadi jamaah dan faktor eksternal seperti dukungan sosial yang memengaruhi minat jamaah. Metodologi penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, melalui teknik pengumpulan data yang meliputi observasi langsung terhadap kegiatan kajian, wawancara terstruktur dengan pengurus masjid dan jamaah, serta analisis dokumen terkait seperti jadwal kajian, laporan kegiatan, dan data partisipasi jamaah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tema kajian yang relevan, seperti pembahasan isu-isu keagamaan kontemporer, berhasil meningkatkan minat jamaah. Dukungan sosial dari komunitas masjid, seperti pengorganisasian kelompok kajian kecil, serta penggunaan media sosial untuk promosi, meningkatkan partisipasi jamaah, terutama dari kelompok usia muda. Strategi ini secara signifikan meningkatkan jumlah kehadiran rata-rata jamaah pada setiap kajian dibandingkan dengan periode sebelumnya. Namun, terdapat tantangan seperti keterbatasan akses transportasi dan jadwal yang padat. Penelitian ini menyarankan solusi untuk mengatasi kendala, seperti penyesuaian jadwal kajian yang lebih fleksibel, dan diversifikasi media promosi untuk menjangkau jamaah yang lebih luas. Temuan ini dapat diterapkan di masjid lain dengan mengadopsi strategi komunikasi berbasis media sosial, pengemasan tema kajian yang sesuai dengan kebutuhan jamaah, serta penguatan interaksi melalui komunitas masjid. Pendekatan ini tidak hanya relevan untuk meningkatkan partisipasi jamaah, tetapi juga memberikan panduan praktis bagi pengelola masjid dalam mengelola program kajian keagamaan secara efektif dan berkelanjutan.

Kata Kunci: *Strategi Komunikasi Keagamaan, Peningkatan Minat Jamaah, Kajian Keagamaan Kontemporer*

A. Pendahuluan

Masjid memiliki peran yang sangat strategis dalam kehidupan umat Islam, tidak hanya sebagai tempat untuk menunaikan salat, tetapi juga sebagai pusat pembinaan umat. Sebagai ruang penguatan nilai-nilai Islam, masjid diharapkan mampu menjadi tempat menimba ilmu, berdiskusi, dan membangun solidaritas antarjamaah. Fungsi masjid yang ideal ini, sebagaimana dikemukakan oleh (Nudin & Fakhruroji, 2023), berperan penting dalam mendukung terbentuknya masyarakat yang berakhlak mulia, berilmu, dan bertaqwa. Dengan demikian, masjid diharapkan dapat menjadi pusat spiritual sekaligus sosial yang mempererat hubungan antarumat dalam bingkai agama.

Namun, kenyataan menunjukkan bahwa peran ideal masjid tersebut belum sepenuhnya terealisasi. Meskipun jumlah jamaah salat wajib tetap tinggi, partisipasi dalam kajian agama di luar waktu salat justru cenderung rendah. Rendahnya partisipasi

ini melemahkan fungsi masjid sebagai pusat pembinaan umat, mengurangi transfer ilmu agama, dan mengurangi interaksi sosial yang seharusnya memperkuat hubungan antarjamaah. Faktor-faktor seperti kesibukan jamaah, minimnya kesadaran akan pentingnya kajian agama, serta kurangnya promosi dan program yang menarik seringkali menjadi penyebab utama (Basya & Syarifudin, 2023). Oleh karena itu, masjid perlu mengembangkan strategi yang inovatif dan relevan untuk meningkatkan partisipasi jamaah dalam kegiatan-kegiatan yang lebih komprehensif.

Kesenjangan antara fungsi ideal masjid dan realitas empirik yang terjadi menjadi masalah yang perlu mendapat perhatian serius. Di satu sisi, masjid memiliki potensi besar sebagai pusat pendidikan dan pembinaan umat, tetapi di sisi lain, minat jamaah dalam mengikuti kajian keagamaan masih sangat rendah. Kesenjangan ini mencerminkan adanya problematika dalam pengelolaan program keagamaan di masjid, yang tidak sepenuhnya mampu menarik minat jamaah untuk lebih aktif dalam kegiatan keagamaan yang diselenggarakan (Akib & Yusuf, 2023).

Untuk mengatasi kesenjangan tersebut, perlu adanya upaya-upaya yang dapat diterapkan agar masyarakat lebih tertarik dalam mengikuti kajian keagamaan di masjid. Program-program yang inovatif dan sesuai dengan kebutuhan jamaah dapat menjadi salah satu solusinya. Misalnya, dengan mengundang penceramah yang karismatik, memanfaatkan teknologi digital untuk memperluas jangkauan dakwah, serta menyusun jadwal kajian yang lebih fleksibel dan sesuai dengan kesibukan jamaah. Selain itu, pengelolaan yang baik dan komunikasi yang efektif juga sangat penting untuk membangun kepercayaan jamaah dan meningkatkan partisipasi mereka (Tami, Handayani, & Firtanosa, 2024).

Dalam konteks ini, penelitian tentang strategi peningkatan minat jamaah dalam mengikuti kajian keagamaan di Masjid Ash-Shiddiq Kota Bandung menjadi sangat relevan. Fokus penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi strategi-strategi yang efektif dalam menarik minat jamaah di masjid tersebut, serta memahami faktor-faktor yang mempengaruhi partisipasi mereka. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan dalam memperbaiki kualitas dan efektivitas program keagamaan di Masjid Ash-Shiddiq, sehingga masjid dapat kembali menjalankan fungsinya secara optimal (Hendrik, Walian, & Syarifuddin, 2023).

Solusi yang relevan dengan masalah ini dapat mencakup pendekatan yang holistik, yang melibatkan pengembangan program yang tidak hanya menarik secara konten, tetapi juga relevan dengan kebutuhan dan kondisi jamaah. Selain itu, kerjasama dengan berbagai pihak, seperti tokoh agama, komunitas lokal, dan media, juga dapat menjadi langkah strategis dalam meningkatkan minat jamaah. Dengan demikian, diharapkan partisipasi jamaah dalam kajian keagamaan dapat meningkat, yang pada akhirnya akan memperkuat peran masjid sebagai pusat pembinaan umat (Humaysah, Zarah, Harianto, Luthfiyyah, & Wismanto, 2023).

Sebagai peneliti, saya melihat bahwa masjid memiliki potensi yang luar biasa untuk membina umat dan memperkuat nilai-nilai keagamaan di tengah masyarakat. Namun, potensi ini sering kali belum dimanfaatkan secara optimal karena kurangnya strategi yang efektif dalam menarik minat jamaah. Melalui penelitian ini, saya berharap dapat memberikan rekomendasi yang konkret dan aplikatif untuk meningkatkan partisipasi jamaah dalam kajian keagamaan, sehingga masjid dapat berfungsi dengan lebih baik sebagai pusat pembinaan umat (Thoha, 2020).

Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi berbasis media sosial secara efektif meningkatkan partisipasi jamaah dengan penyebaran informasi yang cepat dan luas, sementara dukungan sosial dari keluarga dan tokoh masyarakat menjadi faktor pendorong utama. Tema kajian yang relevan dan fasilitas yang memadai juga berkontribusi positif, meskipun kendala seperti akses transportasi dan jadwal yang padat masih membatasi partisipasi jamaah secara optimal. Penelitian ini berhasil mencapai tujuannya dengan mengevaluasi strategi komunikasi dan mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi minat jamaah. Implikasi praktisnya adalah pentingnya pengelola masjid untuk menyediakan program transportasi, penyesuaian jadwal kajian, serta memanfaatkan teknologi digital yang lebih inklusif. Untuk penelitian lanjutan, disarankan fokus pada studi komparatif di berbagai masjid dengan latar sosial yang berbeda untuk memperluas wawasan dan menghasilkan solusi yang lebih aplikatif. Dengan meningkatnya pengetahuan agama, jamaah diharapkan menjadi lebih bertanggung jawab secara moral, lebih peduli terhadap lingkungan sosialnya, dan lebih siap menghadapi tantangan-tantangan kehidupan dengan landasan spiritual yang kuat (Umah & Alfiah, 2023).

Harapan utama dari penelitian ini adalah untuk dapat memberikan kontribusi nyata dalam upaya revitalisasi fungsi Masjid Ash-Shiddiq Kota Bandung sebagai pusat pendidikan dan pembinaan umat. Dengan memahami strategi-strategi yang efektif dalam meningkatkan minat jamaah, diharapkan hasil penelitian ini dapat diadopsi oleh pengelola masjid ini dan juga masjid-masjid lainnya di berbagai daerah. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi studi-studi selanjutnya yang berfokus pada pengembangan program-program keagamaan di masjid, sehingga tercipta komunitas muslim yang lebih solid, berilmu, dan berakhlak mulia (Caniago, 2023).

B. Teori / Konsep

Sebelum membahas lebih jauh mengenai strategi peningkatan minat jamaah dalam mengikuti kajian keagamaan di masjid, penting untuk memahami landasan teori yang mendasari pendekatan-pendekatan tersebut. Beberapa teori yang relevan dalam konteks ini mencakup Konsep Komunikasi Dakwah, Motivasi dalam Partisipasi Keagamaan, dan Perilaku Jamaah dalam Aktivitas Keagamaan.

1. Konsep Komunikasi Dakwah

Teori komunikasi dakwah berfokus pada bagaimana pesan-pesan keagamaan disampaikan secara efektif kepada audiens atau jamaah. Dalam konteks masjid, komunikasi dakwah menjadi salah satu aspek krusial untuk meningkatkan minat jamaah dalam mengikuti kajian keagamaan. Proses komunikasi yang baik dapat membangun pemahaman, menciptakan hubungan emosional, dan memotivasi jamaah untuk terlibat aktif dalam kegiatan keagamaan (Hayat & Riam, 2022).

Prinsip dasar dalam komunikasi dakwah meliputi kejelasan pesan, relevansi dengan audiens, dan pendekatan yang empatik. Kesesuaian antara pesan dakwah dengan kondisi dan kebutuhan jamaah menjadi kunci dalam menciptakan komunikasi yang efektif. Selain itu, kemampuan penceramah dalam menyampaikan pesan dengan cara yang menarik dan memotivasi juga sangat penting untuk menarik minat jamaah (Zuhdi, Nuzuli, & Febrianto, 2023).

Dalam dakwah, model komunikasi dua arah sering dianggap paling efektif. Model ini melibatkan umpan balik dari jamaah, yang memungkinkan interaksi dan dialog antara penceramah dan audiens. Dengan adanya komunikasi dua arah, jamaah tidak hanya menjadi pendengar pasif, tetapi juga dapat memberikan tanggapan, bertanya, dan

berkontribusi dalam diskusi, yang pada akhirnya meningkatkan keterlibatan mereka (Mika, Syarifudin, & Hidayat, 2024).

Media memiliki peran penting dalam memperluas jangkauan komunikasi dakwah. Penggunaan media sosial, website, atau platform digital lainnya dapat membantu menyebarkan informasi tentang kajian keagamaan di masjid dan menarik minat jamaah, terutama generasi muda. Media juga memungkinkan masjid untuk menjangkau jamaah yang tidak bisa hadir secara fisik, sehingga partisipasi dalam kajian dapat lebih inklusif dan luas (Taufikurrahman & Setyowati, 2024).

Meskipun komunikasi dakwah memiliki potensi besar, terdapat tantangan yang perlu diatasi. Salah satunya adalah ketidaksesuaian antara pesan yang disampaikan dengan kebutuhan atau minat jamaah. Selain itu, resistensi terhadap metode komunikasi yang baru, seperti penggunaan media sosial, juga bisa menjadi hambatan dalam menjangkau lebih banyak jamaah (Warinta, Oktria, Zaharah, Sa'bani, & Wismanto, 2023).

Untuk meningkatkan minat jamaah, masjid perlu mengadopsi strategi komunikasi dakwah yang efektif. Ini bisa dilakukan dengan memilih penceramah yang komunikatif, menggunakan bahasa yang mudah dipahami, dan memanfaatkan media digital untuk menyebarluaskan pesan dakwah. Dengan strategi ini, diharapkan jamaah lebih tertarik untuk mengikuti kajian keagamaan yang diadakan di masjid.

2. Motivasi dalam Partisipasi Keagamaan

Teori motivasi menjelaskan mengapa seseorang tergerak untuk melakukan suatu tindakan, termasuk dalam konteks keagamaan. Dalam konteks masjid, motivasi jamaah untuk mengikuti kajian keagamaan bisa dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti kebutuhan spiritual, rasa keterikatan sosial, atau penghargaan terhadap ilmu agama (Nilwani, Wahdah, & Waldiansyah, 2023).

Motivasi jamaah dalam mengikuti kajian keagamaan dapat dibedakan menjadi motivasi intrinsik dan ekstrinsik. Motivasi intrinsik adalah dorongan yang berasal dari dalam diri, seperti keinginan untuk mendalami ilmu agama atau mencapai kedekatan dengan Tuhan. Sementara itu, motivasi ekstrinsik melibatkan faktor-faktor eksternal, seperti penghargaan sosial, pengaruh dari tokoh agama, atau tuntutan dari lingkungan (Yuhani'ah, 2022).

Beberapa faktor yang mempengaruhi motivasi jamaah meliputi kualitas penceramah, relevansi topik kajian, serta fasilitas dan kenyamanan yang disediakan oleh masjid.

Kualitas penceramah yang tinggi dan topik yang relevan dengan kehidupan sehari-hari cenderung meningkatkan motivasi jamaah untuk hadir. Selain itu, lingkungan yang nyaman dan fasilitas pendukung juga berperan penting dalam meningkatkan minat jamaah (Nurdin & Fakhruroji, 2023).

Strategi untuk meningkatkan motivasi jamaah dapat dilakukan dengan cara memberikan penghargaan, baik secara materi maupun non-materi, kepada jamaah yang aktif mengikuti kajian. Selain itu, menciptakan suasana kajian yang interaktif dan menyenangkan, serta menyajikan topik-topik yang relevan dan aktual, juga dapat menjadi strategi efektif untuk meningkatkan motivasi jamaah (Mubasit & Jasmadi, 2022).

Motivasi yang tinggi akan berdampak langsung pada tingkat partisipasi jamaah dalam kajian keagamaan. Jamaah yang termotivasi secara intrinsik biasanya lebih konsisten dalam menghadiri kajian, sedangkan mereka yang termotivasi secara ekstrinsik mungkin memerlukan dorongan tambahan dari lingkungan atau tokoh agama. Oleh karena itu, memahami motivasi jamaah adalah kunci dalam merancang strategi peningkatan partisipasi (Misnawati & Khalid, 2021).

Dalam implementasinya, masjid dapat mengadopsi pendekatan yang berfokus pada peningkatan motivasi baik intrinsik maupun ekstrinsik. Program kajian yang disesuaikan dengan kebutuhan spiritual jamaah, ditambah dengan penghargaan dan pengakuan sosial, dapat meningkatkan minat dan partisipasi jamaah secara signifikan. Dengan demikian, motivasi menjadi elemen penting dalam strategi peningkatan minat jamaah.

3. Perilaku Jamaah dalam Aktivitas Keagamaan

Teori perilaku jamaah berfokus pada faktor-faktor yang mempengaruhi tindakan atau keputusan individu dalam konteks kegiatan keagamaan. Memahami perilaku jamaah sangat penting dalam merancang program-program yang dapat meningkatkan partisipasi mereka, khususnya dalam kajian keagamaan di masjid.

Perilaku jamaah sering kali dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial, seperti norma-norma komunitas, pengaruh teman sebaya, dan peran tokoh agama. Jamaah cenderung mengikuti perilaku yang dianggap sesuai atau diharapkan oleh lingkungannya. Dalam hal ini, pengaruh sosial dapat dimanfaatkan untuk mendorong partisipasi dalam kajian keagamaan (Rafiqah, Muharrani, & Kusuma, 2022).

Beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku jamaah antara lain lingkungan masjid, interaksi dengan sesama jamaah, dan persepsi terhadap manfaat kegiatan keagamaan. Jika

jamaah merasa lingkungan masjid mendukung dan mereka mendapatkan manfaat dari kajian, mereka lebih mungkin untuk berpartisipasi aktif.

Strategi perubahan perilaku jamaah dapat dilakukan melalui pendekatan yang melibatkan pendidikan, pembinaan, dan pemberian contoh oleh tokoh agama. Menggunakan pendekatan perilaku yang didasarkan pada penguatan positif, seperti memberikan apresiasi kepada jamaah yang aktif, dapat membantu dalam mengubah perilaku jamaah menjadi lebih partisipatif dalam kajian keagamaan (Khairani & Susanto, 2022).

Keberhasilan program kajian keagamaan di masjid sangat dipengaruhi oleh perilaku jamaah. Jika perilaku jamaah menunjukkan antusiasme dan keterlibatan, program tersebut kemungkinan besar akan berjalan dengan sukses. Sebaliknya, perilaku yang pasif atau kurang antusias dapat menjadi penghambat keberhasilan program (Rizal, 2022).

Dalam implementasi strategi peningkatan minat jamaah, masjid perlu memperhatikan dan memahami perilaku jamaah. Dengan menggunakan pendekatan perilaku yang tepat, seperti mengedepankan peran model atau teladan dalam komunitas, masjid dapat mendorong jamaah untuk lebih aktif terlibat dalam kajian keagamaan. Hal ini akan membantu dalam mencapai tujuan peningkatan partisipasi jamaah secara lebih efektif (Alviana, Kuliayatun, & Widayat, 2023).

C. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk menggali secara mendalam strategi peningkatan minat jamaah dalam mengikuti kajian keagamaan di Masjid Ash-Shiddiq Kota Bandung. Pendekatan ini dipilih untuk memahami konteks, proses, dan dinamika yang terjadi secara komprehensif. Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui beberapa teknik, yakni observasi langsung dengan mencatat secara sistematis berbagai aktivitas keagamaan di masjid, termasuk jumlah peserta, pola interaksi, suasana kajian, serta keterlibatan jamaah; analisis dokumen dengan mengkaji laporan kegiatan, materi kajian, arsip, dan dokumen lain yang relevan untuk memahami strategi yang diterapkan oleh pengurus masjid; serta wawancara mendalam dengan pengurus masjid dan jamaah aktif, menggunakan panduan wawancara yang fleksibel untuk menggali pandangan, pengalaman, dan motivasi mereka terkait keikutsertaan dalam kajian keagamaan. Untuk memastikan keakuratan dan konsistensi

data, digunakan triangulasi data dengan membandingkan hasil dari observasi, analisis dokumen, dan wawancara, serta member checking di mana hasil wawancara dan interpretasi data dikonfirmasi kembali kepada responden. Kombinasi metode ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang kaya, akurat, dan kredibel mengenai fenomena yang diteliti.

D. Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Efektivitas Strategi Komunikasi dalam Meningkatkan Partisipasi Jamaah

Masjid Ash-Shiddiq menggunakan media sosial seperti *WhatsApp*, *Facebook*, dan *Instagram* untuk menyebarkan pamflet jadwal dakwah secara rutin. Setiap pekan, pamflet digital yang berisi tema kajian terbaru disebarakan melalui grup *WhatsApp* jamaah, akun media sosial resmi masjid, dan jaringan pribadi pengurus serta jamaah aktif. Berdasarkan wawancara dengan beberapa jamaah, media sosial dinilai sangat membantu dalam menyampaikan informasi secara cepat dan luas, sehingga memudahkan mereka untuk selalu mengetahui jadwal kajian.

Survei sederhana terhadap 50 jamaah menunjukkan bahwa 70% dari mereka mengetahui jadwal kajian melalui media sosial. Data ini diolah dengan menghitung persentase jamaah yang memilih media sosial sebagai sumber utama informasi. Hasil tersebut menunjukkan bahwa media sosial telah berperan signifikan dalam meningkatkan kesadaran jamaah mengenai kegiatan masjid. Selain itu, kehadiran jamaah pada kajian bertema salafi juga mengalami peningkatan, yang dapat diatribusikan pada efektivitas media sosial sebagai saluran komunikasi utama.

Namun, penelitian ini juga menemukan adanya segmen jamaah yang belum tersentuh, terutama mereka yang tidak aktif menggunakan media sosial. Hal ini menjadi tantangan sekaligus peluang bagi pengurus masjid untuk mengembangkan strategi komunikasi yang lebih inklusif. Misalnya, dengan memanfaatkan media tradisional atau pendekatan personal, sehingga semua segmen jamaah, termasuk yang tidak terjangkau media sosial, dapat tetap menerima informasi dengan baik.

Media sosial telah menjadi alat komunikasi yang sangat penting dalam dunia modern, termasuk dalam konteks penyampaian informasi keagamaan (HOTMIAN, 2024). Platform seperti *WhatsApp*, *Facebook*, dan *Instagram* memungkinkan penyebaran informasi secara cepat dan efisien kepada audiens yang lebih luas. Penggunaan media

sosial oleh Masjid Ash-Shiddiq untuk menyebarkan pamflet jadwal kajian keagamaan mencerminkan tren ini, di mana informasi dapat mencapai jamaah secara langsung dan tepat waktu. Hal ini mendukung data yang menunjukkan peningkatan jumlah jamaah yang hadir pada kajian-kajian bertema salafi, sebagai akibat dari penyebaran informasi yang lebih efektif melalui platform digital (Parhan, Rahmawati, Rahmawati, Hasna, & Maysaroh, 2022).

Strategi komunikasi yang efektif tidak hanya melibatkan penyampaian informasi tetapi juga mendorong partisipasi aktif dari audiens. Di Masjid Ash-Shiddiq, strategi ini tercermin dari partisipasi jamaah dalam menyebarkan informasi mengenai kajian keagamaan ke lingkungan mereka sendiri. Partisipasi ini membantu memperluas jangkauan informasi dan mengundang lebih banyak orang untuk berpartisipasi. Data menunjukkan bahwa meskipun sebagian besar jamaah terjangkau, masih ada segmen yang tidak terlalu aktif di media sosial, yang menunjukkan adanya ruang untuk peningkatan dalam jangkauan komunikasi (Arifin, 2018).

Meskipun penggunaan media sosial terbukti efektif dalam menyebarkan informasi, terdapat tantangan terkait keterbatasan akses. Beberapa jamaah mungkin tidak aktif di media sosial atau memiliki keterbatasan dalam mengakses internet, yang mengurangi efektivitas strategi komunikasi ini. Untuk mengatasi hal ini, mungkin perlu dipertimbangkan penggunaan metode komunikasi tambahan, seperti pengumuman langsung di masjid atau distribusi pamflet fisik, untuk memastikan bahwa semua jamaah, termasuk mereka yang tidak aktif di media sosial, tetap mendapatkan informasi mengenai kajian keagamaan (Kamaruzzaman, 2022).

2. Faktor Internal dan Eksternal yang Mempengaruhi Minat Jamaah

Tema kajian yang konsisten mengangkat isu-isu keagamaan yang relevan dan mendalam, seperti pentingnya menjaga kemurnian ajaran serta mengamalkan tradisi yang dianjurkan, dianggap sangat relevan oleh sebagian besar jamaah. Hal ini menciptakan rasa kepuasan dan kedekatan spiritual, yang menjadi motivasi internal bagi mereka untuk terus berpartisipasi.

Lingkungan sosial dan dukungan keluarga juga memainkan peran penting. Sebagai contoh, dalam wawancara dengan beberapa jamaah, ditemukan bahwa dorongan dari keluarga untuk mengikuti kajian di masjid sangat berpengaruh. Selain itu, adanya

dukungan dari tokoh masyarakat setempat yang turut mempromosikan kegiatan masjid memberikan pengaruh positif terhadap minat jamaah.

Meskipun ada dukungan, ada juga tantangan eksternal seperti kurangnya akses transportasi bagi jamaah yang tinggal jauh dari masjid. Selain itu, adanya jadwal yang padat dan berbagai komitmen pribadi atau keluarga sering kali mempengaruhi kemampuan jamaah untuk menghadiri kajian secara rutin.

kepuasan spiritual dan keselarasan dengan nilai-nilai pribadi merupakan pendorong utama partisipasi dalam kegiatan keagamaan. Dalam kasus Masjid Ash-Shiddiq, tema kajian yang sesuai dengan ajaran agama memberikan rasa kepuasan dan kedekatan spiritual bagi jamaah. Hal ini sesuai dengan teori motivasi yang menyatakan bahwa kegiatan yang dianggap relevan dan sesuai dengan keyakinan individu akan meningkatkan motivasi internal mereka untuk berpartisipasi. Beberapa penelitian menjelaskan bahwa kepuasan spiritual mempengaruhi keterlibatan individu dalam kegiatan keagamaan secara signifikan (Abidin, 2019).

Dukungan sosial, baik dari keluarga maupun masyarakat, berperan penting dalam meningkatkan partisipasi individu dalam kegiatan keagamaan. Di Masjid Ash-Shiddiq, dukungan dari keluarga dan tokoh masyarakat memberikan pengaruh positif terhadap minat jamaah untuk mengikuti kajian (Adikarya, Sihabuddin, & Isnaini, 2024).

Keterbatasan sumber daya seperti akses transportasi dapat mempengaruhi partisipasi dalam kegiatan keagamaan. Bagi jamaah yang tinggal jauh dari masjid, kurangnya akses transportasi menjadi kendala yang signifikan. Kendala akses ini juga berpotensi mengurangi frekuensi kehadiran jamaah, meskipun mereka memiliki motivasi tinggi untuk berpartisipasi dalam kajian. Solusi seperti penyediaan transportasi khusus atau penyesuaian jadwal kajian dapat membantu mengatasi hambatan ini dan meningkatkan partisipasi secara keseluruhan (Muliansyah, Janah, Munika, Bahraini, & Wilujeng, 2024).

Teori manajemen waktu dan keseimbangan kehidupan-kerja menjelaskan bagaimana komitmen pribadi dan pekerjaan dapat mempengaruhi partisipasi dalam kegiatan sosial. Dalam konteks Masjid Ash-Shiddiq, jadwal yang padat dan komitmen pribadi dapat menjadi faktor yang mempengaruhi kehadiran jamaah. Sehingga dapat dikatakan bahwa keseimbangan antara kehidupan pribadi dan komitmen sosial penting untuk

meningkatkan partisipasi dalam kegiatan komunitas, termasuk kajian keagamaan (Malisa & Shomedran, 2023).

3. Peran Pemimpin dan Pengurus Masjid dalam Mengoptimalkan Program Kajian

Pengurus Masjid Ash-Shiddiq, khususnya imam masjid, dikenal sebagai pemimpin yang visioner dan berkomitmen untuk meningkatkan kualitas kajian keagamaan. Mereka secara rutin mengadakan rapat untuk mengevaluasi efektivitas program dan mencari cara untuk lebih menarik minat jamaah.

Salah satu inisiatif yang diambil oleh pengurus adalah menyelenggarakan kajian dengan tema yang sesuai dengan kebutuhan spiritual masyarakat setempat, seperti kajian tentang tauhid, akhlak, dan fikih. Pengurus juga mengundang ustadz-ustadz yang memiliki reputasi baik dan pengikut yang cukup banyak untuk menarik minat jamaah lebih luas.

Untuk mendukung program kajian, pengurus masjid juga menyediakan fasilitas yang memadai seperti ruangan yang nyaman, sound system yang baik, serta tayangan streaming langsung melalui media sosial untuk menjangkau jamaah yang tidak bisa hadir secara fisik.

Kepemimpinan visioner menekankan pentingnya pemimpin yang memiliki visi jelas dan komitmen untuk menginspirasi dan memotivasi anggotanya. Di Masjid Ash-Shiddiq, pengurus, khususnya imam masjid, menunjukkan kepemimpinan visioner dengan secara aktif mengevaluasi program dan mencari cara untuk menarik minat jamaah. Menurut teori ini, kepemimpinan yang visioner dapat mendorong inovasi dan perbaikan berkelanjutan dalam penyampaian program keagamaan, yang berkontribusi pada peningkatan kualitas kajian. Hal ini menunjukkan bahwa kepemimpinan visioner berfokus pada pengembangan potensi anggota dan mendorong mereka untuk mencapai tujuan bersama.

Kebutuhan spiritual individu menggerakkan individu sehingga mencari kajian keagamaan yang sesuai dengan kebutuhan spiritual mereka. Pengurus Masjid Ash-Shiddiq menyelenggarakan kajian dengan tema yang relevan, seperti tauhid, akhlak, dan fikih, untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Hal ini menunjukkan kajian yang sesuai dengan kebutuhan spiritual masyarakat dapat meningkatkan keterlibatan jamaah, karena mereka merasa lebih terhubung dan mendapatkan manfaat dari topik yang dibahas (Anjarahmi & Alamin, 2023).

Kualitas layanan berupa penyediaan fasilitas yang baik, seperti ruangan yang nyaman dan sound system yang memadai, berkontribusi pada kepuasan pengguna jasa. Di Masjid Ash-Shiddiq, fasilitas seperti ruangan yang nyaman dan tayangan streaming langsung melalui media sosial mencerminkan upaya untuk meningkatkan kualitas layanan kajian keagamaan. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa fasilitas yang baik dapat meningkatkan kepuasan jamaah dan mendorong mereka untuk lebih aktif berpartisipasi dalam kegiatan masjid (Suja'i & Baihaqi, 2022).

Partisipasi aktif berupa undangan kepada tokoh-tokoh yang memiliki reputasi baik dapat menarik lebih banyak perhatian dan partisipasi. Dengan mengundang ustaz yang memiliki pengikut yang banyak, pengurus Masjid Ash-Shiddiq memanfaatkan reputasi mereka untuk menarik minat jamaah yang lebih luas. Hal ini berarti kehadiran tokoh terkenal dalam kajian keagamaan dapat meningkatkan antusiasme dan partisipasi jamaah (Rahayu & Angriani, 2018).

E. Penutup

Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi berbasis media sosial secara efektif meningkatkan partisipasi jamaah dengan penyebaran informasi yang cepat dan luas, sementara dukungan sosial dari keluarga dan tokoh masyarakat menjadi faktor pendorong utama. Tema kajian yang relevan dan fasilitas yang memadai juga berkontribusi positif, meskipun kendala seperti akses transportasi dan jadwal yang padat masih membatasi partisipasi jamaah secara optimal. Penelitian ini berhasil mencapai tujuannya dengan mengevaluasi strategi komunikasi dan mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi minat jamaah. Implikasi praktisnya adalah pentingnya pengelola masjid untuk menyediakan program transportasi, penyesuaian jadwal kajian, serta memanfaatkan teknologi digital yang lebih inklusif. Untuk penelitian lanjutan, disarankan fokus pada studi komparatif di berbagai masjid dengan latar sosial yang berbeda untuk memperluas wawasan dan menghasilkan solusi yang lebih aplikatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, A. M. (2019). Pengaruh Penerapan Kegiatan Keagamaan di Lembaga Pendidikan Formal Terhadap Peningkatan Kecerdasan Spiritual Anak. *An Nisa' Jurnal Studi Gender dan Anak*, 12(1), 570-582. Retrieved from <https://jurnal.iain-bone.ac.id/index.php/annisa/article/view/452>

- Adikarya, T., Sihabuddin, M. A., & Isnaini, M. A. (2024). Pola Komunikasi Antarbudaya Santri di Pondok Pesantren Raudhatul Ulum Sakatiga (Studi Pada Santri Baru Angkatan 2022). *Jurnal Komunikasi Islam (J-KIs)*, 5(1), 1-10. Retrieved from <http://ejurnal.iaipd-nganjuk.ac.id/index.php/j-kis/index>
- Akib, F., & Yusuf, F. (2023). Optimalisasi Fungsi Manajemen Masjid dengan Teknologi Informasi. *jurnal insypro information system and processing*, 8(2), 1-7. Retrieved from <https://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/insypro/article/download/45671/19358/>
- Alviana, R., Kuliayatun, & Widayat, P. A. (2023). Minat Generasi Milenial Dalam Mengekuti Kajian Keislaman Di Masjid Darul Lukman Desa Tambah Luhur Purbolingo Lampung Timur. *PROFETIK: Jurnal Mahasiswa Pendidikan Agama Islam*, 4(1), 89-96. Retrieved from <https://scholar.ummetro.ac.id/index.php/profetik/article/download/5103/2234/>
- Anjarahmi, M. D., & Alamin, T. (2023). Peran Tokoh Agama dalam Meningkatkan Spiritualitas Masyarakat di Kabupaten Bojonegoro. *JISS (Journal of Islamic and Social Studies)*, 1(1), 15-24. Retrieved from <https://jurnal.fuda.iainkediri.ac.id/index.php/jiss/article/download/1337/811/3381>
- Arifin, B. (2018). Strategi Komunikasi Dakwah Da'i Hidayatullah dalam Membina Masyarakat Pedesaan. *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 159-178. Retrieved from <https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/cjik/article/view/4940>
- Basya, M. M., & Syarifudin, S. (2023). Optimalisasi Peran Masjid Dalam Pembangunan Sosial Ekonomi Jamaah. *Journal of Community Service and Empowerment*, 4(1), 94-114. Retrieved from <https://jurnal.universitaspurtribangsa.ac.id/index.php/jcse/article/download/308/197>
- Caniago, F. (2023). Implementasi Pengelolaan Masjid Al-Muhajirin Dalam Memakmurkan Masjid. *jurnal soma*, 117-129.
- Hayat, N. M., & Riam, Z. A. (2022). Peran Komunikasi Dakwah di Era Digital Upaya Maksimal Pembelajaran Agama Islam. *Ilmu Al-Qur'an (IQ) Jurnal Pendidikan Islam*, 5(2), 227-240. Retrieved from <https://journal.ptiq.ac.id/index.php/iq/article/download/791/278>
- Hendrik, J., Walian, A., & Syarifuddin, A. (2023). Manajemen Masjid Dalam Meningkatkan Kegiatan Keagamaan Jamaah Masjid Agung Darussalam di Kecamatan Sungai Lilin. *ULIL ALBAB : Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1827-1840.
- Humaysah, Zarah, J. A., Harianto, A., Luthfiyyah, S., & Wismanto. (2023). Pusat Pendidikan Islam Berbasis Masjid. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran*, 1079-1086.
- Kamaruzzaman. (2022). Epistemologi Kajian Dakwah Dan Ilmu Komunikasi. *Liwa'ul Dakwah: Jurnal Kajian Dakwah dan Masyarakat Islam*, 12(1), 72-90. Retrieved from <https://journal.iainhokseumawe.ac.id/index.php/liwa'uldakwah/article/download/1239/446/3771>

- Khairani, M., & Susanto. (2022). Masjid Subulussalam Dalam Bingkai Plurarisme (Fungsi Edukasi Masjid Terhadap Perilaku Keagamaan). *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan dan Kemasyarakatan*, 16(1), 22-37. Retrieved from <https://jurnal.stiq-amuntai.ac.id/index.php/al-qalam/article/download/680/241>
- Malisa, S., & Shomedran. (2023). Peran Remaja Masjid Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Terhadap Kegiatan Keagamaan Di Desa Madura Oku Selatan. *Journal of Lifelong Learning*, 6(1), 38-48. Retrieved from <https://ejournal.unib.ac.id/jpls/article/view/25265>
- Mika, L., Syarifudin, A., & Hidayat. (2024). Strategi Komunikasi Dakwah Jamaah Tabligh Masjid Jami' Al Burhan Terhadap Anak Punk di Palembang. *Pubmedia Social Sciences and Humanities*, 1(4), 1-17. Retrieved from <https://digital-science.pubmedia.id/index.php/pssh/article/view/186>
- Misnawati, & Khalid, I. (2021). Tanggapan Jama'ah Majelis Taklim Terhadap Penyelenggaraan Dakwah Islam Melalui Pengajian Rutin. *AKTUALITA jurnal penelitian sosial dan keagamaan*, 11(2), 17-32. Retrieved from <https://ejournal.an-nadwah.ac.id/index.php/aktualita/article/download/349/289>
- Mubasit, & Jasmadi. (2022). Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Aktivitas Mengikuti Pengajian Dikalangan Remaja Provinsi Lampung (Study Komparatif Terhadap Aktivitas Kelompok Pengajian Rohani Islam Di Perkotaan Dan Pedesaan). *Jurnal Bimbingan dan Konseling Islam*, 13(1), 22-41. Retrieved from <https://jurnalfdk.uinsa.ac.id/index.php/jbki/article/download/1109/725/3185>
- Muliansyah, A., Janah, A. M., Munika, M., Bahraini, N., & Wilujeng, R. (2024). Kontribusi Masyarakat Muslim Terhadap Kegiatan Keagamaan Di Desa Lahei Mangkutub. *Jurnal Riset Ilmiah*, 1(1), 25-32. Retrieved from <https://manggalajournal.org/index.php/SINERGI/article/download/14/10>
- Nilwani, Wahdah, & Waldiansyah. (2023). Motivasi Jemaah Dalam Mengikuti Pengajian Keislaman Di Masjid Azzakiyyah Kota Pontianak. *Tarbawi Khatulistiwa: Jurnal Pendidikan Islam*, 9(1), 25-37. Retrieved from <https://openjurnal.unmuhpnk.ac.id/TaK/article/view/5308>
- Nudin, A. I., & Fakhruroji, M. (2023). Manajemen Masjid dalam Meningkatkan Partisipasi Remaja Milenial untuk Memakmurkan Masjid. *Tadbir: Jurnal Manajemen Dakwah*, 8(1), 53-76. Retrieved from <https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/tadbir/article/download/21266/10516>
- Nurdin, A. I., & Fakhruroji, M. (2023). Manajemen Masjid dalam Meningkatkan Partisipasi Remaja Milenial untuk Memakmurkan Masjid. *Tadbir: Jurnal Manajemen Dakwah*, 8(1), 53-76. Retrieved from <https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/tadbir/article/download/21266/10516>
- Parhan, M., Rahmawati, Y., Rahmawati, I. R., Hasna, & Maysaroh. (2022). Analisis Metode dan Konten Dakwah yang Diminati pada Remaja. *Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah)*, 22(1), 65-75. Retrieved from <https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/anida/article/download/16633/7281>

- Rafiqah, L., Muharrani, & Kusuma, A. F. (2022). Pengaruh Media Sosial Terhadap PerilakuKeagamaan Remaja Masjid Al-Muawanah. *Dakwatul Islam Jurnal Ilmiah Prodi PMI*, 7(1), 21-38. Retrieved from <https://ojs.diniyah.ac.id/index.php/DakwatulIslam/article/view/597>
- Rahayu, S. S., & Angriani, R. (2018). Peran Organisasi Islam Dalam Pengembangan dan Penerapan Hukum Islam di Indonesia. 1-108. Retrieved from <https://ejurnal.iainpare.ac.id/index.php/latihan/article/download/2797/1429/>
- Rizal, S. (2022). Minat Remaja Dalam Mengikuti Kajian Keagamaan. *Jurnal Dakwatul Islam*, 6(2), 115-126. Retrieved from <https://ojs.diniyah.ac.id/index.php/DakwatulIslam/article/download/513/272>
- Suja'i, A., & Baihaqi, M. A. (2022). Peran Ulama Dan Ormas Islam Dalam Pertumbuhan Dan Perkembangan Pendidikan Islam Di Indoenia. *Tarbawi*, 5(2), 139-150. Retrieved from <http://jurnalistiqomah.org/index.php/merdeka/article/view/1266/1076>
- Tami, N. T., Handayani, F., & Firtanosa, A. (2024). Tantangan dan Peluang Manajemen Masjid di Era Digital. *Journal of Da'wah*, 3(1), 1-17. Retrieved from <https://ejournal.iainkerinci.ac.id/index.php/dakwah/article/download/3853/1266/13574>
- Taufikurrahman, & Setyowati, E. (2024). Sistem Komunikasi Dakwah di Era Digital Melalui Instagram, Tiktok, Youtube. *Al-Mada: Jurnal Agama, Sosial, dan Budaya*, 7(1), 103-116. Retrieved from <https://ejournal.uac.ac.id/index.php/almada/article/view/4866>
- Toha, A. F. (2020). Implementasi Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Daya Tarik Program Masjid (Studi Kasus Masjid Ar-Rahman Surabaya). *Jurnal Masjiduna : Jurnal Ilmiah Stidki ar-Rahmah*, 93-114.
- Umah, K. A., & Alfiah, A. (2023). Rekonstruksi Peran Dan Fungsi Masjid Sebagai Ruang Publik. *Al-Musthofa: Journal of sharia economics*, 175-190.
- Warinta, Y., Oktria, K., Zaharah, F., Sa'bani, N., & Wismanto. (2023). Peran Dakwah Online sebagai Sarana Untuk Memakmurkan Masjid. *Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran*, 6(3), 1052-1059. Retrieved from <https://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jrpp/article/view/24770>
- Yuhani'ah, R. (2022). Psikologi Agama Dalam Pembentukan Jiwa Agama Remaja. *Jurnal Kajian Pendidikan Islam*, 1(1), 12-42. Retrieved from <https://journal.staimaarifkalirejo.ac.id/index.php/jkpi/article/download/5/2>
- Zuhdi, A., Nuzuli, A. K., & Febrianto. (2023). Strategi Dakwah Dalam Membina Akhlak Remaja di desa Bendung Air Kayu Aro. *Ishlah: Jurnal Ilmu Ushuluddin, Adab dan Dakwah*, 4(1), 145-160. Retrieved from <https://jurnalfuad.org/index.php/ishlah/article/view/175>