E-ISSN: XXXX-XXXX
At-Tadzkir
Jurnal Penelitian dan Ilmu Komunikasi

DINAMIKA STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH ORGANISASI REMAJA MASJID DALAM PEMBINAAN AKHLAK GENERASI MUDA DI DESA KERAPUH KECAMATAN DOLOK MASIHUL KABUPATEN SERDANG BEDAGAI

Maryadi[1], Kartini[2], Ahmad Raihan Is[3]
Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam, Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Tebingtinggi Deli[1,2,3]
Corresponding Author: maryadip15@gmail.com[1], Kartinisikumbang86@gmail.com[2], patriaraihan10@gamil.com[3]

Abstrak

Perubahan gaya hidup dan derasnya arus media sosial menuntut strategi komunikasi dakwah yang adaptif dalam pembinaan akhlak generasi muda. Penelitian ini bertujuan mengetahui dinamika strategi komunikasi dakwah Organisasi Remaja Masjid di Desa Kerapuh, Kecamatan Dolok Masihul, Kabupaten Serdang Bedagai, pembinaan akhlak generasi muda, serta keterkaitan keduanya. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif jenis studi kasus deskriptif dengan teknik pengumpulan data observasi partisipatif, wawancara semi terstruktur, dan dokumentasi terhadap 15 informan yang terdiri atas pengurus, anggota, dan remaja non-anggota remaja masjid. Data dianalisis dengan model Miles dan Huberman dan diuji keabsahannya melalui triangulasi serta *member check*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi dakwah dijalankan melalui komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok, diskusi dan tanya jawab, nasihat, pembiasaan, keteladanan, kegiatan sosial, dan pemanfaatan media sosial (Instagram). Dinamika tampak pada kemampuan organisasi menyesuaikan strategi dengan karakter generasi muda, dari komunikasi tatap muka menuju perpaduan komunikasi langsung dan digital. Strategi tersebut berkontribusi pada meningkatnya kedisiplinan ibadah, kesopanan bertutur kata, kepedulian sosial, dan partisipasi remaja dalam kegiatan masjid. Dukungan pembina, pengurus masjid, dan masyarakat menjadi faktor pendukung, sedangkan pengaruh negatif media sosial, kesibukan remaja, dan rendahnya motivasi sebagian remaja menjadi hambatan.

Kata Kunci: dinamika, strategi komunikasi dakwah, remaja masjid, pembinaan akhlak, generasi muda

Abstract

Lifestyle changes and the flood of social media require an adaptive da'wah communication strategy in shaping the morals of young people. This study aims to describe the dynamics of the da'wah communication strategy of the Mosque Youth Organization in Kerapuh Village, Dolok Masihul District, Serdang Bedagai Regency, the moral development of young people, and the relationship between the two. A qualitative descriptive case study was applied, with data collected through participant observation, semi-structured interviews, and documentation involving 15 informants consisting of board members, members, and young people who are not members of the mosque youth. Data were analyzed using the Miles and Huberman model and validated through triangulation and member checking. The findings show that the da'wah communication strategy is carried out through interpersonal communication, group communication, discussion and question-and-answer sessions, advice, habituation, role modeling, social activities, and the use of social media (Instagram). The dynamics appear in the organization's ability to adjust its strategy to the characteristics of young people, shifting from face-to-face communication to a combination of direct and digital communication. This strategy contributes to greater discipline in worship, politeness in speech, social concern, and participation in mosque activities. Support from the mentor, the mosque board, and the community are supporting factors, while the negative influence of social media, busy schedules, and low motivation among some youths are obstacles.

Keywords: *dynamics, da'wah communication strategy, mosque youth, moral development, young generation*

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi membawa perubahan signifikan dalam kehidupan masyarakat, khususnya generasi muda. Arus globalisasi tidak hanya memberikan kemudahan akses informasi, tetapi juga menghadirkan tantangan serius bagi pembinaan akhlak remaja, seperti menurunnya sopan santun, meningkatnya perilaku menyimpang, dan rendahnya kesadaran beragama. Kondisi ini menempatkan generasi muda pada situasi yang rentan terhadap krisis moral dan spiritual.

Dalam situasi tersebut dakwah memiliki peran strategis untuk membimbing, mengarahkan, dan membina perilaku individu agar sesuai dengan nilai-nilai Islam. Dakwah tidak berhenti pada ceramah, tetapi mencakup proses komunikasi yang efektif dalam menyampaikan pesan keagamaan. Strategi komunikasi dipahami sebagai rencana dan taktik yang digunakan untuk melancarkan komunikasi dengan memperhatikan pengirim, pesan, dan penerima agar tujuan yang diinginkan tercapai (Effendy, 2007). Effendy menyebut empat hal yang perlu diperhatikan dalam menyusun strategi komunikasi, yaitu mengenal khalayak, menentukan pesan, menetapkan metode, serta menyeleksi dan menggunakan media. Pembinaan akhlak sendiri merupakan upaya terencana dan berkelanjutan untuk membentuk karakter, budi pekerti, dan perilaku generasi muda sesuai nilai agama dan norma sosial.

Organisasi remaja masjid menempati posisi penting dalam fungsi dakwah ini. Remaja masjid tidak hanya menjadi wadah aktivitas keagamaan, tetapi juga agen perubahan sosial (*agent of change*) yang membina karakter generasi muda melalui pengajian, kajian keislaman, kegiatan sosial, dan program pembinaan lainnya. Dalam pelaksanaannya, organisasi ini menghadapi perubahan gaya hidup remaja, pengaruh media sosial, kurangnya minat terhadap kegiatan keagamaan, dan keterbatasan sumber daya manusia, sehingga diperlukan strategi komunikasi yang adaptif, kreatif, dan sesuai dengan karakteristik generasi muda.

Desa Kerapuh, Kecamatan Dolok Masihul, Kabupaten Serdang Bedagai, memiliki organisasi remaja masjid yang menjadi harapan dalam membina akhlak generasi muda di tengah arus modernisasi. Sejauh mana strategi komunikasi dakwah diterapkan dan bagaimana dinamika yang terjadi dalam proses pembinaan akhlak tersebut masih perlu dikaji secara mendalam. Perhatian Islam terhadap akhlak tampak dalam QS. Al-Baqarah/2: 83 yang memerintahkan manusia berbuat baik kepada orang tua, kerabat, anak yatim, dan orang miskin serta bertutur kata yang baik kepada sesama (As-Suyuthi & Al-Mahalli, 2003). Rasulullah SAW juga bersabda bahwa beliau diutus untuk menyempurnakan kemuliaan akhlak (HR. Ahmad).

Beberapa penelitian terdahulu mengkaji topik yang berdekatan. Ichsan (2025) meneliti strategi dakwah remaja Masjid Al Hidayah dalam meningkatkan kesadaran beragama remaja melalui kajian rutin, kegiatan sosial, dan media digital, dan menemukan bahwa pendekatan edukatif, partisipatif, dan digital efektif membangun kedekatan dengan generasi muda. Yadi et al. (2025) meneliti model komunikasi remaja Masjid Nurul Iman dalam membangun karakter remaja di Kabupaten Serdang Bedagai dan menemukan bahwa WhatsApp, Instagram, dan kegiatan tatap muka memperkuat nilai akhlak dan solidaritas remaja. Arlina et al. (2024) menunjukkan bahwa kegiatan keagamaan remaja masjid di Tanjung Morawa B meningkatkan identitas keagamaan dan perilaku positif remaja, sedangkan Nurudin et al. (2023) mengkaji strategi komunikasi kepala madrasah dalam membina akhlakul karimah peserta didik. Penelitian-penelitian tersebut belum secara khusus menelaah *dinamika* strategi komunikasi dakwah organisasi remaja masjid di Desa Kerapuh dalam kaitannya dengan pembinaan akhlak, sehingga penelitian ini mengisi celah tersebut.

Dinamika dalam penelitian ini dimaknai sebagai keseluruhan proses perubahan, interaksi, dan perkembangan yang terjadi dalam pelaksanaan strategi komunikasi dakwah oleh organisasi remaja masjid dalam membina akhlak generasi muda. Tujuan penelitian ini adalah (1) mengetahui dinamika strategi komunikasi dakwah organisasi remaja masjid di Desa Kerapuh,

(2) mengetahui pembinaan akhlak generasi muda di desa tersebut, dan (3) mengetahui dinamika strategi komunikasi dakwah organisasi remaja masjid dalam pembinaan akhlak generasi muda.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi kasus deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian bertujuan memahami secara mendalam proses dan makna strategi komunikasi dakwah, sedangkan studi kasus memungkinkan peneliti menggali satu objek secara rinci, yaitu Organisasi Remaja Masjid di Desa Kerapuh (Sugiyono, 2013). Sifat deskriptif berarti peneliti menggambarkan situasi apa adanya tanpa memanipulasi variabel yang diteliti.

Penelitian dilaksanakan di Desa Kerapuh, Kecamatan Dolok Masihul, Kabupaten Serdang Bedagai, pada April sampai Agustus 2026. Data primer diperoleh dari 15 informan yang dipilih secara purposive berdasarkan pengetahuan dan keterlibatan mereka dalam kegiatan yang diteliti, yaitu 5 pengurus remaja masjid, 5 anggota remaja masjid, dan 5 remaja sekitar yang bukan anggota remaja masjid. Data sekunder berasal dari buku, jurnal ilmiah, artikel, dan hasil penelitian terdahulu.

Data dikumpulkan melalui tiga teknik. Observasi partisipatif dilakukan dengan mengamati kegiatan keagamaan, strategi komunikasi yang digunakan, media yang dimanfaatkan, serta tingkat partisipasi dan respons generasi muda. Wawancara semi terstruktur dilakukan dengan berpedoman pada daftar pertanyaan namun tetap memberi ruang pengembangan pertanyaan di lapangan. Dokumentasi mencakup struktur organisasi, program kerja, jadwal dan laporan kegiatan, foto kegiatan, serta unggahan media sosial remaja masjid.

Data dianalisis dengan model Miles dan Huberman yang terdiri atas reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan serta verifikasi (Miles et al., 2020). Keabsahan data dijaga melalui triangulasi sumber dan teknik, yaitu membandingkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi, serta *member check* dengan mengonfirmasi ulang hasil wawancara kepada informan. Keteralihan hasil dijaga dengan menyajikan deskripsi yang rinci tentang latar, informan, dan proses penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Desa Kerapuh dan Organisasi Remaja Masjid

Desa Kerapuh berada di Kecamatan Dolok Masihul, Kabupaten Serdang Bedagai, Provinsi Sumatera Utara, pada jalur yang menghubungkan beberapa desa sehingga memudahkan mobilitas warga. Mayoritas masyarakat bermata pencaharian sebagai petani, pekebun, dan pedagang, sebagian lainnya sebagai pegawai negeri dan karyawan swasta. Kehidupan sosial masyarakat harmonis, nilai gotong royong masih terpelihara, dan mayoritas penduduknya beragama Islam sehingga kegiatan keagamaan di masjid dan musala menjadi bagian penting kehidupan sehari-hari.

Organisasi Remaja Masjid di desa ini dibentuk atas keinginan tokoh agama dan pengurus Badan Kemakmuran Masjid (BKM) untuk menyediakan ruang positif bagi remaja agar terhindar dari perilaku negatif dan berkontribusi memakmurkan masjid. Visinya adalah mewujudkan generasi muda yang beriman, bertakwa, berakhlakul karimah, dan aktif memakmurkan masjid melalui dakwah yang kreatif, edukatif, dan berkelanjutan. Misinya meliputi penyelenggaraan dakwah rutin, penanaman nilai akhlakul karimah, penguatan ukhuwah Islamiyah, pengembangan kreativitas remaja, dan pemanfaatan media digital sebagai sarana komunikasi dakwah. Struktur organisasi terdiri atas pembina, ketua, wakil ketua, sekretaris, bendahara, bidang dakwah, bidang pendidikan, bidang humas, dan anggota, dengan total 12 orang pengurus harian dan anggota inti. Sejak awal berdiri, organisasi memperoleh dukungan masyarakat, pemerintah desa, dan pengurus masjid.

Dinamika Strategi Komunikasi Dakwah Organisasi Remaja Masjid

Hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi menunjukkan bahwa strategi komunikasi dakwah organisasi remaja masjid berlangsung dinamis dan menyesuaikan kondisi generasi muda. Dakwah tidak hanya disampaikan melalui ceramah langsung, tetapi juga melalui komunikasi interpersonal, diskusi kelompok, pemberian nasihat, pembiasaan perilaku Islami, keteladanan, dan media sosial. Pengurus menyadari bahwa setiap remaja memiliki karakter berbeda: ada yang lebih mudah menerima pesan lewat pengajian, ada yang lebih nyaman berdiskusi, dan ada pula yang lebih mudah memperoleh informasi keagamaan melalui media digital. Karena itu komunikasi dakwah tidak bersifat kaku dan pendekatan dipilih sesuai kebutuhan sasaran (Tabel 1).

Komunikasi interpersonal. Strategi ini paling banyak digunakan. Pembina, pengurus, dan generasi muda berkomunikasi langsung sehingga pengurus dapat mengetahui kondisi, masalah, dan kebutuhan remaja secara lebih dekat. Remaja tidak diposisikan semata sebagai objek dakwah, melainkan diberi kesempatan menyampaikan pendapat, bertanya, dan menceritakan persoalan yang dihadapi. Pendekatan kekeluargaan ini menjadi kekuatan organisasi karena ketika hubungan telah terbangun, remaja lebih terbuka menerima nasihat dan arahan.

Diskusi dan tanya jawab. Diskusi dilakukan setelah penyampaian materi keagamaan atau ketika muncul masalah yang berkaitan dengan kehidupan remaja. Topiknya tidak terbatas pada ibadah, tetapi juga akhlak sehari-hari seperti menghormati orang tua, adab berteman, menjaga perkataan, pergaulan, dan penggunaan media sosial. Pembina Remaja Masjid, Muhammad Reza, menjelaskan bahwa diskusi biasanya berupa tanya jawab antara remaja masjid dan remaja sekitar atau dengan ustaz, misalnya tentang tata cara shalat dan adab bertamu, dan dari satu pertanyaan sering muncul pertanyaan lain sehingga "anak-anak menjadi lebih aktif berpikir" (Reza, wawancara, 2026). Pernyataan ini menunjukkan bahwa diskusi berfungsi bukan hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membangun keberanian, keterbukaan, dan kemampuan berpikir kritis.

Nasihat. Nasihat disampaikan dengan bahasa yang mudah dipahami, tidak hanya saat pengajian tetapi juga dalam komunikasi sehari-hari, dan teguran diberikan secara persuasif ketika ada perilaku yang kurang sesuai dengan nilai Islam. Ziana Syahputri, Sekretaris organisasi, menyampaikan bahwa setelah diskusi pengurus memberikan arahan tentang apa yang baik dilakukan dan apa yang harus dijauhi, dengan cara yang "tidak membuat mereka merasa dihakimi" karena yang terpenting adalah nasihat itu dapat diterima dan menyentuh hati (Syahputri, wawancara, 2026). Pengurus tidak sekadar melarang, tetapi menjelaskan alasan suatu perilaku dinilai baik atau buruk.

Pembiasaan. Pembinaan akhlak dilakukan melalui praktik langsung dan berulang, seperti membiasakan salam, berbicara sopan, menghormati yang lebih tua, shalat berjamaah, menjaga kebersihan masjid, dan aktif dalam kegiatan sosial. Pengulangan ini bertujuan agar nilai akhlak tidak hanya diketahui secara teoritis, tetapi menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari remaja.

Pemanfaatan media sosial. Organisasi mulai menggunakan media sosial untuk menyebarkan dokumentasi kegiatan, informasi pengajian, dan pesan singkat keislaman, serta mengajak remaja mengikuti kegiatan masjid. Instagram menjadi salah satu media utama penyebaran informasi dan pesan keislaman. Dengan demikian strategi komunikasi berkembang dari komunikasi tatap muka menuju kombinasi komunikasi langsung dan komunikasi digital.

Strategi	Bentuk Pelaksanaan	Nilai Akhlak yang Dibina
Komunikasi interpersonal	Komunikasi langsung antara pembina, pengurus, dan remaja; pendekatan kekeluargaan	Keterbukaan, kedekatan, dan kepercayaan
Diskusi dan tanya jawab	Diskusi setelah materi keagamaan; tanya jawab dengan ustaz dan remaja sekitar	Keberanian bertanya, berpikir kritis, adab berteman dan bergaul

Strategi	Bentuk Pelaksanaan	Nilai Akhlak yang Dibina
Nasihat	Arahan persuasif dalam pengajian dan percakapan sehari-hari	Kesopanan, kesadaran membedakan baik dan buruk
Pembiasaan	Salam, tutur kata santun, shalat berjamaah, menjaga kebersihan masjid	Disiplin ibadah, hormat kepada yang lebih tua
Keteladanan	Pembina dan pengurus memberi contoh sikap dan perilaku	Konsistensi antara ucapan dan perbuatan
Kegiatan sosial	Gotong royong, kebersihan masjid, santunan, Jumat Berbagi	Kerja sama, tanggung jawab, kepedulian sosial
Media sosial	Instagram untuk dokumentasi kegiatan, informasi pengajian, dan pesan keislaman	Keterlibatan remaja dalam kegiatan masjid

Tabel 1. Strategi Komunikasi Dakwah Organisasi Remaja Masjid dan Nilai Akhlak yang Dibina
Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2026

Pembinaan Akhlak Generasi Muda di Desa Kerapuh

Pembinaan akhlak generasi muda dilakukan secara berkesinambungan melalui kegiatan keagamaan, komunikasi interpersonal, keteladanan, nasihat, pembiasaan, dan kegiatan sosial, dengan tujuan agar remaja tidak hanya mengetahui ajaran Islam tetapi juga menerapkannya. Pada **keteladanan**, pembina dan pengurus berusaha menjadi contoh melalui tutur kata, sikap menghormati orang lain, kedisiplinan mengikuti kegiatan, menjaga kebersihan masjid, dan keterlibatan dalam kegiatan sosial, sehingga remaja melihat langsung bagaimana akhlak diterapkan. Pada **pembiasaan ibadah**, remaja dibiasakan mengikuti pengajian, shalat berjamaah, dan kajian keislaman untuk membangun kedisiplinan dan kesadaran religius. Pada **kegiatan sosial**, remaja dilibatkan dalam gotong royong, kebersihan masjid, dan santunan, yang memberi pengalaman langsung untuk bekerja sama, membantu orang lain, dan bertanggung jawab, karena akhlak mencakup hubungan manusia dengan Allah SWT sekaligus dengan sesama manusia.

Pembinaan tersebut ditopang oleh program kerja organisasi pada empat bidang. Bidang dakwah dan keagamaan menyelenggarakan kajian rutin dan tematik, peringatan hari besar Islam (PHBI) termasuk lomba MTQ dan cerdas cermat Islam, pesantren kilat, serta kelas tahsin dan tahfiz. Bidang sosial dan kemasyarakatan melaksanakan Jumat Berbagi, bakti sosial, dan santunan anak yatim. Bidang pendidikan dan kreativitas digital mengadakan pelatihan desain grafis, penyuntingan video, pembuatan konten dakwah, siniar Islami, dan pojok baca. Bidang olahraga dan minat bakat menyelenggarakan turnamen futsal, bulu tangkis, atau tenis meja serta rekreasi dan *outbound* untuk mempererat kebersamaan.

Hasil penelitian menunjukkan adanya perubahan positif pada sebagian generasi muda setelah mengikuti pembinaan, yaitu meningkatnya kedisiplinan dalam kegiatan keagamaan, kesopanan dalam berbicara, kepedulian terhadap sesama, dan keterlibatan dalam kegiatan masjid. Perubahan ini tidak terjadi secara instan; pembentukan akhlak membutuhkan proses yang berulang dan berkelanjutan (Warasto, 2018), sehingga organisasi terus melakukan pendampingan dan memberikan motivasi.

Dinamika Strategi Komunikasi Dakwah dalam Pembinaan Akhlak

Pengurus tidak bertumpu pada satu metode, tetapi memadukan komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok, diskusi, nasihat, pembiasaan, keteladanan, kegiatan sosial, dan media digital. Perpaduan ini dilakukan karena karakter remaja berbeda-beda: sebagian lebih mudah menerima pesan melalui komunikasi langsung, sebagian lain lebih tertarik pada kegiatan bersama atau media sosial. Dinamika paling jelas terlihat pada kemampuan organisasi menyesuaikan strategi dengan perkembangan generasi muda yang dekat dengan teknologi. Meski demikian, media sosial tidak menggantikan komunikasi langsung; komunikasi

interpersonal tetap menjadi strategi utama karena memungkinkan pengurus memahami kondisi remaja secara lebih mendalam.

Strategi yang adaptif dan komunikatif ini berkaitan dengan tujuh perubahan yang ditemukan, yaitu meningkatnya kesadaran mengikuti kegiatan keagamaan, kedisiplinan beribadah, kesopanan bertutur kata, sikap menghormati orang tua dan orang lain, kepedulian sosial, kerja sama antarremaja, dan partisipasi dalam kegiatan masjid. Faktor pendukung dan penghambat beserta upaya mengatasinya dirangkum pada Tabel 2.

Kategori	Temuan	Upaya yang Dilakukan
Faktor pendukung	Dukungan pembina dan pengurus masjid; dukungan masyarakat dan pemerintah desa; masjid sebagai pusat kegiatan; hubungan kekeluargaan; antusiasme sebagian remaja; kerja sama dengan tokoh agama	Mempertahankan pendampingan dan memperkuat kerja sama dengan pembina, orang tua, tokoh agama, dan masyarakat
Media sosial	Pengaruh negatif media sosial terhadap remaja	Menggunakan media sosial secara lebih kreatif untuk konten dakwah
Waktu remaja	Kesibukan pendidikan dan pekerjaan	Evaluasi kegiatan secara berkala
Motivasi dan minat	Rendahnya motivasi dan perbedaan tingkat pemahaman remaja terhadap kegiatan keagamaan	Memperkuat komunikasi interpersonal dan membuat kegiatan yang lebih menarik

Tabel 2. Faktor Pendukung, Penghambat, dan Upaya Mengatasinya

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2026

Pengurus juga berupaya membuat kegiatan yang lebih menarik agar remaja tidak menganggap dakwah hanya berupa ceramah atau pengajian. Dengan demikian dinamika strategi komunikasi tampak dari proses perencanaan, pelaksanaan, penyesuaian, evaluasi, dan pengembangan strategi secara terus-menerus, bukan hanya dari pergantian media atau metode penyampaian.

Pembahasan

Temuan penelitian menunjukkan bahwa organisasi remaja masjid telah menjalankan keempat unsur strategi komunikasi sebagaimana dirumuskan Effendy (2007). Pertama, *mengenal khalayak*: pengurus memahami bahwa karakter remaja beragam dan menyesuaikan pendekatan dengan karakter tersebut. Kedua, *menentukan pesan*: materi tidak terbatas pada ibadah, tetapi mencakup akhlak dalam kehidupan sehari-hari. Ketiga, *menetapkan metode*: diskusi, nasihat, pembiasaan, dan keteladanan dipadukan secara persuasif dan humanis. Keempat, *seleksi dan penggunaan media*: komunikasi tatap muka dipertahankan, sementara Instagram digunakan untuk menjangkau remaja yang lebih akrab dengan media digital. Hal ini sejalan dengan pandangan bahwa keberhasilan dakwah dipengaruhi kemampuan komunikator memilih metode, media, dan pendekatan yang sesuai dengan karakteristik *mad'u*.

Pembinaan akhlak yang menekankan keteladanan, nasihat, dan pembiasaan menguatkan gagasan bahwa pembentukan akhlak tidak cukup dengan pengetahuan semata, tetapi harus dibangun melalui pengalaman langsung yang berulang. Semakin sering perilaku baik dipraktikkan, semakin kuat nilai tersebut tertanam. Pendekatan kekeluargaan yang dipakai pengurus juga menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal yang akrab dan terbuka memudahkan pesan dakwah diterima.

Temuan ini sejalan dengan penelitian terdahulu. Pemanfaatan kajian rutin, kegiatan sosial, dan media digital yang dilaporkan Ichsan (2025) serta penggunaan Instagram dan komunikasi tatap muka yang dilaporkan Yadi et al. (2025) juga tampak pada organisasi remaja masjid di

Desa Kerapuh. Peran kegiatan keagamaan dalam membentuk perilaku positif remaja yang ditemukan Arlina et al. (2024) pun terkonfirmasi. Kontribusi penelitian ini terletak pada penekanannya terhadap *dinamika*, yaitu bagaimana strategi dipadukan, disesuaikan, dievaluasi, dan dikembangkan untuk menghadapi hambatan di lapangan. Perlu dicatat bahwa perubahan perilaku dalam penelitian ini dipaparkan secara kualitatif pada sebagian generasi muda dan tidak diukur secara kuantitatif.

SIMPULAN DAN SARAN

Dinamika strategi komunikasi dakwah Organisasi Remaja Masjid di Desa Kerapuh terlihat dari kemampuan organisasi menyesuaikan strategi dengan perkembangan zaman dan karakter generasi muda. Strategi yang diterapkan meliputi komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok, dan pemanfaatan media sosial, dengan metode keteladanan (*uswah hasanah*), nasihat (*mau'izah hasanah*), pembiasaan, dan media dakwah digital. Pembinaan akhlak generasi muda dilakukan melalui pengajian rutin, kajian keislaman, nasihat, pembiasaan ibadah, dan kegiatan sosial kemasyarakatan yang meningkatkan kesadaran beragama, kedisiplinan, tanggung jawab, kesopanan, dan kepedulian sosial. Strategi yang adaptif, komunikatif, dan berorientasi pada kebutuhan generasi muda menciptakan hubungan harmonis antara pembina, pengurus, dan remaja, sehingga pembinaan berjalan lebih efektif meskipun masih terdapat hambatan berupa pengaruh media sosial, rendahnya minat sebagian remaja, serta kesibukan pendidikan dan pekerjaan.

Saran bagi organisasi remaja masjid adalah mengembangkan strategi komunikasi yang lebih inovatif dan kreatif serta mengoptimalkan media sosial sebagai sarana edukasi dan syiar. Bagi pembina dan pengurus masjid, disarankan terus memberikan pendampingan, motivasi, dan evaluasi program serta memperkuat kerja sama dengan tokoh agama, pemerintah desa, lembaga pendidikan, dan orang tua. Bagi generasi muda, diharapkan lebih aktif mengikuti kegiatan keagamaan, dan bagi masyarakat, diharapkan memberikan dukungan moral dan partisipasi. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan memperluas cakupan wilayah, menggunakan pendekatan lain, atau mengkaji variabel seperti efektivitas komunikasi dakwah dan pemanfaatan media digital.

REFERENSI

Arlina, dkk. (2024). Peran remaja masjid Nurusysyahadah dalam pembinaan akhlak remaja di Desa Tanjung Morawa B. *Jurnal Pendidikan Tambusai*.

As-Suyuthi, J., & Al-Mahalli, J. (2003). *Tafsir Jalalain*. Imaratullah.

Effendy, O. U. (2007). *Ilmu komunikasi*. Remaja Rosdakarya.

Ichsan, F. R. (2025). Strategi dakwah remaja Masjid Al Hidayah dalam peningkatan kesadaran beragama remaja. *IQRO: Journal of Islamic Education*.

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2020). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (4th ed.). Sage Publications.

Nurudin, M., Ramli, R., Qadaruddin, M., Nurkidam, A., & Iskandar, I. (2023). Strategi komunikasi kepala madrasah dalam membina akhlakul karimah peserta didik. *Ath-Thariq: Jurnal Dakwah dan Komunikasi, 7*(2), 139. https://doi.org/10.32332/ath-thariq.v7i2.7525

Sugiyono. (2013). *Metode penelitian pendidikan: Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Warasto, H. N. (2018). Pembentukan akhlak siswa. *Jurnal Mandiri: Ilmu Pengetahuan, Seni, dan Teknologi, 2*(1), 65–86.

Yadi, W., Hardiyanto, S., & Tenerman, T. (2025). Model komunikasi remaja Masjid Nurul Iman dalam membangun karakter remaja di Kabupaten Serdang Bedagai.