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

STRATEGI KOMUNIKASI PENGURUS MASJID DALAM MEMBANGUN KEHARMONISAN JAMA'AH MASJID AL-HIDAYAH TEBING TINGGI

Muhammad Idris[1], Jemati[2], Habib Rizky Hanafi[3]
Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam, Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Tebingtinggi Deli[1,2,3]
Corresponding Author: muhammadidris1974@gmail.com[1], jemati836@gmail.com[2]
habibrizkyhanafi04@gmail.com[3]

Abstrak

Masjid tidak hanya berfungsi sebagai tempat ibadah, tetapi juga pusat kegiatan sosial, pendidikan, dan dakwah bagi jama'ah yang beragam latar belakang suku, usia, dan status sosial. Keragaman tersebut menuntut komunikasi pengurus yang terencana agar keharmonisan jama'ah terjaga. Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi komunikasi pengurus Masjid Al-Hidayah, Kelurahan Tanjung Marulak Hilir, Kota Tebing Tinggi, dalam membangun keharmonisan jama'ah, mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambatnya, serta mengetahui dampaknya. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus tunggal. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan empat informan kunci, observasi partisipatif, dan dokumentasi, lalu dianalisis dengan model interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi bersifat terpadu, mencakup komunikasi interpersonal, kelompok, dan organisasi, didukung papan pengumuman, buletin, grup WhatsApp, dan media sosial, serta dilandasi prinsip komunikasi Islami. Faktor pendukung meliputi dedikasi dan kekompakan pengurus, dukungan jama'ah, sarana memadai, dan komunikasi dua arah, sedangkan hambatannya berupa keterbatasan waktu dan dana, pemahaman tugas yang belum merata, jangkauan informasi yang belum menyeluruh, dan informasi tidak terverifikasi. Menurut informan, strategi ini berdampak pada partisipasi jama'ah yang tinggi, konflik internal yang minim, dan tumbuhnya rasa memiliki terhadap masjid.

Kata Kunci: strategi komunikasi, pengurus masjid, keharmonisan jama'ah, komunikasi Islami, Masjid Al-Hidayah

Abstract

A mosque is not only a place of worship but also a center of social, educational, and da'wah activities for a congregation with diverse ethnic, age, and social backgrounds. This diversity requires planned communication by mosque administrators to maintain congregational harmony. This study analyzes the communication strategies of the administrators of Al-Hidayah Mosque, Tanjung Marulak Hilir, Tebing Tinggi, in building congregational harmony, identifies supporting and inhibiting factors, and examines their impact. A qualitative single-case study design was used. Data were collected through in-depth interviews with four key informants, participant observation, and documentation, and analyzed with the interactive model of Miles, Huberman, and Saldaña. The findings show that the strategy is integrated, covering interpersonal, group, and organizational communication, supported by announcement boards, bulletins, WhatsApp groups, and social media, and grounded in Islamic communication principles. Supporting factors include the dedication and unity of administrators, congregational support, adequate facilities, and two-way communication, while obstacles include limited time and funds, uneven understanding of duties, incomplete information reach, and unverified information. According to the informants, the strategy has led to high participation, minimal internal conflict, and a growing sense of belonging to the mosque.

Keywords: *communication strategy, mosque administrators, congregational harmony, Islamic communication, Al-Hidayah Mosque*

PENDAHULUAN

Masjid merupakan institusi sentral dalam kehidupan umat Islam yang berfungsi jauh melampaui tempat ibadah. Sejak masa Rasulullah SAW, masjid menjadi pusat berbagai aktivitas keagamaan, sosial, pendidikan, dan kemasyarakatan, sehingga memerlukan pengelolaan yang profesional dan sistematis dari pengurusnya (Ayub et al., 2020; Shihab, 2020). Indonesia memiliki lebih dari 800.000 masjid (Kementerian Agama RI, 2022). Jumlah ini merupakan potensi besar bagi pembinaan umat sekaligus menghadirkan tantangan pengelolaan, termasuk dalam aspek komunikasi.

Secara etimologis, masjid berasal dari kata Arab *sajada* yang berarti tempat bersujud. Secara lebih luas, masjid dipahami sebagai institusi sosial-keagamaan multidimensi yang mencakup dimensi ibadah, pendidikan, sosial, dan dakwah secara terpadu (Shihab, 2020). Dalam perkembangan kontemporer, fungsi masjid meluas menjadi pusat pemberdayaan ekonomi umat melalui zakat dan infak, layanan sosial, pendidikan nonformal, serta ruang publik bagi umat Islam dalam merespons isu sosial. Perluasan fungsi ini menuntut manajemen yang memadukan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan, dengan komunikasi sebagai benang merah yang menghubungkan keempatnya (Ayub et al., 2020).

Komunikasi merupakan inti setiap aktivitas organisasi, termasuk pengelolaan masjid. Strategi komunikasi dipahami sebagai perpaduan perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan yang ditetapkan (Effendy, 2017). Dalam konteks masjid, tujuan tersebut mencakup terciptanya kohesivitas sosial dan keharmonisan di antara seluruh komponen jama'ah. Persoalan keharmonisan jama'ah sering bersumber dari lemahnya komunikasi antara pengurus dan jama'ah maupun antarjama'ah, misalnya miskomunikasi, kurangnya transparansi informasi, dan rendahnya partisipasi (Nashiruddin & Fatimah, 2021). Di era digital, penyebaran informasi yang tidak terverifikasi melalui aplikasi pesan instan juga dapat memicu perpecahan (Ghazali & Maarif, 2022).

Masjid Al-Hidayah di Kelurahan Tanjung Marulak Hilir, Kecamatan Rambutan, Kota Tebing Tinggi, memiliki jama'ah yang heterogen dari suku Melayu, Batak, Jawa, dan Minangkabau, dengan latar belakang usia dan sosial-ekonomi yang beragam. Keragaman ini menjadi kekayaan sekaligus tantangan sehingga menuntut komunikasi yang sensitif dan inklusif. Berdasarkan observasi awal, pengurus masjid aktif menjalankan berbagai program komunikasi untuk menjaga keharmonisan jama'ah.

Penelitian terdahulu telah menyoroti komunikasi pengurus masjid dari beberapa sisi. Nashiruddin dan Fatimah (2021) menemukan bahwa komunikasi dua arah yang intensif antara pengurus dan jama'ah di tiga masjid besar di Kota Medan meningkatkan kohesivitas sosial dan meminimalkan konflik. Wahyudi (2022) mengidentifikasi lima strategi komunikasi takmir masjid agung, yaitu tatap muka, kelompok, media cetak, digital, dan ritual. Rahmawati (2023) menunjukkan bahwa kualitas komunikasi interpersonal pengurus berkorelasi positif dengan keharmonisan jama'ah. Namun, kajian yang memadukan komunikasi interpersonal, kelompok, dan organisasi dalam satu kerangka analisis untuk membangun keharmonisan jama'ah, dengan landasan komunikasi Islami, masih terbatas. Di sinilah penelitian ini mengisi celah.

Kerangka analisis penelitian ini mengombinasikan empat perspektif. Pertama, strategi komunikasi yang meliputi tujuan, sasaran, pesan, dan media (Cangara, 2017). Kedua, model komunikasi dua arah simetris dalam teori *excellence communication* yang menekankan dialog dan negosiasi setara antara organisasi dan publiknya (Grunig & Hunt, 1984). Ketiga, komunikasi organisasi yang mencakup arus vertikal, horizontal, dan diagonal (Pace & Faules, 2018). Keempat, prinsip komunikasi Islami berupa *qaulan sadidan*, *ma'rufan*, *balighan*, *layyinan*, *maysura*, dan *kariman* (Rohim, 2021; Muis, 2021). Keharmonisan jama'ah ditelaah melalui konsep modal sosial (Putnam, 2000) dan ukhuwah Islamiyah (Shihab, 2020). Tujuan penelitian ini adalah (1) menganalisis strategi komunikasi pengurus Masjid Al-Hidayah dalam

membangun keharmonisan jama'ah, (2) mendeskripsikan faktor pendukung dan penghambatnya, dan (3) mengetahui dampak strategi tersebut terhadap keharmonisan jama'ah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi kasus tunggal (Creswell & Poth, 2018; Yin, 2018). Pendekatan kualitatif dipilih untuk memahami secara mendalam strategi komunikasi pengurus dalam konteks sosial-budaya komunitas jama'ah, sedangkan studi kasus sesuai untuk menjawab pertanyaan "bagaimana" dan "mengapa" pada satu kasus yang dikaji secara holistik.

Penelitian dilaksanakan di Masjid Al-Hidayah, Kelurahan Tanjung Marulak Hilir, Kecamatan Rambutan, Kota Tebing Tinggi, Sumatera Utara, dengan observasi pendahuluan pada Februari 2026 dan penelitian lapangan pada Juni 2026. Lokasi dipilih karena jama'ahnya heterogen, pengurus terbuka terhadap penelitian, dan belum ada kajian akademik yang secara khusus meneliti strategi komunikasi pengurusnya. Data primer diperoleh dari empat informan kunci, yaitu Penasehat BKM (Sapriadi), Marbot Masjid (Syahruddin), Sekretaris BKM (Usman Amin), dan Bendahara BKM (Muhammad Rifai). Data sekunder berasal dari dokumen kepengurusan, materi komunikasi masjid, dan literatur ilmiah.

Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam semi-terstruktur dengan pedoman wawancara (Moleong, 2021), observasi partisipatif pada kegiatan seperti shalat berjamaah, pengajian, dan rapat, serta dokumentasi. Analisis data memakai model interaktif Miles et al. (2020), yaitu pengumpulan data, kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan serta verifikasi. Keabsahan data dijaga melalui triangulasi sumber, metode, dan teori mengacu pada kriteria kredibilitas, transferabilitas, dependabilitas, dan konfirmabilitas (Lincoln & Guba, 1985).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Masjid Al-Hidayah

Masjid Al-Hidayah berdiri sejak 2005 dan kini berlokasi di Jalan Kunyit di atas tanah wakaf almarhum Pak Arifin. Pembangunannya diwarnai gotong royong warga, baik dalam penggalangan dana maupun kerja bakti, kemudian berkembang bertahap dengan dukungan berbagai pihak (Gambar 1). Pengurusnya adalah Badan Kesejahteraan Masjid (BKM) periode 2024–2029 yang terdiri atas pembina, penasehat, pengurus harian, serta bidang-bidang seperti peribadatan dan dakwah, pendidikan, zakat dan ibadah sosial, kepemudaan, pemberdayaan wanita, serta kebersihan dan keamanan, berdasarkan SK Kepala KUA Kecamatan Rambutan Nomor 418 Tahun 2024. Visi masjid adalah menjadi pusat ibadah, dakwah, dan pemberdayaan masyarakat yang islami, harmonis, dan berdaya saing, dengan salah satu misi membangun keharmonisan jama'ah melalui komunikasi yang efektif.



Gambar 1. Masjid Al-Hidayah, Kelurahan Tanjung Marulak Hilir, Tebing Tinggi

Jama'ah masjid terdiri atas berbagai suku dan seluruh kelompok usia, dengan kelompok usia produktif sebagai yang dominan, serta berasal dari beragam profesi seperti pegawai, pengusaha, pedagang, buruh, dan pensiunan. Kegiatan rutin meliputi shalat berjamaah lima waktu, kajian ba'da maghrib, pengajian ba'da subuh dan Ahad pagi, majelis taklim ibu-ibu, pengajian remaja, serta santunan anak yatim dan dhuafa. Program periodik mencakup Ramadhan Berkah, kurban bersama, donor darah dan bakti sosial, serta seminar keislaman. Kegiatan inilah yang menjadi ruang interaksi komunikasi pengurus dan jama'ah.

Strategi Komunikasi Pengurus

Hasil wawancara menunjukkan bahwa pengurus menerapkan strategi komunikasi terpadu pada tiga tingkat, yaitu interpersonal, kelompok, dan organisasi (Tabel 1) (Gambar 2).

Tingkat	Bentuk Praktik	Saluran
Interpersonal	Sapaan dan tegur sapa, perbincangan setelah shalat berjamaah, menampung keluhan, kunjungan kepada jama'ah	Tatap muka, peran marbot sebagai penghubung harian
Kelompok	Pengajian dan kajian rutin dengan diskusi dan tanya jawab, musyawarah dengan jama'ah untuk keputusan penting	Forum pengajian, musyawarah
Organisasi	Rapat rutin bulanan, koordinasi antarbidang, laporan keuangan bulanan kepada jama'ah	Grup WhatsApp pengurus, papan pengumuman, buletin
Media	Informasi rutin, informasi cepat, dan informasi untuk jama'ah muda	Papan pengumuman dan buletin, grup WhatsApp, Instagram dan Facebook

Tabel 1. Strategi Komunikasi Pengurus Masjid Al-Hidayah

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2026



Gambar 2. Dokumentasi Wawancara dengan Pengurus Masjid Al-Hidayah

Komunikasi interpersonal. Komunikasi interpersonal menjadi fondasi hubungan pengurus dan jama'ah. Sekretaris BKM menjelaskan bahwa pengurus menyempatkan diri "berbincang dengan jama'ah, menanyakan kabar, dan mendengarkan keluhan atau masukan" setelah shalat berjamaah, sehingga jama'ah merasa diperhatikan (Usman Amin, wawancara, 2026). Penasehat BKM menekankan agar pengurus menggunakan bahasa yang santun, ramah, dan tidak membeda-bedakan karena latar belakang jama'ah beragam (Sapriadi, wawancara, 2026). Marbot berinteraksi setiap hari dan menyampaikan keluhan jama'ah tentang fasilitas kepada pengurus (Syahruddin, wawancara, 2026). Temuan ini sejalan dengan Wahyudi (2022) bahwa komunikasi tatap muka efektif membangun kepercayaan dan kedekatan emosional, serta dengan Rahmawati (2023) tentang pentingnya keterbukaan, empati, dan responsivitas pengurus.

Komunikasi kelompok. Forum pengajian dan kajian rutin dimanfaatkan untuk menyampaikan informasi, tetapi tidak satu arah. Bendahara BKM menyatakan bahwa pengurus juga membuka ruang diskusi dan tanya jawab agar jama'ah merasa dilibatkan (Muhammad Rifai, wawancara, 2026). Musyawarah dengan jama'ah diadakan rutin untuk program besar dan keputusan penting sehingga jama'ah "merasa memiliki masjid ini" (Usman Amin, wawancara, 2026). Pola ini menunjukkan model komunikasi dua arah simetris, yaitu pengurus dan jama'ah berada pada posisi setara dalam dialog (Grunig & Hunt, 1984).

Komunikasi organisasi. Pengurus menyelenggarakan rapat rutin bulanan, koordinasi antarbidang, dan koordinasi harian melalui grup WhatsApp. Transparansi keuangan dilakukan dengan menyampaikan laporan bulanan melalui papan pengumuman dan buletin. Bendahara menegaskan bahwa transparansi penting untuk membangun kepercayaan, dan jama'ah yang percaya akan lebih mudah diajak bekerja sama dan menjaga keharmonisan (Muhammad Rifai, wawancara, 2026). Praktik ini mencerminkan arus komunikasi vertikal dan horizontal dalam organisasi (Pace & Faules, 2018) serta faktor transparansi keuangan yang diidentifikasi Suprapto dan Yusuf (2022) sebagai penentu keharmonisan jama'ah.

Pemilihan saluran dan media. Papan pengumuman dan buletin digunakan untuk informasi rutin, grup WhatsApp untuk informasi cepat, dan Instagram serta Facebook mulai dipakai untuk menjangkau jama'ah muda (Usman Amin, wawancara, 2026). Penasehat mengingatkan bahwa media sosial ibarat pedang bermata dua sehingga pengurus perlu memastikan kebenaran informasi sebelum menyebarkannya (Sapriadi, wawancara, 2026). Pemilihan saluran yang beragam menunjukkan penerapan komponen media dalam strategi komunikasi (Cangara, 2017) dan upaya menjangkau segmen jama'ah yang berbeda.

Apabila dianalisis dengan komponen strategi komunikasi (Cangara, 2017), pengurus telah menjalankan keempat komponen secara praktis. Tujuan komunikasi tampak pada misi membangun keharmonisan jama'ah melalui komunikasi yang efektif. Sasaran komunikasi dipetakan menurut karakteristik jama'ah, misalnya anak-anak, remaja, ibu-ibu, dan lansia

melalui pengajian yang terpisah, serta jama'ah muda melalui media sosial. Pesan kunci yang diangkat adalah ukhuwah Islamiyah, kebersamaan dalam ibadah, dan transparansi pengelolaan. Media dipilih sesuai kebutuhan informasi rutin maupun mendesak. Unsur evaluasi komunikasi tampak pada evaluasi program secara berkala yang melibatkan masukan dan kritik jama'ah (Usman Amin, wawancara, 2026), sejalan dengan elemen analisis situasi, penetapan tujuan, segmentasi audiens, pesan kunci, dan pemilihan saluran yang dikemukakan Liliweri (2021).

Penting dicatat bahwa strategi ini tampak lebih bersifat informal-relasional daripada terdokumentasi sebagai rencana komunikasi tertulis. Penelitian ini tidak menemukan dokumen perencanaan komunikasi yang terpisah, sehingga strategi lebih terbaca dari praktik dan pengakuan pengurus. Hal ini menjadi catatan bagi pengembangan ke depan, yakni perlunya perumusan rencana komunikasi yang tertulis, terukur, dan dievaluasi secara berkala agar praktik yang baik dapat dipertahankan walaupun kepengurusan berganti.

Penerapan Prinsip Komunikasi Islami

Pengurus berupaya menerapkan prinsip komunikasi Islami dalam interaksi dengan jama'ah. Sekretaris BKM menyatakan pengurus berusaha berkata benar (*qaulan sadidan*), baik dan santun (*qaulan ma'rufan*), dan lemah lembut (*qaulan layyinan*) karena sesuai ajaran Islam dan efektif membangun hubungan harmonis (Usman Amin, wawancara, 2026). Tabel 2 merangkum perwujudan keenam prinsip tersebut berdasarkan temuan lapangan.

Prinsip	Landasan	Wujud pada Pengurus Masjid Al-Hidayah
Qaulan sadidan	QS. Al-Ahzab: 70	Laporan keuangan bulanan melalui papan pengumuman dan buletin; pengumuman yang akurat
Qaulan ma'rufan	QS. An-Nisa: 5	Bahasa santun dan ramah kepada seluruh jama'ah tanpa membeda-bedakan
Qaulan balighan	QS. An-Nisa: 63	Penyampaian pesan keagamaan yang mudah dipahami dan menyentuh hati
Qaulan layyinan	QS. Thaha: 44	Pendekatan lemah lembut dan musyawarah dalam menyelesaikan perbedaan pendapat
Qaulan maysura	QS. Al-Isra: 28	Penyampaian informasi dengan bahasa sederhana dan saluran yang mudah diakses
Qaulan kariman	QS. Al-Isra: 23	Sikap saling menghormati antara yang tua dan yang muda; tidak disebut eksplisit oleh informan

Tabel 2. Perwujudan Prinsip Komunikasi Islami

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2026

Sekretaris BKM menyatakan bahwa pesan keagamaan harus disampaikan dengan cara yang mudah dipahami dan menyentuh hati karena "kalau hanya sekadar disampaikan tanpa perasaan, pesan itu tidak akan membekas" (Usman Amin, wawancara, 2026). Prinsip *qaulan kariman* tidak disebut eksplisit oleh informan, tetapi tercermin dalam pengamatan marbot bahwa hubungan antarjama'ah harmonis, yang tua menghormati yang muda dan sebaliknya (Syahruddin, wawancara, 2026). Dengan demikian, komunikasi Islami tidak hanya berfungsi sebagai teknik penyampaian pesan, tetapi juga landasan etis yang memberi dimensi spiritual pada strategi komunikasi pengurus (Muis, 2021).

Faktor Pendukung dan Penghambat

Faktor pendukung dan penghambat implementasi strategi komunikasi diringkas pada Tabel 3.

Faktor Pendukung	Faktor Penghambat
Kesadaran dan dedikasi pengurus yang tinggi	Keterbatasan waktu pengurus karena kesibukan pribadi
Kebersamaan dan kekompakan pengurus	Pemahaman tugas dan fungsi sebagian pengurus belum merata
Dukungan jama'ah dan masyarakat sekitar	Komunikasi belum merata, terutama bagi jama'ah yang jarang hadir
Kesamaan paham keagamaan mayoritas jama'ah	Motivasi dan inovasi program masih perlu ditingkatkan
Sarana dan prasarana memadai (papan pengumuman, sound system)	Masuknya informasi tidak terverifikasi melalui media sosial
Komunikasi dua arah dan evaluasi program	Keterbatasan dana untuk program komunikasi yang terstruktur

Tabel 3. Faktor Pendukung dan Penghambat Strategi Komunikasi
Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2026

Dari sisi pendukung, penasehat menilai kekuatan utama pengurus adalah kesadaran dan dedikasi, karena tugas dijalankan dengan ikhlas tanpa imbalan materi (Sapriadi, wawancara, 2026). Marbot menilai pengurus kompak sehingga komunikasi antarpengurus lancar, dan bendahara menyebut setiap masalah dibicarakan bersama tanpa keputusan sepihak (Muhammad Rifai, wawancara, 2026). Penasehat juga menyebut kesamaan paham keagamaan, yaitu mayoritas jama'ah dan pengurus adalah warga Nahdliyin, sehingga memudahkan komunikasi dan pengambilan keputusan (Sapriadi, wawancara, 2026). Ketersediaan sarana seperti papan pengumuman yang representatif, sound system, dan fasilitas pengajian memudahkan penyampaian informasi (Syahruddin, wawancara, 2026).

Dari sisi hambatan, sekretaris mengakui sulitnya mengatur waktu rapat dan kunjungan ke rumah jama'ah karena kesibukan pekerjaan. Penasehat menyoroti pengurus yang belum sepenuhnya memahami tugasnya sehingga terjadi tumpang tindih pekerjaan. Marbot menyebut sebagian jama'ah yang jarang hadir tidak menerima informasi karena informasi banyak disampaikan lewat pengajian dan pengumuman di masjid, suatu kelemahan yang diakui sekretaris dan terus diperbaiki. Tantangan lain adalah berita di WhatsApp yang tidak jelas kebenarannya, yang oleh penasehat dinilai paling sulit dihadapi, serta dana yang lebih diprioritaskan untuk pemeliharaan fisik sehingga buletin yang lebih profesional dan pengembangan media sosial masih terkendala biaya (Muhammad Rifai, wawancara, 2026).

Jika dibaca dengan fungsi manajemen masjid (Ayub et al., 2020), faktor pendukung mencerminkan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan evaluasi yang berjalan, yaitu program rutin yang terjadwal, struktur bidang yang jelas, konsistensi kegiatan, dan evaluasi berkala. Adapun hambatan menunjukkan kelemahan pada sumber daya manusia, kejelasan peran, dan sumber daya finansial. Standar pengelolaan masjid juga menempatkan sistem informasi jama'ah dan manajemen media sebagai bagian penting dari fungsi komunikasi (DMI, 2022).

Dampak terhadap Keharmonisan Jama'ah

Menurut para informan, strategi komunikasi memberi lima dampak. Pertama, partisipasi jama'ah tinggi: shalat Jumat ramai, pengajian banyak dihadiri, dan kegiatan sosial mendapat sambutan baik (Usman Amin, wawancara, 2026), serta jama'ah yang dahulu jarang datang kini mulai aktif (Syahruddin, wawancara, 2026). Kedua, konflik internal minim dan perbedaan pendapat biasanya diselesaikan melalui musyawarah dengan pengurus sebagai penengah (Sapriadi, wawancara, 2026). Ketiga, hubungan sosial harmonis, ditandai sikap saling menyapa

dan membantu. Keempat, jama'ah merasa puas terhadap pengelolaan masjid. Kelima, tumbuh rasa memiliki (*sense of belonging*) yang tampak dari kepedulian pada kebersihan dan keamanan serta sumbangan sukarela, bahkan secara rutin setiap bulan (Muhammad Rifai, wawancara, 2026).

Dengan kerangka modal sosial Putnam (2000), kelima dampak tersebut menunjukkan terbentuknya *bonding social capital* melalui ikatan internal antarjama'ah yang kuat, serta *bridging social capital* karena jama'ah yang beragam suku dan status sosial dapat berinteraksi tanpa sekat berarti. Temuan ini juga sejalan dengan faktor-faktor keharmonisan jama'ah yang diidentifikasi Suprapto dan Yusuf (2022), yaitu kepemimpinan pengurus, efektivitas komunikasi, relevansi program, manajemen konflik, keterlibatan jama'ah dalam keputusan, dan transparansi keuangan. Perlu dicatat bahwa penilaian efektivitas dalam penelitian ini bersumber dari persepsi empat informan dari pihak pengurus dan lingkungan masjid, bukan dari pengukuran kuantitatif partisipasi maupun survei kepuasan jama'ah.

Secara teoretis, penelitian ini menegaskan bahwa strategi komunikasi pengurus masjid tidak cukup dipahami pada satu tingkat saja. Integrasi komunikasi interpersonal, kelompok, dan organisasi yang dilandasi etika komunikasi Islami membentuk model komunikasi terpadu yang saling memperkuat. Secara praktis, temuan ini dapat menjadi rujukan bagi pengurus masjid lain, dengan tetap memperhatikan konteks masing-masing.

SIMPULAN DAN SARAN

Strategi komunikasi pengurus Masjid Al-Hidayah bersifat terpadu dan mencakup komunikasi interpersonal melalui sapaan, perbincangan setelah shalat, dan kunjungan; komunikasi kelompok melalui pengajian, kajian, dan musyawarah; serta komunikasi organisasi melalui rapat rutin, koordinasi antarbidang, dan transparansi keuangan. Pengurus memanfaatkan papan pengumuman, buletin, grup WhatsApp, dan media sosial, serta menerapkan prinsip komunikasi Islami. Faktor pendukungnya adalah dedikasi dan kekompakan pengurus, dukungan jama'ah, kesamaan paham keagamaan, sarana yang memadai, dan komunikasi dua arah, sedangkan hambatannya adalah keterbatasan waktu dan dana, pemahaman tugas yang belum merata, jangkauan informasi yang belum menyeluruh, rendahnya inovasi, dan informasi tidak terverifikasi di media sosial. Strategi ini, menurut informan, berdampak pada tingginya partisipasi, minimnya konflik, hubungan sosial yang harmonis, kepuasan jama'ah, dan rasa memiliki terhadap masjid.

Pengurus disarankan meningkatkan kapasitas melalui pelatihan manajemen komunikasi dan pembagian tugas yang lebih jelas, mengembangkan saluran digital seperti situs resmi dan media sosial yang lebih aktif, memperluas jangkauan informasi melalui sistem yang lebih terstruktur dan kunjungan kepada jama'ah yang jarang hadir, serta membentuk tim mediasi untuk menangani potensi konflik. Pengurus masjid lain dapat mengadopsi pendekatan komunikasi terpadu dengan landasan etika Islami, sedangkan pemerintah daerah disarankan memfasilitasi pelatihan manajemen dan komunikasi bagi pengurus masjid. Peneliti selanjutnya disarankan melibatkan lebih banyak jama'ah sebagai informan dan menambahkan pengukuran kuantitatif partisipasi serta kepuasan jama'ah.

REFERENSI

Ayub, M. E., Muhsin, M. K., & Ramlan, R. (2020). *Manajemen masjid: Petunjuk praktis bagi para pengurus masjid*. Gema Insani Press.

Cangara, H. (2017). *Perencanaan dan strategi komunikasi* (Edisi revisi). RajaGrafindo Persada.

Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). SAGE Publications.

Dewan Masjid Indonesia. (2022). *Panduan manajemen dan pengelolaan masjid berbasis idarah, imarah, dan ri'ayah*. DMI Press.

Effendy, O. U. (2017). *Ilmu komunikasi: Teori dan praktek*. Remaja Rosdakarya.

Ghazali, M. B., & Maarif, S. (2022). Pengaruh komunikasi digital pengurus masjid terhadap partisipasi dan keharmonisan jama'ah di era post-pandemi. *Jurnal Komunikasi dan Masyarakat, 10*(2), 115–134.

Grunig, J. E., & Hunt, T. (1984). *Managing public relations*. Holt, Rinehart and Winston.

Kementerian Agama Republik Indonesia. (2022). *Data statistik masjid dan mushala seluruh Indonesia*. Kemenag RI.

Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. SAGE Publications.

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

Moleong, L. J. (2021). *Metodologi penelitian kualitatif* (Edisi revisi). Remaja Rosdakarya.

Muis, A. (2021). *Komunikasi Islami*. Remaja Rosdakarya.

Nashiruddin, M., & Fatimah, S. (2021). Manajemen komunikasi pengurus masjid dalam membangun ukhuwah Islamiyah jama'ah. *Jurnal Komunikasi Islam, 11*(1), 78–102.

Pace, R. W., & Faules, D. F. (2018). *Komunikasi organisasi: Strategi meningkatkan kinerja perusahaan* (Terjemahan). Remaja Rosdakarya.

Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. Simon & Schuster.

Rahmawati, D. (2023). Peran komunikasi interpersonal pengurus dalam membangun keharmonisan komunitas masjid. *Jurnal Ilmu Komunikasi, 21*(1), 45–67.

Rohim, S. (2021). *Teori komunikasi: Perspektif, ragam, dan aplikasi* (Edisi revisi). Rineka Cipta.

Shihab, M. Q. (2020). *Islam yang saya pahami: Keragaman itu rahmat* (Edisi revisi). Lentera Hati.

Suprapto, T., & Yusuf, A. (2022). Faktor-faktor yang mempengaruhi keharmonisan jama'ah masjid di perkotaan: Sebuah analisis multidimensi. *Jurnal Sosiologi Islam, 12*(2), 156–183.

Wahyudi, A. (2022). Strategi komunikasi takmir masjid agung dalam pemberdayaan jama'ah. *Jurnal Manajemen Dakwah, 8*(1), 23–48.

Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications: Design and methods* (6th ed.). SAGE Publications.