

BAB II

KERANGKA TEORI

A. Komunikasi

1. Pengertian Komunikasi

Kita ketahui bahwasannya, komunikasi suatu hal yang sangat erat berkaitan dengan kehidupan yang tidak dapat dipisahkan. Dengan berkomunikasi, manusia dapat saling memberikan informasi, serta mengembangkan diri. Komunikasi merupakan suatu proses penyampaian informasi, baik itu pesan, ide ataupun gagasan dari satu pihak ke pihak lainnya. Pada dasarnya komunikasi dilakukan secara lisan atau verbal yang mampu dimengerti oleh kedua belah pihak. Komunikasi yang baik dan benar akan menimbulkan hasil yang sesuai dengan yang kita harapkan. Begitu juga sebaliknya, komunikasi yang kurang tepat, bisa membawa efek yang negatif¹.

Istilah komunikasi berasal dari bahasa Inggris yakni “communication”, secara etimologis atau menurut asal katanya ialah dari bahasa Latin yakni “communicatus”, dan perkataan ini bersumber pada kata communis. Pada kata communis ini memiliki makna, yaitu berbagi atau menjadi milik bersama. Atau dapat disimpulkan bahwa suatu usaha yang memiliki tujuan untuk kebersamaan atau kesamaan makna.

¹ Ngilimun, S.Pd., M.I.Kom, *Ilmu Komunikasi*, (Yogyakarta: PT Pustaka Baru Press, 2020), hlm 7.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), komunikasi yaitu suatu proses penyampain informasi (pesan, ide, gagasan) dari satu pihak ke pihak yang lain. Menurut Handoko mengatakan bahwa komunikasi adalah proses pemindahan pengertian dalam bentuk gagasan atau informasi dari seseorang ke orang lain, yang melibatkan lebih dari sekedar kata-kata yang digunakan dalam percakapan, tapi juga ekspresi jawaah, intonasi, titik putuslokal dan sebagainya².

komunikasi menurut Harold D. Laswell, komunikasi pada dasarnya merupakan suatu proses yang menjelaskan, siapa, mengatakan apa, dengan saluran apa, kepada siapa, efeknya apa, (*who, says what, in which cannel, to whom, with what effect*).

Carl I. Hovland, komunikasi adalah proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan untuk mengubah prilaku orang lain³. Sedangkan untuk fungsi komunikasi itu yakni penyampaian informasi, pengumpulan, penyimpanan, penyebaran berita, data, gambar, fakta, pesan, opini dan komentar yang dibutuhkan agar dapat dimengerti dan beraksi secara jelas terhadap kondisi lingkungan dan orang lain sehingga mengambil keputusan yang tepat.⁴

2. Tujuan Komunikasi

Suatu kegiatan yang dilakukan secara sadar, disengaja serta sesuai dengan tujuan atau keinginan dari pelakunya. Kata

² Ngalimun,S.Pd., M.I.Kom , *Ilmu Komunikasi*, , (Yogyakarta: PT Pustaka Baru Press, 2020), hlm 19-20 .

³ Nurudin, *Ilmu Komunikasi: Ilmiah dan Populer*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2016), hlm 37.

⁴ Suryanto, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Bandung : CV PUSTAKA SETIA 2017), hlm 28

“sadar” menunjukkan bahwa kegiatan yang dilakukan seseorang sepenuhnya berada dalam kondisi mental psikolog, selain itu tujuan komunikasi mencakup banyak hal tergantung dari keinginan atau harapan masing-masing pelakunya.

Disampaikan bahwa dalam berkomunikasi adalah suatu kegiatan seseorang yang dilakukan untuk menyampaikan pesan dan mengeluarkan ide gagasan tertentu kepada orang lain dengan menggunakan bahasa, symbol dan yang dapat mengakibatkan terjadinya sebuah komunikasi. Secara keseluruhan, tujuan komunikasi adalah tercapainya saling pengertian (*mutual understanding*) pemahaman bersama atau kesepakatan timbal balik. Dengan demikian tingkat keberhasilan (pencapaian tujuan) komunikasi dapat dilihat sampai dimana saling pengertian terjadi.⁵

3. Bentuk-bentuk Komunikasi

Ada empat bentuk komunikasi, yaitu:

- a. Komunikasi Dengan Diri Sendiri (*intrapersonal communication*)

Komunikasi dengan diri sendiri¹ adalah proses komunikasi yang terjadi di dalam diri individu, atau dengan kata lain proses berkomunikasi dengan diri sendiri. Terjadinya proses komunikasi disini karena adanya seseorang yang memebwri arti pada suatu objek yang diamatiny atau terbesit dalam pikirannya. Objek dalam hal ini bisa saja dalam bentuk benda, kejadian alam, peristiwa pengalaman, fakta yang mengandung

⁵ M Sattu Alannng, Muh. Anwar, Hakkar Jaya, *PengantarI Ilmu Komunikasi* (Makasar.Berkah Utami, 2007), hal 12-13

arti bagi manusia, baik yang terjadi diluar maupun didalam diri seseorang. Bagi seseorang komunikator melaukukan komunikasi intrapibadi amat penting sebelum ia berkomunikasi dengan orang lain. jika seseorang hendak megubah prilaku orang lain atau bahkan orang

Statusnya lebih tinggi, terlebih dahulu ia harus memformulasikan pesan yang akan disampaikan kepada komunikannya dalam diri pribadinya, maka dengan demikian komunikasi akan efektif sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai.

b. Komunikasi Antarpribadi (*interpersonal communication*)

Komunikasi antarpribadi yang dimaksud disini adalah proses komunikasi yang berlangsung antara dua orang atau lebih secara tatap muka. Dibandingkan bentuk komunikasi lainnya, komunikasi antarpribadi dinilai paling efektif dalam menggubah sikap, kepercayaan, opini, dan perilaku komunikan karena efek atau timbal balik yang ditimbulkan dari proses komunikasi tersebut dapat langsung dirasakan.

c. Komunikasi public (*public communicatin*)

Komunikasi public bisa disebut komunikator pidato, komunikasi kolektif, komunikasi retorika, *public spiking*, dan komunikasi khalayak. Komunikasi public menunjukkan suatu proses komunikasi dimana pesan pesan disampaikan oleh pembaca dalam situasi tatap muka di depan khalayak yang lebih besar.

Dalam komunikasi publik, penyampaian pesan berlangsung secara kontinu. Dapat disentifikasikan siapa yang berbicara (sumber) dan siapa pendengarnya. Interaksi antara

sumber dan penerima terbatas, sehingga tanggapan balik juga terbatas. Selain itu, pesan yang disampaikan dalam komunikasi public tidak berlangsung secara spontanitas, tetapi terencana dan dipersiapkan lebih awal. Tipe komunikasi public biasanya ditemui dalam berbagai aktivitas seperti kuliah umum, khtbah, rapat akbar, pengarahan, ceramah, seminar dan diskusi panel.

d. Komunikasi Massa (*mass communication*)

Komunikasi massa dapat didefinisikan sebagai proses komunikasi yang pesannya dikirim dari sumber yang melembaga kepada khalayak yang sifatnya massal melalui alat-alat yang bersifat mekanis seperti radio, televisi, surat kabar dan file. Dalam komunikasi massa, sumber dan penerima dihubungkan oleh saluran yang telah diproses secara mekanik. Pesan komunikasinya berlangsung satu arah dan tanggapan baliknya lambat. Selain itu, sifat penyebaran pesannya berlangsung begitu cepat, serempak dan luas.⁶

4. Proses Komunikasi

Menurut De Vito dalam buku Komunikasi serba ada serba makna yang ditulis oleh Alo Liliweri, komunikasi disebut sebagai suatu proses untuk menekankan “sesuatu” yang selalu mengalami perubahan atau yang selalu bergerak . kalau kita menyebutkan “proses”, maka dia selalu dikonotasikan dengan “kegiatan”, atau suatu aktivitas yang bersifat non-statik. Sebuah proses adalah serangkaian tindakan yang bertujuan

⁶ Aprilia Kartini, *Strategi Komunikasi Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Bengkulu Dalam Mensosialisasikan Program Zakat*, (skripsi mahasiswa IAIN Bengkulu 2020) hlm 17-19.

tertentu (*purposive*), suatu aktivitas yang dapat dianggap lebih baik dari sekedar sebuah kontinuu. Anderson, mengakui bahwa konsep proses masih sering didefinisikan sebagai suatu yang buruk. Gagasan tentang proses melibatkan, paling tidak, beberapa dimensi waktu yang berkaitan dengan karakteristik, penyebab, dan konsekuensi dari beberapa tindakan komunikasi.⁷

Proses komunikasi manusia baik komunikasi antarpersonal maupun komunikasi dalam kelompok atau komunikasi melalui media telah menjadi bagian utama dari kehidupan manusia. Manusia mulai berkomunikasi sejak dia terlahir dari rahim sang ibu dan tidak akan berhenti sampai mati.

Proses komunikasi ditunjukkan oleh serangkaian tahapan atau langkah langkah dimana ada susatu yang berubah, orang orang yang terlibat dalam komunikasi ikut berubah pikiran dan pendapat serta tindakan. Proses komunikasi merupakan panduan bagi kita untuk mewujudkan komunikasi yang efektif. Hal ini melalui proses komunikasi yang berbagai makna umum antara umum antara pengirim dan penerima.

Setiap orang yang mengikuti proses komunikasi akan memiliki akan memiliki kesempatan untuk menjadi lebih produktif dalam setiap aspek profesi mereka. Komunikasi yang efektif mengarah kepemahaman. Oleh karena itu, proses komunikasi meliputi didalamnya peranan dan partisipasi aktif pengirim dan penerima pesan , melibatkan peranan kognitif

⁷ Alo Liliweri, *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*, (Jakarta:Kencana Prenada Media Group,2011), Hlm 63

mereka untuk menterjemahkan maksud pesan yang dikirim dan yang diterima, memilih media transmisi dan bagaimana melakukan umpan balik.⁸

5. Unsur unsur Komunikasi

a. Sumber (*source*)

Adalah pihak yang berinisiatif atau berkebutuhan untuk berkomunikasi, individu, kelompok, organisasi, perusahaan dan lain lain sebagainya. pihak sumber memiliki gagasan yang akan disampaikan kepada penerima. Gagasan diubah menjadi pesan melalui proses *encoding*, yaitu proses mengubah gagasan menjadi symbol symbol yang umum (kata, bahasa, tanda, gambar dan seterusnya) sehingga dapat dipahami oleh penerima.

b. Pesan (*message*)

Merupakan hal hal yang bersifat verbal dan nonverbal yang mewakili perasaan, keinginan atau maksud sumber tadi.

c. Saluran atau media (*channel*)

Adalah alat atau wahana yang digunakan sumber untuk menyampaikan pesan atau penerima.

d. Penerima (*receiver*)

Adalah orang yang menerima pesan dari sumber. Penerima ini menterjemahkan atau menafsirkan seperangkat symbol verbal atau nonverbal yang ia terima menjadi gagasan yang ia dapat ia pahami, proses yang demikian disebut *decoding*.

e. Efek (*effect*)

⁸ Alo Liliweri, *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*, (Jakarta:Kencana Prenada Media Group,2011), Hlm 64

Adalah apa yang terjadi pada penerima setelah ia menerima pesan tersebut.²

B. Strategi Komunikasi

I. Pengertian Strategi Komunikasi

Strategi secara etimologi berasal dari bahasa Yunani yakni “*stratego*” yang artinya merencanakan pemusnahan musuh lewat penggunaan sumber-sumber yang efektif. Istilah strategi sering diidentikkan dengan taktik yang secara bahasa dapat diartikan sebagai “*concerning the movement of organisms in response to external stimulus*”. Suatu strategi mempunyai dasar-dasar atau skema untuk mencapai sasaran yang dituju, jadi pada dasarnya strategi merupakan alat untuk mencapai suatu tujuan.¹⁰

Pentingnya sebuah strategi supaya agar bisa memenangkan sebuah perang, sedangkan pentingnya sebuah taktik untuk memenangkan pertempuran. Begitu juga dalam komunikasi, apalagi dalam komunikasi yang dipakai di sebuah organisasi, apakah menggunakan komunikasi politik atau komunikasi bisnis.

Komunikasi merupakan hubungan kontak antara manusia, baik individu maupun kelompok. Komunikasi telah menjadi bagian dari manusia, dan untuk membangkitkan rasa kemanusiaan yang harmonis juga diperlukan rasa saling memahami satu sama lain. Maka dari itu, dalam melakukan proses komunikasi juga diperlukan sumber (pembicara), pesan

² Edi Harapan & Ahmad Syarwani, *Komunikasi Antarpribadi: perilaku insani dalam organisasi pendidikan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2014) hlm 16

¹⁰ Dedy Susanto, Psikoterapi Religius Sebagai Strategi Dakwah dalam Menangulangi Tindak Sosiopatic, *Jurnal Konseling Religi*, Vol. 4, No. 1, Juni 2013, hlm 18

(*message*), saluran (*channel*), media dan penerima (*receiver, audience*).¹¹

Keberhasilan kegiatan komunikasi secara efektif banyak ditentukan oleh penentuan strategi komunikasi. Di pihak lain, jika tidak ada strategi komunikasi yang baik dari proses komunikasi (terutama pada komunikasi media massa) bukan tidak mungkin akan menimbulkan pengaruh negatif.

Dalam buku yang berjudul “Dimensi-Dimensi Komunikasi” dinyatakan bahwa strategi komunikasi merupakan panduan dari perencanaan komunikasi (*communication planning*) dan *management* untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai suatu tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan.

Strategi komunikasi itu terdiri dari dua aspek penting yang harus dipelajari dan dipahami dengan baik, yakni strategi yang dimaknai secara makro (*planned multimedia strategy*) kemudian secara mikro (*single communication medium strategy*). Onong menyebutkan telaah ini sangat penting untuk memberikan makna yang lengkap dalam sebuah strategi secara praktis nantinya.

Setelah itu, kedua aspek tadi memiliki fungsi ganda, yakni yang pertama menyebarluaskan pesan komunikasi yang bersifat informatif, persuasif, instruktif secara sistematis pada sasaran untuk memperoleh hasil yang maksimal. Kemudian

¹¹ H. A. W. Widjaja. *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. (Jakarta:PT. Bumi Aksara,2010). Hlm 1.

fungsi yang kedua yakni, menjembatani *cultural gap*, misalnya suatu program yang berasal dari suatu produk kebudayaan lain dianggap baik untuk diterapkan dan dijadikan milik kebudayaan sendiri sangat tergantung dari bagaimana strategi mengemas informasi tersebut dalam komunikasinya.¹²

sistem komunikasi makro terkait hubungannya dengan sistem komunikasi, bila dilihat secara makro vertikal, tentu jelas jika disatu pihak sistem komunikasi itu dipengaruhi oleh sistem pemerintah, sedangkan di pihak lain juga dapat dipengaruhi dengan penemuan-penemuan baru pada bidang teknologi komunikasi, terutama media elektronik mutakhir, antara lain televisi, video dan satelit komunikasi.

Sedangkan sistem komunikasi mikro horizontal yang dimaksud ialah komunikasi antar insan dalam tingkat status sosial yang hampir sama dan terjadi dalam unit-unit yang relatif kecil.¹³

2. Komponen dan Indikator Strategi Komunikasi

Keberhasilan strategi komunikasi tentu saja tidak bisa diperoleh tanpa melalui analisis keunggulan-keunggulan dan kesiapan semua komponen yang terlibat didalamnya. Agar dalam menerapkan suatu strategi komunikasi ini berhasil maka segala sesuatunya harus dipertautkan dengan komponen-komponen yang merupakan jawaban pertanyaan dalam rumus Lasswell tersebut. antarlain :

1. *Who* (siapa komunikatornya)

¹² Edi Suryadi, *Strategi Komunikasi Sebuah Analisis Teori Dan Praktis Di Era Globalisasi*, (Bandung : PT REMAJA ROSDAKARYA, 2018), hlm 6.

¹³ Onong Uchjana Efeendy. *Ilmu Komunikasi Teory dan Praktek*. (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2017) hlm 32-39.

2. *Says what?* (pesan apa yang disampaikan)
3. *In which channel ?* (media apa yang digunakan)
4. *To whom ?* (siapa komunikannya)
5. *With what effect ?* (efek apa yang diharapkan)

Dari penjabaran komponen strategi komunikasi di atas, maka dalam prakteknya akan berhubungan dengan etos dari seorang komunikan.¹⁴

3. Tujuan Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi itu sangat penting dalam upaya menggapai tujuan komunikasi. Maka dari itu, Melalui strategi diharapkan lebih efektif dan efisien serta menemukan jalan tercepat dan paling tepat dalam mencapai tujuan pesan.

Berikut ini beberapa dari tujuan strategi komunikasi, antarlain :

1. Meningkatkan efektifitas komunikasi
2. Meningkatkan efektifitas pesan komunikasi
3. Membantu tercapainya tujuan komunikasi, dengan ketepatan target sasaran komunikasi, efek dan juga *feedback* atau umpan balik yang diharapkan.
4. Mengurangi hambatan-hambatan dalam komunikasi dan memperkecil kegagalan dalam tujuan komunikasi yang diharapkan.¹⁵

4. Fungsi Strategi Komunikasi

a. Tujuan sentral dalam strategi komunikasi

¹⁴ Edi Suryadi, *Strategi Komunikasi Sebuah Analisis Teori Dan Praktis Di Era Globalisasi*, (Bandung : PT REMAJA ROSDAKARYA, 2018), hlm 32.

¹⁵ Diakses melalui alamat <https://kelaskomunikasi.com/memahami-strategi-komunikasi/>, pada tanggal 05 januari 2022 pada jam 13.35 WIB.

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya.

Demikian pula dengan strategi komunikasi yang merupakan paduan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan manajemen komunikasi (*communication management*) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Strategi komunikasi harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu waktu bergantung pada situasi dan kondisi.

Tujuan sentral kegiatan komunikasi terdiri atas tiga tujuan utama, yaitu:

- a. *to secure understanding*
- b. *to establish acceptance*
- c. *to motivate action*

Pertama yaitu *to secure understanding*, memastikan bahwa komunikan mengerti pesan yang diterimanya. Ketika komunikan sudah dapat mengerti dan menerima, maka penerimanya itu harus dibina (*to establish acceptance*). pada akhirnya kegiatan dimotivasi (*to motivate action*).

b. Korelasi Antarkomponen Dalam Strategi Komunikasi

Komunikasi merupakan salah satu proses yang rumit. Dalam rangka menyusun strategi komunikasi diperlukan suatu pemikiran dengan memperhitungkan faktor-faktor

pendukung dan faktor-faktor penghambat. Akan lebih baik lagi apabila dalam strategi itu diperhatikan komponen-komponen komunikasi dan faktor-faktor pendukung dan penghambat pada setiap komponen tersebut.

a. Mengenal sasaran komunikasi

Sebelum kita melakukan komunikasi, kita perlu mempelajari siapa yang akan menjadi sasaran komunikasi kita. Hal ini bergantung pada tujuan komunikasi, apakah agar komunikasi agar hanya sekedar mengetahui (dengan metode informatif) atau agar komunikasikan melakukan tindakan tertentu. Apapun tujuannya, metodenya, dan banyaknya sasaran, pada diri komunikasikan perlu diperhatikan faktor-faktor. pertama faktor kerangka referensi, yaitu pesan komunikasi akan disampaikan kepada komunikasikan harus disesuaikan dengan kerangka referensi (*frame of reference*). Kerangka referensi seseorang terbentuk dalam dirinya sebagai hasil dari paduan pengalaman, pendidikan, gaya hidup, norma hidup, status sosial, ideologi, cita cita dan sebagainya. Kedua, Faktor situasi dan kondisi. Faktor situasi dan kondisi yang dimaksud yaitu komunikasi pada saat komunikasikan akan menerima pesan yang kita sampaikan. Situasi yang bisa menghambat jalannya komunikasi dapat diduga sebelumnya, dapat juga datang tiba-tiba pada saat komunikasi dilancarkan. Yang dimaksud dengan kondisi disini ialah *state of personality* komunikasikan, yaitu keadaan fisik dan psikis komunikasikan pada saat ia menerima pesan komunikasi. Komunikasi kita tidak akan efektif apabila komunikasikan sedang marah, sedih, bingung, sakit, ataupun lapar. Dalam menghadapi komunikasikan dengan kondisi seperti

itu, kadang-kadang kita bisa menagguhkan komunikasi kita sampai datangnya suasana yang menyenangkan. Akan tetapi, tidak jarang pula kita harus melakukannya pada saat itu juga.

b. Pemilihan media komunikasi

Media komunikasi banyak jumlahnya, mulai dari yang tradisional sampai yang modern yang dewasa ini banyak dipergunakan. Untuk mencapai sasaran komunikasi kita dapat memilih salah satu atau gabungan dari beberapa media, bergantung pada tujuan yang akan dicapai, pesan yang akan disampaikan, dan teknik yang akan dipergunakan. Mana terbaik dari sekian banyak media komunikasi itu tidak dapat disebabkan dengan pasti sebab masing-masing mempunyai kelebihan dan kekurangan.

c. Pengkajian Tujuan Pesan Komunikasi

Pesan komunikasi mempunyai tujuan tertentu. Ini menentukan teknik yang harus diambil, apakah itu teknik informasi, teknik persuasi, atau teknik instruksi. Apaun tekniknya, pertama-tama komunikasi harus mengerti pesan komunikasi itu.

Pesan komunikasi terdiri atas isi pesan (*the of the message*) dan lambang (*symbol*). Isi pesan komunikasi bisa satu tapi lambang yang dipergunakan bisa macam-macam. Lambang yang dipergunakan untuk menyampaikan isi komunikasi iberupa bahasa, gambar, warna, kial (*gesture*), dan sebagainya. Dalam kehidupan sehari-hari banyak isi pesan komunikasi yang disampaikan kepada komunikan dengan menggunakan gabungan lambang, seperti pesan komunikasi melalui surat kabar, film atau televisi.

d. Peranan Komunikator dalam Komunikasi

1. Daya tarik sumber

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

2. Kredibilitas sumber

Faktor selanjutnya yang bisa menyebabkan komunikasi berhasil yaitu kepercayaan komunikan pada komunikator. Kepercayaan banyak sangkutannya dengan profesi atau keahlian yang dimiliki komunikator.

Berdasarkan kedua faktor di atas, seorang komunikator dalam menghadapi komunikan harus bersikap empatik, yaitu kemampuan seseorang untuk memproyeksikan dirinya kepada peranan orang lain. Dengan kata lain dapat merasakan apa yang orang lain rasakan.¹⁶

C. Masjid dan Takmir Masjid

1. Pengertian Masjid

. Menurut bahasa masjid adalah tempat bersujud yang berasal dari bahasa arab yaitu *sajadah* yang berarti tempat sujud atau tempat menyembah Allah SWT. Bumi yang kita tempati ini adalah masjid bagi kaum muslimin. Setiap muslim

¹⁶ Onong Uchjana Effendy, *ilmu komunikasi teori dan praktek*, (Bandung, PT Remaja Rosdakarya 1984) hlm 32-39.

boleh melakukan shalat di wilayah mana pun di bumi ini terkucuali di atas kuburan, di tempat yang bernajis, dan di tempat-tempat yang menurut ukuran syariat Islam tidak sesuai untuk dijadikan tempat shalat. Masjid merupakan tempat umat islam melakukan kegiatan beribadah, bukan berarti masjid hanya digunakan untuk menunaikan sholat saja, namun masjid juga digunakan juga untuk tempat kegiatan kemaslahatan dunia dan akhirat.

Kemudian Masjid juga berperan sebagai wadah yang paling strategis dalam pembinaan dan menggerakkan potensi umat Islam untuk upaya mewujudkan sumber daya manusia yang tangguh dan berkualitas. Masjid juga merupakan simbol eksistensi sebuah masyarakat muslim.

Tak hanya itu, Masjid adalah rumah Allah SWT yang dibangun sebagai tempat atau sarana bagi umat islam untuk mengingat, mensyukuri dan menyembah Allah SWT dengan lebih baik, kemudian masjid merupakan tempat melaksanakan berbagai aktivitas amal shaleh seperti tempat berkumpulnya umat islam¹⁷.

2. Pengertian Pengurus Masjid (Takmir)

Pengurus masjid atau takmir adalah sekelompok orang yang terpilih untuk menerima amanah sebagai orang-orang yang memimpin dan mengelola masjid dengan baik, memakmurkan masjid. Pengurus masjid ialah orang-orang yang ditunjuk karena ia memiliki kemampuan lebih luas mengenai agama dan berakhlakul karimah, sehingga jama'ah dapat menghormati dengan batas wajar dan bersedia untuk

¹⁷ Moh.E. Ayub, Manajemen Masjid, (Jakarta, Gema Insani Press, 1996) hlm 1.

membantu serta berkerja sama dalam memajukan dan memakmurkan masjid. Jika mereka tidak berakhlak dan tidak memahami ajaran agama Islam, dikhawatirkan keberadaan mereka akan menjatuhkan nama baik masjid sebagai tempat ibadah. Adapun sikap-sikap yang dimiliki oleh pengurus masjid antarlain sebagai berikut :

- a). Keterbukaan, yang artinya pengurus masjid itu harus bersikap terbuka, jama'ahnya harus dilibatkan penyusunan rencana kerja pengurus, dengan demikian jama'ahnya dapat memberikan andilnya dalam memakmurkan masjid.
- b). Keakraban, yang artinya keakraban pengurus masjid terhadap jama'ah agar memperlancar tugas-tugas dan kegiatannya, segala permasalahan yang dihadapi pengurus dapat diselesaikan bersama-sama, begitu juga sebaliknya, masalah yang dihadapi jama'ah pun mungkin saja dapat dicari jalan keluarnya dengan melalui musyawarah bersama pengurus masjid, antara pengurus masjid dengan jamaah harus saling mengisi, saling bertukar fikiran dan pengalaman, sehingga potensi kedua belah pihak akan timbul secara alami.
- c). Kesetiakawanan, yang berarti Apabila diantara jama'ah ada yang tertimpah musibah atau sejenisnya, maka pengurus masjid mampu menunjukkan rasa simpati dan keperihatinanya. Pengurus masjid jika memiliki sikap seperti sikap yang ada di atas, wajar jika berhasil memimpin dan mengelola dan melaksanakan kegiatan-kegiatan masjid berkat dari kerja sama dengan jama'ahnya. Sikap seperti yang diatas dapat dijadikan suritauladan bagi jama'ahnya yang senantiasa

akan membawa kemudahan, memberikan manfaat yang besar, hasil dan berkah bagi berbagai pihak.

Kemudian pengurus masjid juga memiliki tugas dan tanggung jawab. Adapun tugas dan tanggung jawab pengurus masjid sebagai berikut :

a). Pengurus Masjid bertugas memelihara masjid, karena masjid merupakan tempat ibadah umat Islam menghadap Allah. Maka masjid perlu dipelihara dengan baik. Bangunan dan ruangnya dirawat agar tidak kotor dan rusak. Pengurus masjid membersihkan bagian yang mana pun yang kotor dan memperbaiki setiap kerusakan.

b). Mengatur kegiatan, yang artinya pengurus masjid berperan penting dalam segala kegiatan yang dilaksanakan di masjid menjadi. Baik kegiatan ibadah rutin maupun kegiatan lainnya. Pada hal ini pengurus masjid bertanggung jawab atas menyusun program atau rencana kegiatan, sebelum sampai pada tahap pelaksanaan. Program yang disusun mungkin saja hanya untuk memenuhi kepentingan jangka pendek, jangka menengah, bahkan sampai ke jangka panjang. Dengan adanya tugas dan tanggung jawab pengurus masjid seperti ini, kegiatan masjid lebih dapat berjalan dengan teratur dan terarah. Dalam mengatur dan melaksanakan kegiatan masjid, kejelian pengurus membaca kondisi dan kebutuhan jamaah akan sangat membantu. Tanggung jawab utama pengurus masjid yaitu menjalankan mekanisme yang baik dalam upaya memakmurkan masjid. Tanggung jawab pengurus masjid sangat berpengaruh terhadap kemakmuran masjid tersebut karena dalam proses memakmurkan masjid tidak lepas dari

usaha dan tanggung jawab para pengurus masjid yang nantinya masjid akan selalu ramai dan program kegiatannya yang dibuat berjalan dengan baik sesuai yang diinginkan bagi pengurus dan jamaahnya¹⁸.

3. Upaya Memakmurkan Masjid.

Dalam Bahasa Arab memakmurkan masjid berasal dari kata *المساجد عمارة* (*'imaratul masjid*). Arti kata *العمارة* (al 'imarah) secara Bahasa adalah sesuatu yang dipakai sebagai sarana untuk memperbaiki, membangun dan memelihara suatu tempat. Sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia memakmurkan artinya membuat (menyebabkan, menjadikan) makmur.¹⁹

Dalam penelitian ini, bahwa memakmurkan masjid adalah membangun, memperbaiki, mendiami, menetapi, mengisi, menghidupkan, mengabdikan, menghormati, memelihara dan lain-lain yang bermanfaat untuk umat Islam khususnya jamaah Masjid Agung At-Taqwa Kota Bengkulu.

Memakmurkan masjid juga tidak hanya sebatas membangunnya menjadi tempat yang mewah tetapi dapat menjadikan masjid sebagai sentral ibadah seperti shalat, dzikir, kegiatan-kegiatan keagamaan dan lainnya.

Membangun dan mendirikan masjid tampaknya dapat saja diselesaikan dalam tempo yang tak terlalu lama. Namun, alangkah sia-siannya jika di atas masjid yang didirikan itu tidak disertai dengan orang-orang yang memakmurkannya.

¹⁸ Moh.E. Ayub, Manajemen Masjid, (Jakarta, Gema Insani Press, 1996) hlm 101-102

¹⁹ Diakses melalui alamat <https://pabrikjammasjid.com/memakmurkan-masjid/>, diakses pada tanggal 06 Januari 2022, pada jam 15.45 WIB.

Masjid itu akan menjadi tidak terawat, cepat rusak, tanpa jama'ah, dan sepi dari berbagai kegiatan yang bernapaskan keagamaan. Dengan memakmurkan masjid secara fisik dimaksudkan bangunannya bagus, bersih, indah dan megah. Dan secara spiritual ditandai dengan antuisisme jama'ah menunaikan kegiatan ibadah atau kegiatan lain-lainnya.

Masjid yang makmur yaitu masjid yang berhasil tumbuh menjadi sentral dinamika umat. Sehingga, masjid benar-benar berfungsi sebagai tempat ibadah dan pusat kebudayaan Islam dalam arti luas. Berbagai macam usaha berikut ini, apabila benar-benar dilaksanakan, dapat diharapkan memakmurkan masjid secara material dan piritual. Namun, semua tetap bergantung pada kesadaran diri pribadi muslim yaitu :

- a). Kegiatan pembangunan. Yang dimana bangunan masjid perlu dipeliihaa dengan sebaik baiknya. Misalnya da bangunan atau hal yang rusak pada masjid tersebut, maka harus segera diperbaiki atau di renovasi. Kemudian jika masjid terlihat kotor maka harus segera dibersihkan kembali. Sehingga masjid selalu bersih, rapih dan nyaman untuk ditempati beribadah maupun melakukan kegiatan-kegiatan lainnya. Kemakmuran masjid dari segi material ini akan mencerminkan kualitas hidup dan kadar iman umat disekitarnya. Dan uga sebaliknya, apabila masjid tersebut tidak dipelihara, jorok dan bahkan rusak, maka hal tersebut sangat jelas menunjukkan betapa rendahnya kualitas iman umat yang mukminin di sekitarnya.
- b). Kegiatan ibadah. Adapun kegiatan ibadah ini antara lain sholat berjama'ah lima waktu, sholat jum'at, sholat taraweh. Sholat jamaa'ah lima waktu sangat penting artinya dalam

usaha mewujudkan persatuan dan juga ukhuwah islamiah diantara sesama umat islam yang menjadi jama'ah masjid tersebut. Kegiatan spiritualain yang sangat baik dilakukan di dalam masjid mencakup berzikir, berdoa, beri'tikaf, mengaji Al-Qur'an, berinfaq, bersedekah.

c). Kegiatan keagamaan. Kegiatan keagamaan ini meliputi kegiatan pengajian rutin khusus maupun umum, yang dilaksanakan untuk meningkatkan kualitas iman dan menambah ilmu pengetahuan peringatan hari-hari besar Islam.

d). Kegiatan pendidikan. Pada kegiatan pendidikan ini misalnya masjid menyediakan pendidikan baca al-quran pada anak-anak, kemudian pendidikan mengenai pembinaan remaja masjid, ataupun pendidikan lainnya.

Pengurus masjid atau takmir dalam upayanya memakmurkan masjid dengan cara melakukan kegiatan-kegiatan yang dilakukan secara bersama-sama. Makmur dan sepi nya suatu masjid itu tergantung pada pengurus dan juga masyarakat sekitar. Apabila mereka rajin beribadah dan meramaikan kegiatan-kegiatan yang dilakukan dimasjid maka masjid tersebut akan makmur, akan tetapi jika mereka tidak ada kemauan untuk ikut melaksanakan atau enggan bertsipasi akan kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan pada masjid

tersebut, seperti halnya enggan ikut beribadah berjama'ah atau kegiatan lainnya, maka masjid tersebut akan sepi tau tidak makmur. Jadi masjid yang makmur akan menunjukkan kemajuan umat yang ada disekitarnya.²⁰

Strategi yang dilakukan Pengurus Masjid Agung At-Taqwa Kota Bengkulu dalam memakmurkan masjid yaitu dengan mengadakan berbagai macam kegiatan yang mana kegiatan tersebut meliputi kegiatan pembangunan, kegiatan ibadah, kegiatan keagamaan, kegiatan pendidikan.

4. Cara Memakmurkan Masjid

Masjid akan dikatakan makmur apabila masjid yang berhasil dan tumbuh menjadi sentral dinamika umat. Kemakmuran suatu masjid bukan semata-mata hanya tugas pengurus masjid melainkan tanggung jawab seluruh umat islam. Kemakmuran masjid dalam segi material mencerminkan tingginya kualitas hidup dan kadar iman umat islam disekitarnya, adapun cara memakmurkan masjid yaitu:

a). Kesungguhan Pengurus Masjid

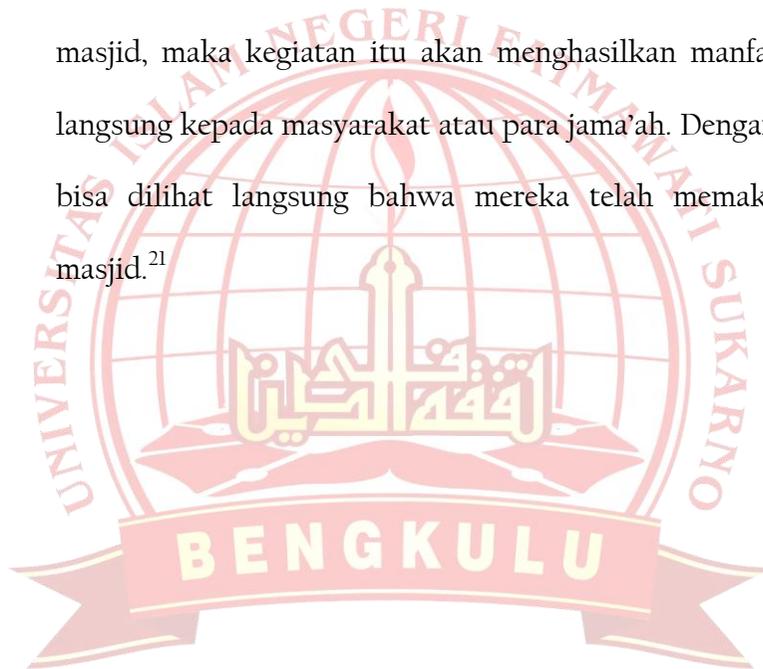
²⁰ Moh.E. Ayub, Manajemen Masjid,(Jakarta, Gema Insani Press,1996) hlm 73-74.

Artinya, Pengurus masjid yang telah mendapatkan kepercayaan untuk mengelola masjid sesuai dengan fungsinya memegang peran penting dalam memakmurkan masjid. Pengurus masjid lah yang menjadi lokomotif atau motor yang menggerakkan umat Islam untuk memakmurkan masjid, dan menganekaragamkan kegiatan yang dapat diikuti oleh masyarakat sekitar. Kemudian pengurus masjid juga harus memiliki tekad dan kesungguhan, agar dalam menjalani tugas mereka akanmelakukannya dengan sungguh-suhung atau tidak asal-asalan.

b). Memperbanyak kegiatan.

Memperbanyak kegiatan disini yaitu, masjid berperan sebagai wadah yang menampung kegiatan-kegiatan, tidak hanya kegiatan ibadah, namun masjid juga sebagai sarana tempat kegiatan lainnya, seperti pengajian, ceramah atau perayaan-perayaan hari besar umat islam. Kemudian masjid perlu pula mewadahi remaja dan generas muda. Di sini mereka menyalurkan pikiran, kretivitas, dan hobinya dengan cara membina ilmu agama, menempa iman, dan memperbanyak amal ibadah. Di sini pula masjid aktif membentuk remaja generasai muda yang saleh, beriman, dan bertakwa.

Kegiatan yang dilaksanakan di masjid itu menyesuaikan dengan keadaan dan kemampuan pengurus masjid serta dengan situasi dan kondisi masyarakat disekitarnya. Dengan mengadakan kegiatan yang menarik, dan waktu yang tepat dapat mengundang minat jama'ah untu ikut seta atau berpartisipasi akan kegiatan tersebut dengan mendatangi masjid, maka kegiatan itu akan menghasilkan manfaat yang langsung kepada masyarakat atau para jama'ah. Dengan begitu bisa dilihat langsung bahwa mereka telah memakmurkan masjid.²¹



²¹ Moh.E. Ayub, Manajemen Masjid,(Jakarta, Gema Insani Press,1996) hlm 74-75.