

**STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH
PERHIMPUNAN REMAJA MASJID KOTA LANGSA
DALAM MENINGKATKAN PARTISIPASI
MASYARAKAT DALAM KEGIATAN KEAGAMAAN**

TUGAS AKHIR

Oleh:

FARIH MUMTAZA
2203110252

**Program Studi Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Hubungan Masyarakat**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2026**

BERITA ACARA PENGESAHAN

Bismillahirrahmanirrahim



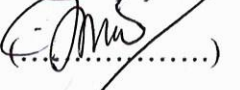
Tugas Akhir ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Ujian Tugas Akhir
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara:

Nama : Farih Mumtaza
NPM : 2203110252
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Pada Hari, tanggal : Kamis, 02 April 2026
Waktu : 08.15 – 16.45 WIB

PENGUJI I : **Dr. MUHAMMAD THARIQ, S.Sos., M.I.Kom.**

PENGUJI II : **Dr. FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.**

PENGUJI III : **Dr. ZULFAHMI, M.I.Kom.**


.....

.....

.....

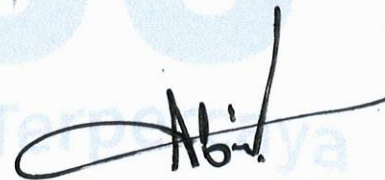
PANITIA PENGUJI

Ketua

Sekretaris







Assoc. Prof. Dr. ARIFIN SALEH., M.SP. NIDN :0030017402 Assoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI., M.I.Kom. NIDN:0111117804

BERITA ACARA BIMBINGAN TUGAS AKHIR

Bismillahirrahmanirrahim

Telah selesai diberikan bimbingan dalam penulisan tugas akhir sehingga naskah tugas akhir ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian tugas akhir, oleh:

Nama : Farih Mumtaza

NPM : 2203110252

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Tugas Akhir : Strategi Komunikasi Dakwah Perhimpunan Remaja Masjid Kota Langsa Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Dalam Kegiatan Keagamaan

Medan, 30 Maret 2026

Pembimbing


Dr. ZULFAHMI, M.I.Kom.

NIDN : 0118056301

Disetujui Oleh

Ketua Program Studi


Dr. AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom.

NIDN : 0127048401



Assoc. Prof. Dr. ARIFIN SALEH., M.SP.

NIDN : 0030017402

PERNYATAAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan ini saya, **Farih Mumtaza**, NPM 2203110252, menyatakan dengan sungguh-sungguh:

1. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dalam segala bentuk yang dilarang undang-undang, termasuk pembuatan karya ilmiah oleh orang lain dengan sesuatu imbalan, atau mem plagiat atau menjiplak atau mengambil karya orang lain, adalah tindakan kejahatan yang harus dihukum menurut undang-undang yang berlaku.
2. Bahwa tugas akhir ini adalah hasil karya dan tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain, atau karya plagiat, atau karya jiplakan dari karya orang lain.
3. Bahwa di dalam tugas akhir ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bila di kemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar, saya bersedia tanpa mengajukan banding menerima sanksi:

1. Tugas akhir saya ini beserta nilai-nilai hasil ujian tugas akhir saya dibatalkan.
2. Pencabutan kembali gelar kesarjanaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijazah sarjana dan transkrip nilai yang telah saya terima.

Medan, 03 April 2026

Yang Menyatakan,


Farih Mumtaza

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH PERHIMPUNAN REMAJA
MASJID KOTA LANGSA DALAM MENINGKATKAN PARTISIPASI
MASYARAKAT DALAM KEGIATAN KEAGAMAAN**

FARIH MUMTAZA, NPM. 2203110252

Program Studi Ilmu Komunikasi Konsentrasi Hubungan Masyarakat

ABSTRAK

Dakwah merupakan upaya mengajak umat manusia ke jalan Allah SWT secara bijak (bil hikmah) untuk mencapai kebahagiaan dunia dan akhirat. Era modern ini, efektivitas dakwah tidak hanya bergantung pada kedalaman materi, tetapi sangat ditentukan oleh strategi komunikasi yang digunakan. Banyak kegiatan keagamaan di masjid yang masih sepi peminat, didominasi oleh golongan lansia, atau kurang diminati oleh kalangan muda dan masyarakat umum. Rendahnya partisipasi ini seringkali disebabkan oleh, antara lain: Penyampaian dakwah yang dianggap monoton dan kaku, kurangnya pemanfaatan media komunikasi modern (media sosial) dan program kegiatan yang tidak relevan dengan kebutuhan aktual masyarakat. Pembatasan masalah dalam penelitian ini, yakni; bagaimana gambaran “Strategi Komunikasi Dakwah Perhimpunan Remaja Masjid - Dewan Masjid Indonesia (PRIMA-DMI) Kota Langsa Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Terhadap Kegiatan Keagamaan” Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pendekatan ini merupakan jenis penelitian yang dilakukan dalam setting tertentu dengan tujuan untuk menginvestigasi dan memahami fenomena secara mendalam. Penelitian kualitatif berfokus pada penyajian gambaran naratif mengenai aktivitas dakwah yang dijalankan, bentuk strategi komunikasi yang digunakan, serta dampak dari strategi tersebut terhadap partisipasi masyarakat dalam kegiatan keagamaan. Hasil penelitian mengenai Strategi Komunikasi Dakwah Perhimpunan Remaja Masjid Kota Langsa Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat dapat disimpulkan bahwa: PRIMA-DMI Kota Langsa berhasil memadukan komunikasi langsung dan digital dalam menyampaikan dakwah, sehingga menjangkau berbagai kalangan, terutama remaja masjid. Bahwa penyusunan pesan dakwah jelas, persuasif, dan relevan dengan kehidupan sehari-hari membuat pesan lebih mudah dipahami dan diterima oleh komunikan (mad'u). Bahwa komunikator (da'i) memiliki peran penting dalam menyampaikan pesan secara efektif. Kenyataan menunjukkan partisipasi anggota dalam pengambilan keputusan dan evaluasi meningkatkan kualitas program, menumbuhkan rasa tanggung jawab, dan kegiatan lebih tepat sasaran.

Kata Kunci; Strategi, Komunikasi Dakwah, Partisipasi Masyarakat

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dengan nama Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat, karunia dan nikmat nya yang tiada terkira. Salah satu dari nikmat tersebut adalah keberhasilan penulis dalam menyelesaikan Penulisan Tugas Akhir ini dengan judul “Strategi Komunikasi Dakwah Perhimpunan Remaja Masjid Kota Langsa Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Dalam Kegiatan Keagamaan”. Tugas akhir ini disusun sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Tidak lupa pula penulis mengirimkan shalawat beriring salam atas jujungan kita Nabi Besar Muhammad SAW sebagai rahamatan li’alamin. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir ini terwujud berkat dukungan, bantuan, arahan dan bimbingan serta doa dari berbagai pihak.

Dengan penuh rasa hormat dan cinta, skripsi ini penulis persembahkan untuk kedua orang tua tercinta penulis yang sangat berjasa dalam hidup penulis, penulis mengucapkan terima kasih kepada Ayahanda Malik dan Bunda Yulina tercinta, terimakasih atas segala doa-doa baik yang tak pernah terputus untuk penulis, segala pengorbanan, perjuangan, nasihat, kasih sayang yang tak terhingga dan dukungan yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir

skripsi ini. Semoga Pipi dan Bunda senantiasa di lindungi Allah SWT, sehat, panjang umur dan bahagia selalu agar bisa melihat penulis meraih hal-hal besar lainnya.

Dengan segala kerendahan hati penulis juga mengucapkan terima kasih kepada banyak pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan tugas akhir ini, untuk itu penulis mengucapkan rasa terimakasih yang tulus sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Agussani M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak Assoc. Prof. Dr. Arifin Saleh, S.Sos., M.SP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Assoc. Prof. Dr. Abrar Adhani, S.Sos., M.I.Kom selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Ibu Assoc. Prof. Dr. Hj. Yurisna Tanjung., M.AP selaku Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Dr. Akhyar Anshori, S.Sos., M.I.Kom selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Dr. Faizal Hamzah Lubis., S.Sos., M.I.Kom selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

7. Bapak Dr. Zulfahmi, M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi.
8. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah memberikan ilmu dan bimbingan selama penulis menjalani kuliah.
9. Seluruh pegawai Biro Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah membantu dalam menyelesaikan kelengkapan berkas administrasi dan informasi selama perkuliahan.
10. Seluruh jajaran Bapak/Ibu, Saudara/i yang berada di PRIMA-DMI Kota Langsa atas diberikannya kesempatan untuk dapat melakukan penelitian dan membantu dalam proses penelitian kepada penulis.
11. Marisa Hasanah Nauli Tobing, yang selalu memberikan support kepada penulis, tenaga, waktu untuk menemani penulis selama proses pengerjaan skripsi.
12. Semua sahabat terbaik saya dalam grup LACIMA yang selalu memberikan support kepada penulis, tempat bercerita, dan yang selalu hadir dengan pelukan hangat, tawa di setiap fase kehidupan.
13. Dan yang terakhir, kepada diri penulis sendiri Farih Mumtaza apresiasi sebesar-besarnya kepada diri sendiri karena atas izin Allah SWT penulis sudah bertahan sampai sejauh ini dan telah berhasil melewati berbagai rintangan selama proses pengerjaan skripsi ini, terimakasih karena terus

berusaha, berdoa yang terbaik dan tidak pernah menyerah, dan juga senantiasa menikmati di setiap proses nya yang tidak mudah dalam proses pengerjaan skripsi.

Penulis berdo'a semoga semua bantuan, doa, dukungan dan bimbingan yang diberikan kepada penulis akan mendapatkan balasan pahala yang berlipat ganda dan menjadi amal jariyah di sisi Allah Subhanahu Wata'ala. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini jauh dari kata sempurna, karena kemampuan, ilmu pengetahuan yang dimiliki penulis masih terbatas. Oleh karena itu atas kesalahan dan kekurangan dalam penulisan skripsi ini, dengan segala kerendahan hati penulis memohon maaf dan bersedia menerima segala saran dan masukan yang membangun. Semoga tugas akhir ini dapat berguna dan bermanfaat bagi penulis dan pembacanya, dan semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan keberkahan kepada kita semua.

Aamiin Ya Rabbal' Alamiin...

Waasalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Medan, 17 Maret 2026

Penulis

Farih Mumtaza

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	vi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II URAIAN TEORITIS	6
2.1. Komunikasi Dakwah	6
A. Pengertian dan Fungsi Komunikasi Dakwah.....	6
B. Elemen-elemen Komunikasi Dakwah (Da'i, Mad'u, Pesan, Media).....	9
C. Tujuan Komunikasi Dakwah	11
2.2. Strategi Komunikasi Dakwah.....	13
A. Konsep Dasar Strategi Komunikasi.....	13
B. Model dan Taktik Strategi Komunikasi Dakwah	15
C. Peran Remaja Masjid dalam Strategi Dakwah	18
2.3. Partisipasi Masyarakat.....	20
A. Definisi dan Tingkat Partisipasi.....	20
B. Faktor Pendorong Partisipasi dalam Kegiatan Keagamaan	22
2.4. Perhimpunan Remaja Masjid - Dewan Masjid Indonesia (PRIMA-DMI) Kota Langsa.....	25
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1. Jenis Penelitian	28
3.2. Kerangka Konsep	29
3.3. Defenisi Konsep	29
A. Strategi Komunikasi	30
B. Komunikasi Dakwah.....	31
C. Partisipasi Masyarakat	31
3.4. Katagorisasi	32
3.5. Narasumber.....	32

3.6.	Teknik Pengumpulan Data	34
3.7.	Teknik Analisis Data	36
3.8.	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		40
4.1.	Hasil Penelitian.....	40
4.1.1.	Strategi Komunikasi	40
4.1.2.	Komunikasi Dakwah	45
4.1.3.	Partisipasi Masyarakat dalam Kegiatan Keagamaan	49
4.2.	Pembahasan Berdasarkan Kategorisasi dan Pertanyaan.....	53
4.2.1.	Strategi Komunikasi	53
4.2.2.	Komunikasi Dakwah	61
4.2.3.	Partisipasi Masyarakat Dalam Kegiatan Keagamaan	68
BAB V PENUTUP		74
5.1.	Kesimpulan.....	74
5.2.	Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA		76
LAMPIRAN DAN DOKUMENTASI		Error! Bookmark not defined.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dakwah merupakan upaya mengajak umat manusia ke jalan Allah SWT secara bijak (bil hikmah) untuk mencapai kebahagiaan dunia dan akhirat. Di era modern ini, efektivitas dakwah tidak hanya bergantung pada kedalaman materi, tetapi sangat ditentukan oleh strategi komunikasi yang digunakan. Tanpa strategi yang tepat, pesan dakwah yang mulia seringkali sulit diterima atau bahkan tidak sampai kepada masyarakat. Sejalan dengan itu, masjid menjadi sarana dan ruang terselenggarakannya religi-edukatif-kultural yang memperkuat solidaritas jamaah melalui kegiatan dakwah dan pendidikan diniyah, majelis taklim, dan aktivitas pembinaan masyarakat lainnya.

Masjid bukan sekadar tempat ibadah ritual, melainkan pusat peradaban dan pemberdayaan umat. Salah satu instrumen vital dalam menghidupkan fungsi masjid adalah Perhimpunan Remaja Masjid. Remaja memiliki energi kreatif, kedekatan dengan teknologi, dan semangat mobilitas yang tinggi. Mereka adalah jembatan penghubung antara nilai-nilai agama dengan dinamika kehidupan masyarakat modern.

Namun, realitas di lapangan menunjukkan adanya tantangan besar. Banyak kegiatan keagamaan di masjid yang masih sepi peminat, didominasi oleh golongan lansia, atau kurang diminati oleh kalangan muda dan masyarakat umum. Rendahnya partisipasi ini seringkali disebabkan oleh,

antara lain: Penyampaian dakwah yang dianggap monoton dan kaku, kurangnya pemanfaatan media komunikasi modern (media sosial) dan program kegiatan yang tidak relevan dengan kebutuhan aktual masyarakat. Fenomena ini menegaskan bahwa partisipasi masyarakat tidak bisa dibangun hanya dengan “menyediakan kegiatan”, tetapi memerlukan pengelolaan komunikasi yang mampu menumbuhkan rasa memiliki dan kebutuhan untuk terlibat.

Meskipun Perhimpunan Remaja Masjid telah berupaya menyusun berbagai program, seringkali terdapat hambatan komunikasi yang membuat program tersebut tidak terdengar atau tidak menarik bagi masyarakat luas. Di sinilah letak pentingnya sebuah strategi komunikasi dakwah yang terencana—mulai dari tahap perencanaan pesan, pemilihan media, hingga cara pendekatan secara interpersonal kepada masyarakat. Ini berarti keberhasilan program masjid sangat berkaitan dengan bagaimana organisasi masjid terutama remaja masjid mengemas pesan dakwah sesuai karakter audiens dan konteks sosial yang dihadapi.

Ketertarikan peneliti untuk mengangkat judul ini didasari oleh keinginan untuk mengungkap bagaimana Perhimpunan Remaja Masjid Kota Langsa mengemas pesan dakwahnya. Peneliti ingin melihat sejauh mana strategi komunikasi yang mereka terapkan mampu mengubah persepsi masyarakat dan menggerakkan mereka untuk aktif kembali dalam kegiatan keagamaan.

Dalam konteks Kota Langsa, dakwah memiliki karakteristik tersendiri. Peta dakwah Langsa menunjukkan bahwa praktik dakwah masih banyak didominasi pola konvensional, cenderung monoton, dan belum sepenuhnya merespons kebutuhan sosial masyarakat kota yang dinamis serta kompleksitas kemajuan era komunikasi yang mengglobal. Kondisi ini membuka ruang penting bagi organisasi remaja masjid untuk melakukan pembaruan strategi komunikasi dakwah yang lebih kreatif, partisipatif, dan adaptif sehingga mampu memperkuat partisipasi masyarakat lintas usia.

Di tengah gempuran arus informasi dan hiburan digital yang sangat masif, perhatian masyarakat cenderung teralihkan dari kegiatan-kegiatan bernuansa spiritual. Penelitian ini menjadi penting karena mengkaji bagaimana remaja masjid sebagai *digital native* mampu merumuskan strategi komunikasi yang kompetitif. Jika remaja masjid gagal beradaptasi dengan pola komunikasi modern, maka institusi masjid terancam kehilangan relevansinya bagi generasi masa depan.

Saat ini, masyarakat menghadapi berbagai tantangan sosial seperti degradasi moral dan renggangnya kohesi sosial. Partisipasi masyarakat dalam kegiatan keagamaan bukan sekadar ritual, melainkan upaya memperkuat modal sosial dan spiritual. Meneliti strategi komunikasi remaja masjid berarti meneliti upaya "penyelamatan" karakter masyarakat melalui pendekatan yang lebih segar, egaliter, dan inklusif. Topik ini sangat strategis karena memotret kesiapan remaja sebagai pelapis kepemimpinan dakwah di masa depan. Keberhasilan mereka dalam meningkatkan partisipasi masyarakat adalah

indikator keberhasilan regenerasi. Jika strategi komunikasi yang mereka bangun berhasil menyentuh berbagai lapisan usia, maka masjid akan kembali menjadi pusat gravitasi kehidupan masyarakat, bukan sekadar tempat ibadah yang statis. mendobrak stigma bahwa kegiatan keagamaan selalu identik dengan suasana yang membosankan atau eksklusif. Narasi yang dibangun dalam penelitian ini akan menunjukkan bahwa melalui strategi komunikasi yang tepat—baik secara verbal, non-verbal, maupun visual—dakwah dapat tampil sebagai solusi yang menyejukkan, modern, dan mampu merangkul seluruh elemen masyarakat.

Urgensi penelitian ini semakin nyata mengingat tantangan dakwah di era disrupsi digital memerlukan pendekatan yang tidak biasa. Tanpa strategi komunikasi yang adaptif, nilai-nilai luhur keagamaan akan sulit bersaing dengan narasi-narasi sekuler di media sosial. Tertarik dengan hal tersebut peneliti mengetengahkan judul penelitian ini yakni; **“Strategi Komunikasi Dakwah Perhimpunan Remaja Masjid - Dewan Masjid Indonesia (PRIMA-DMI) Kota Langsa dalam meningkatkan partisipasi masyarakat terhadap kegiatan keagamaan”**.

1.2 Rumusan Masalah

Agar penelitian lebih terarah, fokus, dan mendalam, maka pembatasan masalah dalam penelitian ini ditetapkan sebagai berikut: yakni bagaimana gambaran “Strategi Komunikasi Dakwah Perhimpunan Remaja Masjid - Dewan Masjid Indonesia (PRIMA-DMI) Kota Langsa Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Terhadap Kegiatan Keagamaan”

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan pembatasan masalah di atas, rumusan masalah penelitian ini adalah: “ Bagaimana strategi komunikasi dakwah yang diterapkan Perhimpunan Remaja Masjid - Dewan Masjid Indonesia (PRIMA-DMI) Kota Langsa dalam meningkatkan partisipasi masyarakat pada kegiatan keagamaan” ?

1.4 Sistematika Penulisan

BAB I : Pada bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, Batasan

masalah, rumusan masalah, serta tujuan dan manfaat penelitian.

BAB II : Bab ini menguraikan teori-teori yang relevan dengan komunikasi pemasaran dan citra perusahaan.

BAB III : Bab ini menjelaskan tentang jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data yang digunakan.

BAB IV : Pada bab ini menguraikan tentang hasil penelitian dan pembahasan yang terkait dengan penelitian.

BAB V : Bab ini berisi simpulan dan saran berdasarkan hasil penelitian

BAB II

URAIAN TEORITIS

2.1. Komunikasi Dakwah

A. Pengertian dan Fungsi Komunikasi Dakwah

Komunikasi dakwah merupakan proses penyampaian pesan-pesan keagamaan untuk mengajak atau memengaruhi individu agar senantiasa berpegang teguh pada ajaran Islam. Dakwah hakikatnya adalah aktivitas komunikasi yang memiliki misi transenden, yaitu menyeru kepada kebaikan dan mencegah kemungkaran. Proses ini melibatkan interaksi antara pihak yang menyampaikan pesan (Da'i) dan pihak yang menerima pesan (Mad'u) dalam konteks sosial keagamaan yang spesifik.

Pesan yang disampaikan haruslah relevan dengan kebutuhan spiritual dan masalah sosial yang dihadapi oleh masyarakat penerima. Fungsi utama komunikasi dakwah adalah untuk membina, mendidik, dan mengarahkan perilaku umat menuju ketaatan dan akhlak mulia. Terdapat penekanan pada penggunaan etika komunikasi yang baik dan santun agar pesan dapat diterima dengan hati terbuka (Rahmah, 2023). Saat ini informasi memegang kendali perkembangan dunia, bahkan tidak dapat dipungkiri menjadi kebutuhan pokok masyarakat, yang berarti pola konsumsi masyarakat terhadap informasi layaknya makanan utama. (Corry Novrica AP Sinaga, 2023).

Fungsi edukasi dakwah sangat penting dalam membentuk pemahaman Islam yang komprehensif dan moderat di kalangan masyarakat. Melalui kegiatan dakwah yang terencana, masyarakat diajak untuk belajar tentang hukum, ibadah, serta sejarah kebudayaan Islam. Fungsi sosialisasi

juga berperan vital dalam memastikan nilai-nilai keagamaan diturunkan secara berkesinambungan dari generasi ke generasi. Dakwah modern kini menghadapi tantangan disrupsi informasi, menuntut para Da'i untuk mengintegrasikan media digital dalam penyampaian pesan. Tujuannya adalah memastikan bahwa dakwah tetap relevan dan mampu menjangkau audiens yang beragam, termasuk generasi muda.

Dimaklumi bahwa komunikasi dakwah juga harus dapat menjangkau berbagai lapisan masyarakat dengan beragam latar budaya dan kondisi sosialnya. Setiap kita berkomunikasi dengan seseorang, tidak diragukan bahwa orang tersebut berasal dari suatu lingkungan budaya tertentu, bukan orang yang tiba dari ruang hampa-sosial. Oleh karena itu seseorang dipengaruhi latar belakang budayanya. (Thoriq, Ashori, 2017)

Selain itu, dakwah memiliki fungsi kontrol sosial, yaitu mengajak masyarakat untuk menjaga ketertiban dan moralitas publik. Fungsi pemberdayaan masyarakat juga menjadi fokus, di mana masjid tidak hanya menjadi pusat ibadah tetapi juga pusat kegiatan ekonomi dan sosial. Pola komunikasi juga merupakan bentuk dan penerapan komunikasi yang dilakukan secara (vertikal) oleh pimpinan dan anggotanya, atau bentuk komunikasi yang dilakukan secara (horizontal) oleh sesama anggota dalam suatu kegiatan atau cara, untuk berbagi informasi, hiburan, berbagi pengetahuan, motivasi, kerjasama, serta pemecahan masalah agar dapat mendapat solusi tentang masalah yang dihadapi dan mencapai tujuan bersama (Zulfami,2017)

Komunikasi dakwah kontemporer sering menggunakan pendekatan persuasif (Azhari, Karwati, & Novitasari, 2021). Persuasi dalam dakwah harus dilakukan tanpa paksaan, melainkan melalui argumentasi yang logis dan penyajian contoh teladan yang nyata. Proses komunikasi harus bersifat dialogis, memungkinkan mad'u untuk bertanya dan berdiskusi mengenai ajaran yang disampaikan. Keterbukaan ini sangat penting untuk menghindari pemahaman yang kaku dan eksklusif dalam beragama. Salah satu fungsi terpenting dakwah adalah mempersatukan umat, membangun solidaritas sosial, dan mengurangi potensi konflik antar kelompok. Metode penyampaian pesan harus disesuaikan dengan latar belakang pendidikan dan budaya mad'u, menjadikannya kontekstual. Ini menunjukkan bahwa komunikasi dakwah memerlukan pemetaan audiens yang cermat dan strategi adaptif.

Dakwah di lingkungan perkotaan menuntut fungsi yang lebih kompleks, mengingat heterogenitas latar belakang profesi, suku, dan tingkat religiusitas masyarakat. Di kota, masjid sering kali berfungsi sebagai oasis spiritual di tengah hiruk pikuk kehidupan yang serba cepat. Komunikasi dakwah berperan penting dalam menyediakan layanan konseling dan bimbingan moral bagi individu yang menghadapi tekanan kehidupan modern. Penggunaan media massa dan media sosial telah menjadi keharusan untuk memastikan pesan dakwah dapat bersaing dengan informasi lain yang beredar luas (Suryani & Rahman, 2023). Pesan dakwah yang disajikan melalui platform digital harus dikemas secara kreatif, singkat, dan menarik secara

visual. Hal ini mencerminkan adaptasi fungsi dakwah terhadap perubahan teknologi komunikasi yang pesat.

Komunikasi dakwah juga berfungsi sebagai penguatan identitas keagamaan di tengah arus globalisasi dan budaya asing. Fungsi ini memastikan bahwa umat Islam memiliki fondasi nilai yang kuat untuk menyaring berbagai pengaruh yang masuk. Institusi seperti remaja masjid memainkan peran sentral dalam menjalankan fungsi ini, khususnya bagi generasi muda. Mereka menjadi jembatan antara nilai-nilai tradisional dan gaya hidup modern, menyajikan dakwah dengan bahasa yang akrab. Keberhasilan fungsi ini sangat bergantung pada kredibilitas dan integritas da'i serta organisasi yang melaksanakannya. Proses komunikasi harus membangun kepercayaan publik, menegaskan bahwa dakwah adalah kegiatan yang membawa kemaslahatan bersama. Fungsi ini menjamin kesinambungan peran masjid sebagai pusat peradaban Islam di tengah masyarakat.

B. Elemen-elemen Komunikasi Dakwah (Da'i, Mad'u, Pesan, Media)

- 1) Da'i (komunikator), yaitu individu atau kelompok yang bertugas menyampaikan ajaran Islam. Kredibilitas Da'i menjadi faktor penentu utama keberhasilan dakwah, mencakup ilmu pengetahuan agama yang mendalam dan integritas perilaku yang patut diteladani. Da'i harus memiliki kemampuan komunikasi interpersonal dan publik yang efektif, mampu berbicara dengan jelas dan menarik. Sifat empati dan pemahaman terhadap kondisi sosial Mad'u juga merupakan modalitas penting bagi seorang Da'i profesional. Kemampuan Da'i untuk

beradaptasi dengan berbagai konteks budaya dan usia juga sangat diperlukan dalam pelaksanaan dakwah.

- 2) Mad'u (komunikasi atau sasaran dakwah), yaitu individu atau kelompok masyarakat yang menjadi penerima pesan. Mad'u memiliki latar belakang sosial, ekonomi, pendidikan, dan psikologis yang sangat beragam, yang harus dipertimbangkan oleh Da'i. Pemahaman yang mendalam tentang karakteristik Mad'u memungkinkan Da'i memilih metode dan bahasa yang paling tepat untuk mencapai tujuan dakwah. Di wilayah perkotaan, Mad'u cenderung lebih kritis dan menuntut pesan yang logis serta berbasis bukti, menjadikan dakwah harus bersifat rasional (Siregar, 2024). Analisis Mad'u yang akurat mencegah terjadinya kesalahpahaman atau penolakan terhadap ajaran yang disampaikan. Perhimpunan Remaja Masjid harus memetakan Mad'u lintas usia di Kota Langsa.
- 3) Pesan (materi dakwah), yaitu isi atau ajaran Islam yang disampaikan, meliputi akidah, syariah, dan akhlak. Pesan harus disajikan secara sistematis, jelas, dan mudah dipahami oleh Mad'u dari berbagai lapisan. Relevansi pesan dengan isu-isu kontemporer atau masalah yang dihadapi masyarakat sehari-hari sangat meningkatkan daya tarik dakwah. Pesan yang baik harus menekankan aspek toleransi, moderasi beragama, dan solusi konstruktif terhadap persoalan sosial. Pesan yang terlalu dogmatis atau provokatif cenderung tidak efektif, bahkan bisa menimbulkan resistensi dari Mad'u. Kualitas dan kedalaman

pesan menjadi penentu utama pemahaman keagamaan masyarakat.

- 4) Media atau saluran yang digunakan untuk menyampaikan pesan dakwah, yang kini semakin beragam dan canggih. Media konvensional seperti mimbar masjid, pengajian tatap muka, dan majalah dinding masih memiliki peran penting dalam menjangkau Mad'u yang hadir secara fisik. Media baru atau digital, seperti media sosial, podcast, dan kanal YouTube, memberikan peluang besar untuk penetrasi dakwah yang lebih luas dan cepat (Sary & Hidayat, 2023). Penggunaan media harus dipertimbangkan dari segi efektivitas biaya dan jangkauan audiens yang diinginkan. Pemilihan media yang tepat harus disesuaikan dengan karakter Mad'u, khususnya generasi muda yang dominan menggunakan platform digital.

C. Tujuan Komunikasi Dakwah

Tujuan utama komunikasi dakwah adalah terwujudnya ketaatan dan kesadaran beragama pada diri Mad'u, yang tercermin dalam perilaku sehari-hari. Tujuan ini bersifat transformatif, yaitu mengubah perilaku dari yang kurang baik menjadi baik, atau dari baik menjadi lebih baik. Secara spesifik, dakwah bertujuan untuk memberikan informasi yang benar mengenai ajaran Islam, menghilangkan keraguan, dan menjawab isu-isu keagamaan yang muncul. Ini adalah tujuan kognitif dakwah yang fokus pada peningkatan pengetahuan Mad'u. Pencapaian tujuan ini sangat tergantung pada kejelasan dan validitas sumber pesan yang disampaikan.

Tujuan afektif dakwah berkaitan dengan pembentukan sikap positif dan kecintaan Mad'u terhadap ajaran dan nilai-nilai Islam. Melalui dakwah yang menyentuh hati, Mad'u diharapkan dapat merasakan kedamaian dan kebahagiaan dalam menjalankan ibadah. Rasa cinta ini menjadi motivasi internal yang kuat bagi mereka untuk terus beramal saleh tanpa paksaan. Kegiatan keagamaan yang menarik dan menyenangkan sangat mendukung pencapaian tujuan afektif ini. Remaja masjid seringkali unggul dalam menciptakan suasana yang hangat dan inklusif dalam acara mereka. Tujuan ini mengarah pada penanaman nilai-nilai spiritual yang mendalam.

Tujuan konatif atau behavioral dakwah adalah mendorong Mad'u untuk bertindak nyata sesuai dengan pesan yang diterima. Dalam konteks penelitian ini, tujuan konatifnya adalah meningkatnya partisipasi masyarakat dalam kegiatan keagamaan berbasis masjid. Partisipasi ini tidak hanya sebatas kehadiran, tetapi juga kontribusi aktif dalam bentuk ide, tenaga, atau materi untuk kemakmuran masjid. Keberhasilan dakwah diukur dari sejauh mana pesan yang disampaikan mampu menggerakkan masyarakat untuk beraksi positif. Pencapaian tujuan ini memerlukan strategi komunikasi yang fokus pada mobilisasi dan pelibatan komunitas (Malisa & Shomedran, 2022).

Dakwah juga memiliki tujuan sosial, yaitu menciptakan masyarakat yang harmonis, toleran, dan saling peduli. Pesan dakwah harus mendorong Mad'u untuk terlibat aktif dalam pemecahan masalah sosial, seperti pengentasan kemiskinan dan pelestarian lingkungan. Tujuan sosial

ini menempatkan masjid sebagai pusat pergerakan komunitas yang berkontribusi pada pembangunan daerah. Dakwah yang berhasil adalah dakwah yang memiliki dampak nyata terhadap perbaikan kualitas hidup masyarakat secara keseluruhan. Tujuan ini sejalan dengan konsep Islam rahmatan lil 'alamin.

Secara institusional, salah satu tujuan dakwah Perhimpunan Remaja Masjid adalah memperkuat citra dan peran masjid sebagai lembaga yang dinamis dan relevan bagi generasi muda. Dengan meningkatkan partisipasi, tujuan ini dapat tercapai secara efektif. Tujuan ini juga mencakup regenerasi kepengurusan dan aktivis masjid, memastikan bahwa estafet kepemimpinan berjalan lancar. Penetapan tujuan yang jelas ini menjadi landasan bagi perumusan strategi komunikasi yang terukur dan efektif. Kejelasan tujuan memungkinkan Da'i untuk melakukan evaluasi secara berkala terhadap program dakwah yang telah dilaksanakan.

2.2.Strategi Komunikasi Dakwah

A. Konsep Dasar Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi adalah perencanaan dan pengelolaan seluruh proses komunikasi yang disusun secara sistematis untuk mencapai tujuan spesifik. Strategi ini mencakup penentuan sasaran, perumusan pesan kunci, pemilihan saluran, dan alokasi sumber daya yang diperlukan. Dalam konteks dakwah, strategi ini adalah kerangka kerja yang memandu Da'i dalam menjalankan tugasnya secara terorganisir dan terarah. Strategi yang efektif harus selalu bersifat adaptif terhadap perubahan lingkungan,

audiens, dan teknologi komunikasi yang berkembang pesat. Perencanaan yang matang mencegah dakwah dilakukan secara sporadis atau tanpa dampak yang terukur.

Penyusunan strategi komunikasi dimulai dengan analisis situasi, yaitu pemahaman mendalam tentang kondisi internal organisasi Da'wah dan lingkungan eksternal Mad'u. Analisis Mad'u, seperti yang telah dijelaskan, sangat krusial untuk menentukan pendekatan yang paling sesuai. Strategi ini juga harus memperhitungkan faktor-faktor penghambat dan pendukung yang mungkin muncul selama implementasi dakwah. Penetapan tujuan yang SMART (Specific, Measurable, Achievable, Relevant, Time-bound) adalah langkah penting dalam tahap perencanaan. Sasaran yang jelas memungkinkan Da'i untuk mengukur keberhasilan program yang dilakukan.

Konsep dasar strategi komunikasi menekankan pentingnya konsistensi pesan di berbagai saluran komunikasi yang digunakan. Pesan dakwah yang disampaikan melalui media sosial harus selaras dengan pesan yang disampaikan di mimbar masjid. Konsistensi ini membangun citra dan kredibilitas organisasi dakwah di mata masyarakat luas. Strategi juga melibatkan penentuan positioning, yaitu bagaimana organisasi remaja masjid ingin dilihat oleh masyarakat. Mereka bisa memosisikan diri sebagai agen perubahan, inovator kegiatan, atau fasilitator kebutuhan spiritual dan sosial pemuda. Penentuan posisi ini memengaruhi seluruh gaya dan bahasa komunikasi yang digunakan.

Aspek taktis adalah bagian dari strategi yang berfokus pada langkah-langkah implementasi di lapangan. Ini meliputi penentuan jadwal kegiatan, pembagian tugas, dan pemilihan media interaktif yang akan digunakan. Dalam dakwah, taktik yang sering digunakan adalah *door-to-door* atau komunikasi personal untuk membangun kedekatan emosional dengan Mad'u. Taktik juga mencakup bagaimana Da'i berinteraksi dalam sesi tanya jawab atau diskusi untuk menjaga dialog yang konstruktif. Perencanaan taktis harus fleksibel, memungkinkan penyesuaian cepat jika terjadi perubahan tak terduga dalam dinamika Mad'u.

Evaluasi adalah komponen terakhir yang tak terpisahkan dari konsep strategi komunikasi. Evaluasi bertujuan untuk menilai efektivitas program dan mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan di masa depan. Hasil evaluasi digunakan sebagai masukan untuk perumusan strategi pada periode selanjutnya, menjadikannya sebuah siklus yang berkelanjutan. Pengukuran keberhasilan harus didasarkan pada tujuan konatif, yaitu peningkatan partisipasi dan perubahan perilaku Mad'u. Tanpa evaluasi yang objektif, organisasi dakwah tidak akan mengetahui dampak riil dari upaya komunikasi yang telah dilakukan.

B. Model dan Taktik Strategi Komunikasi Dakwah

Salah satu model strategi komunikasi dakwah yang relevan adalah model Social Marketing (Pemasaran Sosial), yang mengadaptasi prinsip-prinsip pemasaran untuk mengubah perilaku sosial (Fauzi & Wulandari, 2023). Model ini menekankan analisis target audience, penyusunan

product (pesan dakwah yang menarik), penentuan price (biaya sosial yang harus dikeluarkan Mad'u), dan pemilihan place (saluran dakwah yang mudah diakses). Penerapan model ini membantu organisasi remaja masjid mengemas program keagamaan mereka agar lebih menarik dan sesuai dengan kebutuhan "pasar" (masyarakat). Fokus utamanya adalah memastikan bahwa nilai-nilai dakwah mudah diterima dan diterapkan oleh masyarakat.

Taktik komunikasi interpersonal adalah taktik paling dasar dan sering menjadi kunci dalam konteks remaja masjid di tingkat komunitas. Komunikasi tatap muka ini dilakukan melalui kunjungan, bincang santai, atau dialog personal yang membangun rasa percaya dan kedekatan emosional. Taktik ini sangat efektif untuk memobilisasi partisipasi karena menembus batas formalitas dan menciptakan hubungan yang intim dengan Mad'u. Da'i yang menggunakan taktik ini seringkali lebih berhasil dalam memengaruhi pengambilan keputusan Mad'u untuk terlibat dalam kegiatan masjid. Pendekatan personal ini sangat penting bagi Mad'u yang cenderung menghindari acara-acara formal yang besar.

Taktik komunikasi kelompok digunakan untuk menjangkau audiens yang memiliki kesamaan minat, seperti kelompok pengajian ibu-ibu, komunitas pemuda hobi tertentu, atau majelis taklim di lingkungan RT/RW. Taktik ini memungkinkan penyampaian pesan yang lebih spesifik dan mendalam sesuai dengan kebutuhan kelompok tersebut. Remaja masjid dapat membuat kelompok-kelompok kecil berdasarkan usia atau

minat, misalnya klub belajar Al-Qur'an, komunitas fotografi Islam, atau tim bakti sosial (Hidayat & Azmi, 2024). Taktik ini sangat efisien karena memanfaatkan jaringan sosial internal yang sudah terbentuk. Pengelolaan komunikasi dalam kelompok ini harus memperhatikan dinamika kepemimpinan dan pengaruh di dalamnya.

Penggunaan taktik komunikasi massa dan digital kini menjadi keharusan, terutama di wilayah perkotaan seperti Kota Langsa. Pemanfaatan media sosial seperti Instagram, TikTok, atau YouTube memungkinkan penyebaran informasi kegiatan keagamaan secara cepat dan luas. Taktik ini meliputi pembuatan konten visual yang menarik, seperti infografis, video pendek, atau live streaming kajian. Tujuannya adalah menjangkau audiens muda yang aktif di dunia maya dan memberikan alternatif dakwah non-konvensional. Taktik digital juga memungkinkan adanya interaksi dua arah melalui kolom komentar atau pesan langsung.

Model Strategi Dakwah Bil Hal (dakwah melalui perbuatan atau aksi nyata) adalah model yang menekankan kontribusi sosial sebagai alat komunikasi. Remaja masjid melaksanakan bakti sosial, penggalangan dana untuk bencana, atau kegiatan pemberdayaan ekonomi sebagai wujud nyata ajaran Islam. Aksi nyata ini berfungsi sebagai pesan yang lebih kuat daripada sekadar kata-kata ceramah. Partisipasi masyarakat akan lebih mudah didorong ketika mereka melihat hasil konkrit dan manfaat langsung dari kegiatan yang digerakkan oleh remaja masjid. Model ini membangun

citra positif organisasi dakwah sebagai agen solutif dan peduli terhadap lingkungan sosial.

C. Peran Remaja Masjid dalam Strategi Dakwah

Peran Remaja Masjid sangat sentral sebagai agen perubahan dan motor penggerak dakwah di lingkungan komunitas lokal. Mereka adalah jembatan antara pengurus masjid senior yang cenderung konvensional dan generasi muda yang lebih adaptif terhadap teknologi. Remaja masjid memiliki energi, kreativitas, dan waktu luang yang memadai untuk mengorganisir berbagai kegiatan keagamaan yang inovatif (Widoyo, Muslimin, & Cibro, 2022). Peran ini mencakup inisiasi program, mobilisasi partisipasi, dan pelaksanaan komunikasi yang intensif dengan masyarakat. Aktivitas mereka membantu menepis pandangan bahwa masjid adalah institusi yang kaku atau hanya untuk orang tua.

Secara spesifik, remaja masjid berperan sebagai inovator media dakwah, mengadopsi platform digital yang paling populer di kalangan Mad'u muda. Mereka bertanggung jawab dalam mengemas pesan dakwah agar sesuai dengan bahasa dan budaya visual generasi Z dan milenial. Pemanfaatan storytelling yang humanis, humor yang santun, dan desain grafis yang menarik menjadi taktik utama mereka. Peran ini sangat penting untuk memastikan pesan dakwah tidak ketinggalan zaman dan tetap relevan dengan selera audiens kontemporer. Kemampuan adaptasi teknologi ini menjadikan mereka garda terdepan dalam dakwah digital masjid.

Remaja masjid juga berperan sebagai fasilitator kegiatan yang partisipatif, menyediakan ruang bagi masyarakat untuk terlibat aktif, bukan hanya sekadar hadir sebagai pendengar. Mereka merancang kegiatan seperti perlombaan, workshop keterampilan, atau diskusi interaktif yang memerlukan keterlibatan ide dan tenaga dari Mad'u. Peran ini secara langsung mendukung tujuan konatif dakwah, yaitu mendorong aksi nyata. Kegiatan yang melibatkan masyarakat sejak tahap perencanaan akan menumbuhkan rasa kepemilikan terhadap program masjid. Dengan demikian, partisipasi masyarakat akan meningkat secara organik dan berkelanjutan.

Dalam konteks strategi komunikasi, Remaja Masjid bertindak sebagai penghubung komunikasi (bridge communicator) antara masjid dengan tokoh masyarakat dan lembaga lain. Mereka membangun jaringan kemitraan dengan organisasi kepemudaan lain, sekolah, dan pemerintah daerah untuk melaksanakan program bersama. Jaringan ini memperluas jangkauan dakwah dan memperkuat sumber daya yang dimiliki masjid. Keterlibatan mereka dalam berbagai forum komunitas juga meningkatkan citra positif masjid sebagai institusi yang aktif dan terbuka. Peran sebagai penghubung ini sangat penting untuk mobilisasi sumber daya dan dukungan publik.

Peran yang terakhir dan sangat mendasar adalah sebagai role model atau teladan bagi remaja lain di Kota Langsa. Keaktifan dan akhlak baik anggota Perhimpunan Remaja Masjid secara tidak langsung menjadi pesan

dakwah yang paling kuat. Konsistensi dalam menjaga ibadah dan berkontribusi pada masyarakat adalah bentuk dakwah bil hal yang efektif. Integritas dan semangat mereka menjadi inspirasi bagi remaja lain untuk bergabung dan ikut memakmurkan masjid (Putri, 2024). Peran ini menegaskan bahwa strategi komunikasi dakwah organisasi harus diimbangi dengan kualitas personal dan etos kerja yang tinggi dari para anggotanya.

2.3.Partisipasi Masyarakat

A. Definisi dan Tingkat Partisipasi

Partisipasi masyarakat didefinisikan sebagai keterlibatan sukarela dan aktif individu atau kelompok dalam suatu program atau kegiatan yang dilakukan oleh lembaga tertentu. Keterlibatan ini mencakup kontribusi dalam bentuk pemikiran, tenaga, keahlian, waktu, maupun materi (finansial). Partisipasi merupakan indikator keberhasilan suatu program sosial karena menunjukkan adanya rasa kepemilikan dan dukungan komunitas terhadap kegiatan tersebut. Dalam konteks kegiatan keagamaan, partisipasi mencerminkan tingkat kesadaran dan komitmen Mad'u terhadap ajaran dan institusi masjid. Konsep ini sangat penting untuk memastikan bahwa kegiatan dakwah tidak berjalan secara sepihak dan otoriter.

Tingkat partisipasi masyarakat dapat diukur menggunakan tangga partisipasi yang dikembangkan oleh beberapa ahli, mulai dari tingkat pasif hingga aktif. Tingkat paling dasar adalah partisipasi pasif, di mana masyarakat hanya hadir sebagai penerima informasi atau penonton tanpa memberikan kontribusi. Tingkat selanjutnya adalah partisipasi konsultatif,

di mana masyarakat memberikan masukan atau pendapat setelah program dirancang oleh pihak masjid. Partisipasi ini menunjukkan adanya pengakuan terhadap hak Mad'u untuk didengar. Tingkat yang lebih tinggi adalah partisipasi kolaboratif, di mana masyarakat dan organisasi dakwah bekerja sama dalam perencanaan dan pelaksanaan program.

Partisipasi fungsional adalah tingkat di mana masyarakat terlibat dalam kelompok-kelompok fungsional untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan, misalnya menjadi panitia acara atau tim pengajar TPA. Pada tingkat ini, masyarakat memiliki peran dan tanggung jawab yang jelas dalam struktur kegiatan masjid. Partisipasi tertinggi adalah partisipasi empowerment atau pemberdayaan, di mana masyarakat memiliki kendali penuh dan dapat mengambil inisiatif program secara mandiri (Wahyuni & Putra, 2024). Partisipasi yang diinisiasi dari bawah (bottom-up) ini menunjukkan kemandirian dan keberlanjutan kegiatan. Masjid yang berhasil mencapai tingkat ini telah berhasil mewujudkan fungsi sosial-keagamaannya secara maksimal.

Dalam penelitian ini, fokus partisipasi adalah pada kegiatan keagamaan yang diselenggarakan oleh Perhimpunan Remaja Masjid - Dewan Masjid Indonesia (PRIMA-DMI) Kota Langsa . Jenis partisipasi yang diharapkan adalah partisipasi aktif yang melibatkan kehadiran rutin dan kontribusi dalam kegiatan. Contohnya adalah kehadiran dalam pengajian rutin, keterlibatan sebagai relawan dalam acara sosial, atau kontribusi ide dalam rapat perencanaan. Pengukuran partisipasi harus

dilakukan secara kuantitatif (jumlah kehadiran) dan kualitatif (bentuk kontribusi yang diberikan). Perbedaan tingkat partisipasi ini memerlukan strategi komunikasi yang berbeda untuk setiap kelompok Mad'u.

Strategi komunikasi dakwah harus dirancang untuk memindahkan Mad'u dari tingkat partisipasi pasif menuju tingkat kolaboratif. Hal ini memerlukan perubahan mindset dari organisasi remaja masjid, yaitu beralih dari sekadar penyelenggara menjadi fasilitator komunitas. Penggunaan saluran komunikasi yang transparan dan inklusif adalah kunci untuk mendorong peningkatan tingkat partisipasi. Keberhasilan dalam mobilisasi partisipasi pada tingkat kolaboratif akan berdampak langsung pada keberlanjutan dan kebermaknaan program dakwah remaja masjid. Tingkat partisipasi ini merupakan variabel terikat utama dalam penelitian ini.

B. Faktor Pendorong Partisipasi dalam Kegiatan Keagamaan

- 1) Relevansi program yang ditawarkan oleh masjid atau remaja masjid dengan kebutuhan riil masyarakat. Kegiatan keagamaan yang mampu memberikan solusi praktis terhadap masalah sosial, ekonomi, atau pendidikan cenderung menarik partisipasi tinggi. Jika program dakwah hanya bersifat ritualistik tanpa kaitan dengan kehidupan sehari-hari, masyarakat akan kurang termotivasi untuk hadir dan terlibat (Malisa & Shomedran, 2022). Remaja masjid di Langsa perlu menyelenggarakan kegiatan yang menjawab isu-isu perkotaan seperti pengembangan karier, parenting modern, atau lingkungan hidup.

- 2) Da'i atau penyelenggara, yang terkait erat dengan kredibilitas dan kapabilitas mereka. Da'i yang berwawasan luas, komunikatif, dan memiliki akhlak baik akan lebih mudah menarik dan mempertahankan partisipasi Mad'u. Dalam kasus Perhimpunan Remaja Masjid, citra organisasi yang profesional, solid, dan berintegritas menjadi daya tarik utama. Masyarakat lebih percaya dan mau terlibat dalam kegiatan yang diselenggarakan oleh pihak yang mereka yakini kompeten dan tulus. Kualitas ini merupakan hasil dari manajemen organisasi yang baik dan pembinaan anggota yang berkelanjutan.
- 3) Atmosfer sosial yang dibangun oleh kegiatan keagamaan tersebut, yang harus bersifat inklusif, hangat, dan tidak menghakimi. Masyarakat cenderung menghindari kegiatan yang membuat mereka merasa terasing atau dihakimi karena latar belakang atau pemahaman keagamaan yang berbeda. Lingkungan yang ramah dan terbuka sangat penting untuk mendorong Mad'u baru atau mereka yang baru mulai belajar agama untuk berpartisipasi (Herlina, 2021). Remaja masjid harus menciptakan rasa kekeluargaan yang kuat, di mana setiap peserta merasa dihargai dan diterima tanpa syarat.
- 4) Kemudahan akses terhadap informasi dan lokasi kegiatan, yang sangat dipengaruhi oleh strategi komunikasi yang digunakan. Jadwal dan tempat kegiatan harus diumumkan secara jelas, melalui berbagai media, dan mudah dijangkau oleh target audiens. Penggunaan platform digital secara konsisten memastikan bahwa informasi sampai

tepat waktu dan dapat diakses kapan saja. Kemudahan ini juga mencakup aspek biaya dan waktu, di mana kegiatan harus dirancang agar tidak membebani Mad'u secara finansial atau mengganggu jadwal harian mereka. Remaja masjid perlu memanfaatkan teknologi informasi untuk memudahkan proses pendaftaran dan kehadiran.

- 5) Dampak positif yang dirasakan oleh masyarakat setelah berpartisipasi dalam kegiatan tersebut. Dampak ini bisa berupa peningkatan ilmu pengetahuan agama, perbaikan kualitas hidup, atau perluasan jaringan sosial dan profesional. Ketika masyarakat melihat adanya manfaat nyata dari keterlibatan mereka, motivasi untuk berpartisipasi secara berkelanjutan akan semakin tinggi. Dampak yang terukur dan terpublikasikan menjadi alat komunikasi yang sangat efektif untuk menarik partisipan baru. Remaja masjid harus aktif mendokumentasikan dan mempublikasikan kisah sukses dari program-program yang telah mereka laksanakan.

2.4.Perhimpunan Remaja Masjid - Dewan Masjid Indonesia (PRIMA-DMI) Kota Langsa

Perhimpunan Remaja Masjid - Dewan Masjid Indonesia (PRIMA-DMI) Kota Langsa adalah organisasi kepemudaan berbasis masjid yang memiliki peran strategis dalam dinamika dakwah di wilayah tersebut. Organisasi ini berfungsi sebagai wadah bagi generasi muda untuk menyalurkan energi dan kreativitas mereka dalam kegiatan positif yang bernuansa keagamaan. PRIMA-DMI menjadi leading sector dalam upaya pemakmuran masjid dengan fokus pada program-program yang relevan dengan kebutuhan dan minat remaja serta masyarakat perkotaan. Eksistensi mereka menunjukkan bahwa masjid di Langsa tidak hanya melayani jamaah tua, tetapi juga aktif merangkul generasi muda.

Struktur dan mekanisme kerja PRIMA-DMI harus dilihat sebagai sebuah organisasi komunikasi yang sistematis. Mereka merencanakan, mengorganisasi, mengimplementasi, dan mengevaluasi kegiatan dakwah mereka dengan melibatkan para pemuda. Aktivitas utama mereka berkisar dari pengajian rutin, pembinaan Al-Qur'an, hingga kegiatan sosial dan lingkungan yang berskala kota. Sebagai organisasi, PRIMA-DMI harus mampu mengelola sumber daya manusia (anggota) dan sumber daya finansial secara transparan dan akuntabel. Kejelasan struktur organisasi ini sangat penting untuk mendukung efektivitas strategi komunikasi dakwah.

Dalam konteks strategi komunikasi dakwah, PRIMA-DMI menghadapi tantangan unik sebagai organisasi pemuda di kota yang plural. Mereka harus mampu menyajikan dakwah yang inklusif, tidak memihak

pada satu kelompok, dan menghormati perbedaan pendapat di kalangan umat. Keberadaan mereka menjadi penyeimbang dalam peta dakwah Langsa yang mungkin masih didominasi oleh pola dakwah konvensional. Mereka memiliki potensi besar untuk menjadi percontohan bagi organisasi remaja masjid lainnya dalam hal inovasi program dan pemanfaatan media digital (Azhari, Karwati, & Novitasari, 2021). Peran sebagai pembaru ini menuntut kreativitas tanpa batas dan pemahaman mendalam tentang budaya lokal.

PRIMA-DMI juga berperan sebagai mitra strategis bagi Dewan Kemakmuran Masjid (DKM) dan Pemerintah Kota Langsa dalam menjalankan program-program sosial keagamaan. Kemitraan ini mencerminkan pengakuan terhadap peran pemuda dalam pembangunan kota dan stabilitas sosial. Melalui kolaborasi, PRIMA-DMI dapat mengakses sumber daya dan jaringan yang lebih luas untuk meningkatkan kualitas program dakwah mereka. Hubungan yang harmonis dengan DKM sangat penting agar kegiatan remaja masjid mendapatkan dukungan moral dan logistik yang memadai. Mereka bertindak sebagai perwakilan suara pemuda di institusi keagamaan resmi.

Secara keseluruhan, analisis terhadap PRIMA-DMI dalam penelitian ini akan fokus pada bagaimana mereka merumuskan strategi komunikasi dakwah yang spesifik untuk meningkatkan partisipasi masyarakat. Strategi mereka adalah manifestasi dari pemahaman teoritis tentang komunikasi dakwah yang disandingkan dengan kondisi empiris Kota Langsa. Keberhasilan mereka dalam memobilisasi partisipasi akan menjadi studi

kasus penting dalam model dakwah perkotaan berbasis kepemudaan (Suryani & Rahman, 2023). Hasil dari kajian ini diharapkan dapat memberikan masukan praktis bagi perhimpunan remaja masjid lain untuk mencapai tujuan yang sama.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Pada penelitian ini digunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pendekatan ini merupakan jenis penelitian yang dilakukan dalam setting tertentu dengan tujuan untuk menginvestigasi dan memahami fenomena secara mendalam, meliputi apa yang terjadi, mengapa hal itu terjadi, serta bagaimana proses terjadinya. Penelitian kualitatif berfokus pada penyajian gambaran naratif mengenai aktivitas dakwah yang dijalankan, bentuk strategi komunikasi yang digunakan, serta dampak dari strategi tersebut terhadap partisipasi masyarakat dalam kegiatan keagamaan. (Septiani & Wardana, 2022).

Melalui metode deskriptif kualitatif, penelitian ini berupaya menggambarkan, mendeskripsikan, dan memaparkan secara apa adanya realitas yang terjadi pada objek penelitian, yakni Perhimpunan Remaja Masjid - Dewan Masjid Indonesia (PRIMA-DMI) Kota Langsa.

Fokus kajian diarahkan pada strategi komunikasi dakwah yang mereka terapkan dalam meningkatkan keterlibatan dan partisipasi masyarakat, baik dalam bentuk kehadiran, dukungan, maupun keikutsertaan aktif pada berbagai kegiatan keagamaan di Kota Langsa. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman utuh mengenai pola komunikasi dakwah remaja masjid serta relevansinya dalam memperkuat kehidupan religius masyarakat setempat.

3.2. Kerangka Konsep

Kerangka konsep memberikan pemahaman tentang faktor atau komponen yang akan diteliti. Penelitian ini akan membantu orang yang membaca dapat memahami sesuai dengan tujuan yang ada pada penelitian ini dengan menggunakan konsep tersebut. Kerangka konsep pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 3.1 Kerangka Konsep



3.3. Defenisi Konsep

Definisi konsep adalah penjelesan mengenai kerangka kosnep. Untuk memperjelas dan menyederhanakan beberapan konsep uraian teoritis dalam penelitian maka penulis menyederhanakan beberapa konsep tersebut sebagai berikut:

A. Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi adalah perencanaan perpaduan antara manajemen komunikasi dan unsur-unsur komunikasi (komunikator, pesan, saluran) untuk mencapai tujuan optimal, seperti mengubah sikap atau perilaku khalayak. Teori ini melibatkan pemahaman kondisi situasi, penargetan audiens, dan penyusunan pesan yang sistematis agar efektif.

Strategi merupakan bagian integral dari rencana sedangkan rencana adalah produk dari rencana, yang pada akhirnya merupakan salah satu tugas mendasar dari proses manajemen. Strategi adalah "perhitungan" dari serangkaian kebijakan dan langkah-langkah eksekusi. Tentu saja, ada metode dan teknik untuk semuanya. Dan jika kita mengartikan strategi sebagai (seperangkat) pedoman, maka menjadi penting untuk mengetahui metode dan teknik pembuatan pedoman tersebut.

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa strategi secara umum adalah suatu teknik yang dirancang untuk menentukan arah dan tujuan sehingga dapat mencapai tujuan tertentu melalui penggunaan secara maksimal semua sumber daya yang terkait dengan tujuan tersebut. Strategi biasanya diterapkan oleh suatu organisasi, dengan eksekutif organisasi atau pejabat puncak merencanakan strategi agar langkah-langkah organisasi tepat, tetapi strategi juga dapat diterapkan oleh individu untuk mencapai tujuan yang diinginkan

B. Komunikasi Dakwah

Strategi komunikasi dakwah merupakan unsur penting dalam keberhasilan program keagamaan remaja masjid. Strategi ini tidak hanya berfokus pada penyampaian pesan, tetapi juga pada bagaimana pesan itu dikemas agar sesuai dengan kebutuhan audiens (Hidayat, 2020). Selain itu, penggunaan media dakwah yang tepat dapat meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam aktivitas masjid (Sari & Putra, 2021). Dengan demikian, komunikasi dakwah yang terencana dapat mendorong partisipasi sosial-keagamaan secara lebih luas (Rahman et al., 2022).

C. Partisipasi Masyarakat

Partisipasi masyarakat adalah keterlibatan aktif warga dalam seluruh rangkaian suatu program atau kegiatan, mulai dari tahap perencanaan dan pengambilan keputusan, pelaksanaan kegiatan, pemanfaatan hasil, hingga evaluasi program tersebut (Cohen & Uphoff, 1977). Bentuk partisipasi dapat muncul sebagai sumbangan pemikiran, kerja langsung di lapangan, serta kontribusi harta benda/biaya sesuai kemampuan masing-masing warga, sehingga keterlibatan itu bersifat sukarela dan menjadi tanda adanya rasa memiliki terhadap kegiatan bersama (Sumaryadi, 2010). Dalam konteks kegiatan keagamaan di masjid, partisipasi masyarakat tampak pada kesediaan warga untuk ikut hadir, membantu pelaksanaan acara, serta terlibat dalam kegiatan sosial-keagamaan yang diinisiasi remaja masjid, baik melalui dukungan ide, tenaga, maupun dana (Rismaningsih & Suprayitno, 2019).

3.4. Katagorisasi

Kategorisasi memperlihatkan bagaimana cara mengukur sebuah variable penelitian hingga diketahui dengan cara apa yang menjadi kategorisasi pada penelitian dan juga untuk menganalisis dari variable tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1 Kategorisasi Penelitian

No	Katagorisasi	INDIKATOR
1.	Strategi Komunikasi	1. Pemilihan media dan saluran komunikasi 2. Penyusunan pesan yang jelas dan persuasif 3. Evaluasi efektivitas komunikasi dan dampak perubahan perilaku audiens
2.	Komunikasi Dakwah	1. Komunikator (da'i) dan Pesan dakwah 2. Metode penyampaian 3. Komunikan (mad'u) dan Efektivitas komunikasi
3.	Partisipasi Masyarakat Dalam Kegiatan Keagamaan	1. Partisipasi Material/Modal: 2. Partisipasi Pengambilan Keputusan 3. Partisipasi Evaluasi

3.5. Narasumber

Informan atau narasumber adalah orang yang menjadi subjek dalam penelitian dan berperan membantu memberikan informasi yang dibutuhkan selama proses penelitian berlangsung. Informan dipilih karena dianggap mengetahui, memahami, serta terlibat langsung dengan fokus penelitian sehingga mampu memberikan data yang relevan dan mendalam. Informan

sebagai narasumber ditentukan secara sengaja (*intentional*) sesuai kebutuhan penelitian, sehingga mereka dapat memberikan berbagai informasi terkait strategi komunikasi dakwah Perhimpunan Remaja Masjid - Dewan Masjid Indonesia (PRIMA-DMI) Kota Langsa dalam meningkatkan partisipasi masyarakat pada kegiatan keagamaan (Rukajar, 2021).

Dengan menggunakan metode *purposive sampling*, informan ditentukan berdasarkan kriteria berikut:

1. Pengurus Perhimpunan Remaja Masjid - Dewan Masjid Indonesia (PRIMA-DMI) Kota Langsa (misalnya ketua, sekretaris, atau koordinator bidang dakwah/keagamaan), karena mereka terlibat langsung dalam perencanaan dan pelaksanaan strategi komunikasi dakwah.
2. Anggota aktif Remaja Masjid Kota Langsa, karena mereka menjadi pelaksana kegiatan dakwah serta berinteraksi langsung dengan masyarakat dalam proses komunikasi.
3. Tokoh masyarakat/Imum atau pengurus masjid setempat, karena mereka memiliki pandangan tentang efektivitas kegiatan dakwah serta mengetahui respons masyarakat terhadap program remaja masjid.
4. Masyarakat/jamaah yang mengikuti kegiatan keagamaan, baik yang rutin maupun yang sesekali hadir, karena mereka adalah sasaran dakwah sekaligus pihak yang menunjukkan tingkat partisipasi dalam kegiatan keagamaan.

3.6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan prosedur sistematis yang digunakan peneliti untuk memperoleh data yang relevan, akurat, dan sesuai dengan tujuan penelitian. Dalam penelitian kualitatif, teknik pengumpulan data diarahkan untuk memahami makna, proses, dan pengalaman subjektif dari subjek penelitian terhadap fenomena yang dikaji.

Menurut Creswell dan Poth (2023), teknik pengumpulan data kualitatif menekankan penggalian data secara mendalam (in-depth) melalui interaksi langsung dengan subjek penelitian dalam konteks alami. Oleh karena itu, data yang diperoleh bersifat deskriptif, naratif, dan kontekstual. Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data digunakan untuk menggali secara komprehensif peran komunikasi pelatih Paskibra dalam pembentukan karakter dan kepemimpinan anggota, serta faktor-faktor yang mendukung dan menghambat proses tersebut.

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini sebagai berikut:

a. Wawancara

Wawancara dalam penelitian kualitatif merupakan proses tanya jawab yang memiliki tujuan tertentu dan diawali dengan beberapa pertanyaan informal. Wawancara dilakukan untuk memperoleh informasi secara mendalam dari informan, sehingga hubungan asimetris antara peneliti dan informan perlu tampak jelas. Pertanyaan yang diajukan cenderung mengarahkan pada pengungkapan perasaan, persepsi, pengalaman, serta

pemikiran partisipan terkait fokus penelitian (Rukajar, 2021).

Dalam penelitian ini, wawancara dilakukan secara langsung dengan para informan seperti pengurus dan anggota Remaja Masjid Kota Langsa, tokoh masjid, serta masyarakat/jamaah. Melalui pertanyaan yang spesifik dan mendalam, peneliti memperoleh data mengenai strategi komunikasi dakwah yang diterapkan, bentuk-bentuk penyampaian pesan dakwah, media yang digunakan, serta respons masyarakat terhadap kegiatan keagamaan yang diselenggarakan.

b. Observasi

Observasi pada penelitian ini dilakukan dengan cara pengamatan langsung terhadap objek penelitian, yaitu aktivitas dakwah dan program keagamaan yang dilaksanakan oleh Perhimpunan Remaja Masjid - Dewan Masjid Indonesia (PRIMA-DMI) Kota Langsa . Observasi dilakukan untuk memahami secara nyata bagaimana strategi komunikasi dakwah diterapkan di lapangan, termasuk pola interaksi remaja masjid dengan masyarakat, bentuk kegiatan keagamaan, serta situasi sosial yang memengaruhi tingkat partisipasi masyarakat.

Peneliti menggunakan teknik observasi partisipatif, yaitu peneliti tidak hanya mengamati tetapi juga ikut terlibat secara terbatas dalam kegiatan yang dilakukan remaja masjid, seperti menghadiri pengajian, mengikuti peringatan hari besar Islam, atau aktivitas sosial-keagamaan lainnya. Cara ini bertujuan memperoleh data yang lebih kontekstual, rinci, dan mendalam mengenai proses komunikasi dakwah serta keterlibatan

masyarakat dalam kegiatan keagamaan.

c. Dokumentasi

Teknik dokumentasi digunakan untuk melengkapi dan mendukung data yang diperoleh dari wawancara dan observasi. Dokumentasi dalam penelitian ini mencakup berbagai sumber yang relevan dengan strategi komunikasi dakwah Perhimpunan Remaja Masjid - Dewan Masjid Indonesia (PRIMA-DMI) Kota Langsa , seperti arsip program kerja, foto dan video kegiatan keagamaan, pamflet atau poster dakwah, catatan rapat, laporan kegiatan, serta konten media sosial remaja masjid (Ayumsari, 2022).

Dokumen-dokumen tersebut membantu peneliti menelusuri jejak kegiatan dakwah yang telah dilakukan, memperkuat hasil temuan lapangan, serta memberikan gambaran tentang konsistensi strategi komunikasi dakwah dalam meningkatkan partisipasi masyarakat.

3.7. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan proses sistematis yang digunakan peneliti untuk mengolah, menafsirkan, dan menarik makna dari data yang telah dikumpulkan, sehingga diperoleh temuan penelitian yang relevan dengan tujuan penelitian. Dalam penelitian kualitatif, analisis data tidak hanya berfokus pada hasil akhir, tetapi juga pada proses memahami makna, pola, dan hubungan sosial yang muncul dari data lapangan. Menurut Miles, Huberman, dan Saldaña (2020), analisis data kualitatif adalah proses yang berlangsung secara terus-menerus sejak pengumpulan data dimulai hingga

penelitian selesai. Dengan demikian, analisis data dalam penelitian kualitatif bersifat interaktif, reflektif, dan simultan, bukan tahap yang berdiri sendiri setelah pengumpulan data.

a. Reduksi Data

Reduksi data adalah proses penyederhanaan, pemilihan, dan pemusatan perhatian pada data yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumentasi. Proses ini dilakukan secara terus-menerus selama penelitian untuk memastikan data yang digunakan relevan dengan fokus penelitian. Data yang tidak relevan atau berulang akan dihilangkan untuk menjaga efisiensi dalam pengolahan informasi. Reduksi data juga membantu peneliti memusatkan perhatian pada aspek-aspek utama yang diperlukan untuk menjawab pertanyaan penelitian.

b. Penyajian Data

Penyajian data dilakukan dengan menyusun informasi yang telah direduksi dalam bentuk yang mudah dipahami, seperti narasi deskriptif, tabel, atau diagram. Hal ini bertujuan untuk mempermudah penarikan kesimpulan berdasarkan data yang telah dianalisis. Penyajian data membantu peneliti mengidentifikasi hubungan atau pola yang muncul dari data. Dengan demikian, data yang disajikan dapat menjadi dasar yang kuat untuk analisis lebih lanjut.

c. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan dilakukan dengan mengidentifikasi pola, hubungan, atau temuan penting dari data yang telah disajikan.

Kesimpulan dirumuskan untuk menjawab tujuan penelitian secara menyeluruh berdasarkan data yang valid dan relevan. Proses ini melibatkan refleksi dan evaluasi data untuk memastikan kesimpulan yang diambil sesuai dengan hasil penelitian. Kesimpulan yang dibuat akan memberikan kontribusi penting dalam memahami fenomena yang diteliti.

3.8.Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah di Perhimpunan Remaja Masjid - Dewan Masjid Indonesia Konsep (PRIMA-DMI) Kota Langsa , Provinsi Aceh. Penelitian dilakukan pada beberapa masjid dan titik kegiatan yang menjadi pusat aktivitas Remaja Masjid Kota Langsa, seperti sekretariat/pusat koordinasi remaja masjid serta lokasi pelaksanaan program dakwah dan kegiatan keagamaan. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada relevansinya dengan fokus penelitian, yaitu strategi komunikasi dakwah yang dijalankan oleh remaja masjid dalam meningkatkan partisipasi masyarakat.

PRIMA-DMI Kota Langsa merupakan organisasi kepemudaan berbasis masjid yang berada di bawah naungan Dewan Masjid Indonesia (DMI). Organisasi ini memiliki peran penting dalam menggerakkan aktivitas dakwah di kalangan remaja serta menjembatani komunikasi antara pengurus masjid dengan masyarakat.

Dalam menjalankan fungsinya, PRIMA-DMI aktif menyelenggarakan berbagai kegiatan keagamaan seperti kajian Islam, pelatihan dakwah, peringatan hari besar Islam, serta kegiatan sosial yang bertujuan meningkatkan partisipasi masyarakat. Kaitannya dengan penelitian ini,

PRIMA-DMI Kota Langsa menjadi lokasi yang relevan karena organisasi ini menerapkan berbagai strategi komunikasi dakwah dalam mengajak dan melibatkan masyarakat, khususnya generasi muda, untuk berpartisipasi dalam kegiatan keagamaan. Strategi tersebut meliputi penggunaan media komunikasi, pendekatan interpersonal, serta pemanfaatan kegiatan sosial sebagai sarana dakwah.

Selain itu, aksesibilitas lokasi yang cukup baik serta keterbukaan organisasi dalam memberikan informasi menjadi faktor pendukung dalam proses pengumpulan data. Dengan demikian, PRIMA-DMI Kota Langsa dinilai sebagai lokasi yang tepat untuk mengkaji bagaimana strategi komunikasi dakwah yang diterapkan mampu meningkatkan partisipasi masyarakat dalam kegiatan keagamaan.

Waktu penelitian dilaksanakan selama tiga bulan, dimulai pada bulan Desember 2025 sampai dengan Maret 2026. Rentang waktu tersebut digunakan untuk melakukan pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi secara bertahap agar memperoleh gambaran yang utuh mengenai pelaksanaan strategi komunikasi dakwah serta respons dan partisipasi masyarakat dalam kegiatan keagamaan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini disusun berdasarkan data yang diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi di PRIMA-DMI Kota Langsa. Penyajian data dilakukan sesuai dengan kategorisasi fokus penelitian, yaitu strategi komunikasi, komunikasi dakwah, dan partisipasi masyarakat dalam kegiatan keagamaan.

4.1.1. Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi yang diterapkan oleh PRIMA-DMI Kota Langsa memiliki peran yang sangat penting dalam mendukung keberhasilan kegiatan dakwah dan meningkatkan partisipasi masyarakat dalam kegiatan keagamaan. Strategi ini memungkinkan organisasi untuk menjangkau berbagai kalangan, terutama generasi muda, sehingga mereka terdorong untuk berpartisipasi aktif, baik secara materi, tenaga, maupun waktu. Melalui pemilihan media komunikasi yang tepat, penyusunan pesan yang jelas, dan pendekatan yang persuasif, masyarakat lebih mudah memahami informasi kegiatan dan termotivasi untuk terlibat.

Selain itu, strategi komunikasi yang efektif turut memperkuat kredibilitas PRIMA-DMI di mata masyarakat. Pemilihan da'i yang kompeten dan kemampuan mereka dalam menyampaikan pesan dakwah dengan bahasa yang mudah dipahami membuat jamaah lebih percaya dan antusias mengikuti kegiatan. Strategi komunikasi ini juga

menciptakan interaksi dua arah yang baik antara pengurus, da'i, dan masyarakat. Metode seperti diskusi, tanya jawab, dan pendekatan personal tidak hanya meningkatkan pemahaman pesan, tetapi juga memberikan kesempatan bagi jamaah untuk menyampaikan masukan yang berguna bagi perbaikan program dakwah. Lebih jauh, strategi komunikasi yang diterapkan memfasilitasi penyebaran nilai-nilai keagamaan secara luas. Media sosial dan pengumuman langsung di masjid memungkinkan dakwah menjangkau khalayak yang lebih luas, sekaligus meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap peran remaja masjid. Strategi ini juga menjadi sarana untuk mengevaluasi efektivitas kegiatan. Feedback dari jamaah dan pengurus membantu PRIMA-DMI menilai keberhasilan program, sehingga perbaikan dan penyesuaian dapat dilakukan agar dakwah berjalan lebih optimal. Secara keseluruhan, strategi komunikasi PRIMA-DMI Kota Langsa bukan hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga sebagai alat penting dalam membangun partisipasi, kepercayaan, dan hubungan yang efektif dengan masyarakat. Dengan demikian, tujuan dakwah dan pembinaan generasi muda dapat tercapai secara maksimal.

(1) Pemilihan Media dan Saluran Komunikasi

Apakah media Komunikasi yang dipergunaka sebagai saluran Komunikasi Dakwah Perhimpunan Remaja Masjid Kota Langsa Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Dalam Kegiatan Keagamaan dan apakah media tersebut membantu dalam orientasi dakwah kepada para jama'ah ?

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ketua PRIMA-DMI Langsa: Teuku Muhammad Al Azmi dan Sekretaris PRIMA-DMI Langsa: Syam Hananan, S. Sos. , diketahui bahwa media komunikasi yang digunakan meliputi media sosial (WhatsApp, Instagram, Facebook) serta media langsung seperti pengumuman di masjid dan komunikasi tatap muka. Ketua PRIMA-DMI menyatakan bahwa media sosial sangat membantu dalam menyebarkan informasi kegiatan secara cepat dan menjangkau kalangan remaja. Sementara itu, tokoh masyarakat (Imam masjid) menegaskan bahwa pengumuman langsung di masjid masih menjadi sarana yang efektif untuk menjangkau jama'ah yang lebih luas. Dari sisi jamaah, media tersebut dinilai cukup membantu dalam mengetahui informasi kegiatan keagamaan dan mendorong mereka untuk ikut berpartisipasi.

Penggunaan berbagai media komunikasi dalam menyampaikan dakwah, antara lain media sosial seperti WhatsApp, Instagram, dan Facebook, serta media langsung seperti pengumuman di masjid dan komunikasi tatap muka. Penggunaan media sosial dinilai cukup efektif dalam menjangkau kalangan remaja dan masyarakat umum secara luas dan cepat. Sementara itu, komunikasi langsung melalui masjid tetap menjadi sarana utama dalam menyampaikan informasi kegiatan keagamaan. Media-media tersebut terbukti membantu dalam orientasi dakwah kepada jama'ah, terutama dalam meningkatkan kesadaran dan keikutsertaan masyarakat.

(2) Penyusunan Pesan yang Jelas dan Persuasif

Apakah dalam program Perhimpunan Remaja Masjid Kota Langsa Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Dalam Kegiatan Keagamaan sudah dirumuskan/diagendakan upaya penyusunan pesan yang jelas dan apakah hal itu berjalan secara efektif

Sekretaris PRIMA-DMI Langsa: Syam Hananan, S. Sos. menjelaskan bahwa pesan dakwah biasanya disusun dengan bahasa yang sederhana dan menyesuaikan kondisi masyarakat. Anggota remaja masjid juga menambahkan bahwa pesan yang disampaikan lebih bersifat ajakan dan motivasi. Namun, dari hasil wawancara diketahui bahwa belum terdapat standar khusus dalam penyusunan pesan dakwah. Meskipun demikian, jamaah menilai bahwa pesan yang disampaikan sudah cukup jelas dan mudah dipahami.

Dalam pelaksanaan program dakwah, PRIMA-DMI telah merancang pesan-pesan dakwah yang disesuaikan dengan kondisi dan kebutuhan masyarakat. Pesan disusun dengan bahasa yang sederhana, mudah dipahami, serta mengandung ajakan yang bersifat persuasif. Namun demikian, berdasarkan temuan di lapangan, penyusunan pesan belum sepenuhnya terstruktur secara formal, melainkan masih bergantung pada kemampuan masing-masing pengurus atau da'i. Meskipun demikian, pesan yang disampaikan tetap dapat diterima dengan baik oleh masyarakat.

(3) Evaluasi Efektivitas Komunikasi

Apakah ada evaluasi efektifitas komunikasi dan dampak perubahan perilaku audiens dalam orientasi pencapaian tujuan Perhimpunan Remaja Masjid Kota Langsa Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Dalam Kegiatan Keagamaan?

Ketua PRIMA-DMI Langsa: Teuku Muhammad Al Azmi menyampaikan bahwa evaluasi dilakukan setelah kegiatan melalui diskusi internal. Anggota remaja masjid juga mengungkapkan bahwa evaluasi biasanya melihat tingkat kehadiran peserta dan respon jamaah.

Tokoh Masyarakat: Pj Geuchik Gampong Paya Bujok Beuramo : Teuku Abdul Malik, S. Sos., M.H., CPM menyatakan bahwa terdapat perubahan positif pada remaja, seperti meningkatnya keaktifan di masjid. Jamaah juga mengakui adanya peningkatan minat dalam mengikuti kegiatan keagamaan, meskipun evaluasi belum dilakukan secara formal dan terstruktur.

PRIMA-DMI Kota Langsa melakukan evaluasi terhadap kegiatan dakwah, meskipun belum dilakukan secara sistematis dan terjadwal. Evaluasi biasanya dilakukan melalui diskusi internal pengurus setelah kegiatan berlangsung.

Dari hasil evaluasi tersebut, diketahui adanya peningkatan partisipasi masyarakat, meskipun belum merata di semua kalangan. Perubahan perilaku audiens terlihat dari meningkatnya kehadiran jama'ah dalam kegiatan keagamaan serta keterlibatan aktif remaja dalam kegiatan masjid.

4.1.2. Komunikasi Dakwah

Aktualisasi komunikasi dakwah oleh PRIMA-DMI Kota Langsa terlihat melalui berbagai upaya konkret yang dilakukan untuk menyampaikan pesan keagamaan dan membangun partisipasi masyarakat. Organisasi ini tidak hanya menyampaikan materi dakwah secara formal melalui ceramah, pengajian rutin, atau pelatihan, tetapi juga memanfaatkan metode komunikasi yang interaktif, persuasif, dan kontekstual sesuai dengan kebutuhan jamaah.

Dalam praktiknya, aktualisasi komunikasi dakwah dilakukan melalui pemilihan media yang tepat, baik media digital seperti WhatsApp, Instagram, dan Facebook, maupun media langsung di masjid. Media sosial digunakan untuk menjangkau remaja dan masyarakat luas, sementara komunikasi langsung di masjid tetap penting untuk membangun kedekatan emosional dengan jamaah. Hal ini menunjukkan bahwa PRIMA-DMI mampu menyesuaikan cara komunikasi dengan karakteristik audiens agar pesan dakwah lebih efektif.

Selain itu, penyampaian dakwah oleh da'i juga dilakukan dengan metode yang variatif, seperti ceramah interaktif, diskusi kelompok, tanya jawab, serta pendekatan personal kepada masyarakat. Pendekatan ini membuat jamaah lebih aktif terlibat, mudah memahami pesan dakwah, dan merasa memiliki kegiatan yang diselenggarakan. Metode ini menjadi bukti aktualisasi komunikasi

dakwah yang tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga persuasif dan edukatif.

Aktualisasi komunikasi dakwah PRIMA-DMI juga terlihat dari keterlibatan masyarakat dalam setiap kegiatan. Masyarakat diberi ruang untuk memberikan masukan, berpartisipasi dalam perencanaan kegiatan, hingga evaluasi program. Dengan demikian, komunikasi dakwah tidak hanya terjadi satu arah, tetapi membentuk interaksi dua arah yang efektif, yang pada gilirannya meningkatkan partisipasi, kesadaran keagamaan, dan solidaritas masyarakat terhadap kegiatan masjid. Secara keseluruhan, aktualisasi komunikasi dakwah PRIMA-DMI Kota Langsa menunjukkan bahwa organisasi ini mampu mengimplementasikan strategi komunikasi secara nyata, sehingga pesan keagamaan tersampaikan dengan baik, partisipasi masyarakat meningkat, dan tujuan dakwah serta pembinaan remaja masjid dapat tercapai secara optimal.

(4) Komunikator (Da'i) dan Pesan Dakwah

Bagaimana Anda menilai kredibilitas atau kemampuan da'i dalam menyampaikan dakwah dan ketertarikan jama'ah pada pesan yang disampaikan da'i tersebut?

Berdasarkan wawancara dengan Tokoh Masyarakat: Pj Geuchik Gampong Paya Bujok Beuramo : Teuku Abdul Malik, S. Sos., M.H., CPM dan Jama'ah Mesjid Masjid Nurul Iman Gampong Tualang Teungoh: Zakaria Abu Bakar, MM., da'i yang menyampaikan dakwah dinilai memiliki kemampuan yang baik dalam

menyampaikan materi. Mereka dianggap memiliki pengetahuan agama yang cukup serta mampu berkomunikasi dengan baik.

Ketua PRIMA-DMI Langsa: Teuku Muhammad Al Azmi juga menyampaikan bahwa pemilihan da'i dilakukan dengan mempertimbangkan kemampuan komunikasi dan pemahaman keagamaan. Jamaah mengaku lebih tertarik mengikuti kegiatan jika penyampaian dakwah dilakukan secara menarik dan tidak monoton. Kredibilitas da'i dalam menyampaikan dakwah dinilai cukup baik oleh jama'ah. Para da'i yang terlibat umumnya memiliki pengetahuan agama yang memadai serta kemampuan komunikasi yang baik. Selain itu, gaya penyampaian yang santai namun tetap serius membuat jama'ah lebih tertarik untuk mengikuti kegiatan dakwah. Hal ini menunjukkan bahwa peran komunikator sangat penting dalam menarik minat masyarakat.

(5). Metode Penyampaian

Metode apa yang biasanya digunakan da'i dalam menyampaikan dakwah dan Apakah metode tersebut menarik dan tidak membosankan?

Sekretaris PRIMA-DMI Langsa: Syam Hananan, S. Sos. dan Jama'ah Mesjid Masjid Nurul Iman Gampong Tualang Teungoh: Zakaria Abu Bakar, MM. menjelaskan bahwa metode yang digunakan meliputi ceramah, diskusi, dan tanya jawab. Dalam beberapa kegiatan, digunakan pendekatan santai agar jamaah lebih nyaman. Jamaah

menilai metode ini cukup menarik karena memberikan kesempatan untuk berinteraksi langsung.

Tokoh Masyarakat: Pj Geuchik Gampong Paya Bujok Beuramo : Teuku Abdul Malik, S. Sos., M.H., CPM juga menilai metode tersebut efektif dalam meningkatkan pemahaman keagamaan. Metode yang digunakan dalam penyampaian dakwah antara lain ceramah, diskusi interaktif, dan tanya jawab. Dalam beberapa kegiatan, juga digunakan metode pendekatan personal dan kelompok kecil. Metode ini dinilai cukup menarik dan tidak membosankan karena adanya interaksi antara da'i dan jama'ah. Hal ini membuat jama'ah lebih aktif dan tidak hanya menjadi pendengar pasif.

(6). Komunikasikan (Mad'u) dan Efektivitas Komunikasi

Bagaimana menurut Anda isi pesan dakwah yang disampaikan, Apakah pesan yang disampaikan mudah dipahami?

Dari hasil wawancara dengan Jama'ah Masjid Masjid Nurul Iman Gampong Tualang Teungoh: Zakaria Abu Bakar, MM. diketahui bahwa pesan dakwah yang disampaikan mudah dipahami karena menggunakan bahasa yang sederhana dan relevan dengan kehidupan sehari-hari. Anggota remaja masjid juga menyatakan bahwa pendekatan yang digunakan membuat masyarakat lebih terbuka dalam menerima pesan dakwah. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi yang dilakukan cukup efektif. masyarakat menilai bahwa pesan dakwah yang disampaikan mudah dipahami karena menggunakan bahasa yang sederhana dan relevan dengan kehidupan

sehari-hari. Efektivitas komunikasi dakwah terlihat dari adanya respon positif dari jama'ah, seperti meningkatnya pemahaman keagamaan serta perubahan sikap dan perilaku ke arah yang lebih baik.

4.1.3. Partisipasi Masyarakat dalam Kegiatan Keagamaan

Partisipasi masyarakat dalam kegiatan keagamaan yang diselenggarakan oleh PRIMA-DMI Kota Langsa merupakan indikator penting keberhasilan komunikasi dakwah dan pengelolaan organisasi remaja masjid. Partisipasi ini terlihat dalam berbagai bentuk, mulai dari kehadiran jamaah dalam pengajian, kajian rutin, pelatihan dakwah, hingga keterlibatan dalam kegiatan sosial yang berhubungan dengan masjid.

Masyarakat tidak hanya hadir sebagai peserta pasif, tetapi juga turut aktif memberikan kontribusi dalam bentuk material, tenaga, dan ide. Misalnya, mereka membantu penyelenggaraan kegiatan, memberikan sumbangan dana atau fasilitas, serta terlibat dalam kepanitiaan. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi dakwah yang diterapkan oleh PRIMA-DMI berhasil mendorong masyarakat untuk memiliki rasa memiliki terhadap kegiatan masjid.

Selain partisipasi material, masyarakat juga dilibatkan dalam pengambilan keputusan terkait kegiatan keagamaan. Anggota remaja masjid dan jamaah diberi kesempatan untuk menyampaikan masukan, memilih program kegiatan, dan menilai efektivitas pelaksanaan kegiatan. Keterlibatan ini mencerminkan komunikasi dua arah yang

efektif antara pengurus PRIMA-DMI dan masyarakat, sehingga keputusan yang diambil lebih diterima dan relevan dengan kebutuhan jamaah.

Berdasarkan wawancara dengan Ketua PRIMA-DMI Langsa: Teuku Muhammad Al Azmi dan Sekretaris PRIMA-DMI Langsa: Syam Hananan, S. Sos. Menyampaikan bahwa partisipasi masyarakat juga terlihat dalam proses evaluasi kegiatan. Feedback dari jamaah digunakan oleh pengurus untuk menilai keberhasilan program dan merencanakan perbaikan pada kegiatan berikutnya. Hal ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi dakwah PRIMA-DMI tidak hanya berhenti pada penyampaian pesan, tetapi terus berlanjut melalui interaksi dan keterlibatan masyarakat.

Dengan demikian, partisipasi masyarakat dalam kegiatan keagamaan di PRIMA-DMI Kota Langsa bukan hanya sekadar kehadiran fisik, tetapi juga mencakup keterlibatan aktif dalam perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Tingginya tingkat partisipasi ini menjadi bukti bahwa strategi komunikasi dakwah yang diterapkan efektif dalam membangun hubungan, meningkatkan kesadaran keagamaan, dan memperkuat peran remaja masjid sebagai agen pembinaan masyarakat.

(7) Partisipasi Material/Modal

Apakah program dakwah Perhimpunan Remaja Masjid Kota Langsa Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Dalam mendukung pembangunan dan pengembanga peran Remaja mesjid dan jama'ah ?

Ketua PRIMA-DMI Langsa: Teuku Muhammad Al Azmi dan Sekretaris PRIMA-DMI Langsa: Syam Hananan, S. Sos. menyebutkan bahwa masyarakat turut berpartisipasi dalam bentuk dana, tenaga, dan fasilitas. Hal ini diperkuat oleh pernyataan Tokoh Masyarakat: Pj Geuchik Gampong Paya Bujok Beuramo : Teuku Abdul Malik, S. Sos., M.H., CPM yang menyatakan bahwa kegiatan keagamaan mendapat dukungan dari berbagai pihak. Jamaah juga mengakui bahwa mereka ikut berkontribusi sesuai kemampuan, baik dalam bentuk materi maupun kehadiran.

Partisipasi masyarakat dalam bentuk material terlihat dari adanya dukungan dana, fasilitas, serta tenaga dalam setiap kegiatan yang diselenggarakan oleh PRIMA-DMI. Dukungan ini menunjukkan adanya kepedulian masyarakat terhadap kegiatan keagamaan dan pengembangan remaja masjid.

(8). Partisipasi dalam Pengambilan Keputusan

Apakah Strategi Komunikasi Dakwah Perhimpunan Remaja Masjid Kota Langsa Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat berjalan efektif Dalam Kegiatan Keagamaan ?

Ketua PRIMA-DMI Langsa: Teuku Muhammad Al Azmi dan Sekretaris PRIMA-DMI Langsa: Syam Hananan, S. Sos. menjelaskan bahwa anggota remaja masjid dilibatkan dalam perencanaan kegiatan.

Jama'ah Masjid Nurul Iman Gampong Tualang Teungoh: Zakaria Abu Bakar, MM. juga menyatakan bahwa mereka sering ikut memberikan ide dan masukan. Tokoh Masyarakat: Pj Geuchik Gampong Paya Bujok Beuramo : Teuku Abdul Malik, S. Sos., M.H., CPM menilai bahwa keterlibatan ini menunjukkan adanya komunikasi yang baik antara pengurus dan masyarakat, sehingga kegiatan lebih diterima oleh jamaah. Masyarakat, khususnya remaja masjid, juga dilibatkan dalam proses pengambilan keputusan, seperti perencanaan kegiatan dan penentuan program dakwah. Hal ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan cukup efektif dalam membangun keterlibatan aktif masyarakat.

(9) Partisipasi dalam Evaluasi

Apakah Strategi Komunikasi Dakwah Perhimpunan Remaja Masjid Kota Langsa Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat berjalan efektif Dalam Kegiatan Keagamaan selalu dilakukan evaluasi dan bagaimana hasil capainya ?

Ketua PRIMA-DMI Langsa: Teuku Muhammad Al Azmi dan Sekretaris PRIMA-DMI Langsa: Syam Hananan, S. Sos. menyatakan bahwa evaluasi dilakukan secara internal, namun tetap menerima masukan dari masyarakat. Jamaah biasanya memberikan saran secara langsung maupun informal. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa kegiatan dakwah berjalan cukup efektif dalam meningkatkan partisipasi masyarakat, meskipun masih diperlukan perbaikan dalam sistem evaluasi yang lebih terstruktur. Evaluasi kegiatan keagamaan tidak hanya dilakukan oleh pengurus, tetapi juga melibatkan masukan

dari jama'ah. Masukan tersebut biasanya disampaikan secara langsung maupun melalui komunikasi informal. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa secara umum strategi komunikasi dakwah yang diterapkan sudah berjalan cukup efektif, meskipun masih perlu peningkatan dalam hal perencanaan dan evaluasi yang lebih sistematis.

4.2. Pembahasan Berdasarkan Kategorisasi dan Pertanyaan

4.2.1. Strategi Komunikasi

Perkembangan teknologi dan perubahan sosial membuat pola partisipasi masyarakat dalam kegiatan keagamaan mengalami pergeseran. Remaja sebagai agen perubahan memiliki peran strategis dalam menghidupkan kembali aktivitas keagamaan di lingkungan masjid. PRIMA-DMI sebagai organisasi remaja masjid di bawah Dewan Masjid Indonesia memiliki tanggung jawab dalam mengelola dakwah yang efektif dan relevan dengan kebutuhan masyarakat.

1. Pemilihan Media dan Saluran Komunikasi

Dakwah hakikatnya adalah aktivitas komunikasi yang memiliki misi transenden, yaitu menyeru kepada kebaikan dan mencegah kemungkaran. Proses ini melibatkan interaksi antara pihak yang menyampaikan pesan (Da'i) dan pihak yang menerima pesan (Mad'u) dalam konteks sosial keagamaan yang spesifik.

Terdapat penekanan pada penggunaan etika komunikasi yang baik dan santun agar pesan dapat diterima dengan hati terbuka (Rahmah, 2023). Saat ini informasi memegang kendali perkembangan dunia,

bahkan tidak dapat dipungkiri menjadi kebutuhan pokok masyarakat, yang berarti pola konsumsi masyarakat terhadap informasi layaknya makanan utama. (Corry Novrica AP Sinaga, 2023). Fungsi edukasi dakwah sangat penting dalam membentuk pemahaman Islam yang komprehensif dan moderat di kalangan masyarakat. Melalui kegiatan dakwah yang terencana, masyarakat diajak untuk belajar tentang hukum, ibadah, serta sejarah kebudayaan Islam.

Berdasarkan hasil wawancara dengan lima narasumber, ditemukan bahwa PRIMA-DMI Kota Langsa menggunakan kombinasi media komunikasi langsung dan digital dalam menyampaikan dakwah.

Narasumber Ketua PRIMA-DMI Langsa: Teuku Muhammad Al Azmi dan Sekretaris PRIMA-DMI Langsa: Syam Hananan, S. Sos. menjelaskan bahwa media sosial seperti WhatsApp, Instagram, dan Facebook menjadi sarana utama untuk menyebarkan informasi kegiatan karena dinilai cepat dan menjangkau kalangan remaja. Sementara itu, Narasumber Direktur Bidang Pelatihan dan Instruktur: Tengku Muhammad Sabil menambahkan bahwa pengumuman langsung di masjid masih tetap digunakan, terutama untuk menjangkau masyarakat yang kurang aktif di media sosial.

PRIMA-DMI (Pemuda Remaja Masjid Dewan Masjid Indonesia) Kota Langsa dapat dilihat sebagai contoh menarik dalam memadukan komunikasi dakwah tradisional (langsung) dengan pendekatan digital yang lebih modern. Kombinasi ini penting karena menjangkau dua

segmen audiens sekaligus: masyarakat yang aktif secara fisik di lingkungan masjid dan generasi muda yang lebih banyak berinteraksi di ruang digital.

Dari sisi komunikasi langsung tersebut, PRIMA-DMI biasanya mengandalkan kegiatan seperti kajian rutin, ceramah, pelatihan keislaman, serta kegiatan sosial di masjid. Pendekatan ini memiliki keunggulan dalam membangun kedekatan emosional, kepercayaan, dan interaksi dua arah yang lebih mendalam. Jamaah dapat langsung bertanya, berdiskusi, dan merasakan kebersamaan komunitas. Ini sangat efektif untuk membentuk karakter dan memperkuat ukhuwah.

Narasumber Tokoh Masyarakat: Pj Geuchik Gampong Paya Bujok Beuramo : Teuku Abdul Malik, S. Sos., M.H., CPM menekankan bahwa penggunaan grup WhatsApp komunitas cukup efektif dalam meningkatkan partisipasi karena bersifat lebih personal dan interaktif. Sedangkan Narasumber Tokoh Masyarakat: Pj Geuchik Gampong Paya Bujok Beuramo : Teuku Abdul Malik, S. Sos., M.H., CPM menyatakan bahwa meskipun media digital dominan, pendekatan tatap muka seperti ajakan langsung tetap penting untuk membangun kedekatan emosional. Secara keseluruhan, pemilihan media komunikasi dilakukan secara kombinitif (online dan offline) untuk menjangkau berbagai lapisan masyarakat.

Dalam komunikasi digital, PRIMA-DMI memanfaatkan platform seperti media sosial (Instagram, Facebook, TikTok) dan mungkin juga

WhatsApp untuk menyebarkan konten dakwah. Konten yang dibagikan bisa berupa video singkat, kutipan motivasi islami, dokumentasi kegiatan, hingga pengumuman acara. Kelebihan pendekatan ini adalah jangkauan yang luas, kecepatan penyebaran informasi, serta kemampuan menarik minat generasi muda yang akrab dengan teknologi.

Kombinasi kedua pendekatan ini menunjukkan beberapa keunggulan: Efektivitas jangkauan: Dakwah tidak terbatas pada ruang masjid saja; Konsistensi pesan: Pesan yang disampaikan langsung bisa diperkuat kembali melalui konten digital; Branding organisasi: PRIMA-DMI terlihat aktif, relevan, dan adaptif terhadap perkembangan zaman. Namun, ada juga beberapa tantangan yakni; Konsistensi kualitas konten digital; Tidak semua konten menarik atau sesuai dengan target audiens; Keterbatasan SDM digital: Dibutuhkan tim yang paham desain, editing, dan strategi media sosial. Risiko distraksi atau salah tafsir di media digital yang serba cepat dan singkat.

2. Penyusunan Pesan yang Jelas dan Persuasif

Komunikasi dakwah adalah terwujudnya ketaatan dan kesadaran beragama pada diri Mad'u, yang tercermin dalam perilaku sehari-hari. Tujuan ini bersifat transformatif, yaitu mengubah perilaku dari yang kurang baik menjadi baik, atau dari baik menjadi lebih baik. Secara spesifik, dakwah bertujuan untuk memberikan informasi yang benar mengenai ajaran Islam, menghilangkan keraguan, dan menjawab isu-isu keagamaan yang muncul. Ini adalah tujuan kognitif dakwah yang fokus

pada peningkatan pengetahuan Mad'u. Pencapaian tujuan ini sangat tergantung pada kejelasan dan validitas sumber pesan yang disampaikan.

Keberhasilan dakwah diukur dari sejauh mana pesan yang disampaikan mampu menggerakkan masyarakat untuk beraksi positif. Pencapaian tujuan ini memerlukan strategi komunikasi yang fokus pada mobilisasi dan pelibatan komunitas (Malisa & Shomedran, 2022).

Dalam hal penyusunan pesan, kelima narasumber sepakat bahwa pesan dakwah harus disampaikan dengan bahasa yang sederhana, jelas, dan mudah dipahami. Narasumber Ketua PRIMA-DMI Langsa: Teuku Muhammad Al Azmi mengungkapkan bahwa pesan yang disampaikan biasanya menggunakan bahasa yang santai namun tetap sopan, agar lebih mudah diterima oleh kalangan remaja.

Narasumber Sekretaris PRIMA-DMI Langsa: Syam Hananan, S. Sos. menambahkan bahwa pesan sering disertai dengan unsur ajakan (persuasif) seperti pentingnya mengikuti kegiatan keagamaan untuk meningkatkan keimanan.

Narasumber Direktur Bidang Pelatihan dan Instruktur: Tengku Muhammad Sabil dan Tokoh Masyarakat: Pj Geuchik Gampong Paya Bujok Beuramo : Teuku Abdul Malik, S. Sos., M.H., CPM menyoroti bahwa pesan yang efektif adalah yang relevan dengan kondisi masyarakat, misalnya mengaitkan materi dakwah dengan kehidupan sehari-hari. Selain itu, penggunaan desain visual menarik pada media sosial juga membantu memperjelas pesan.

Sementara itu, Narasumber Jama'ah Masjid Masjid Nurul Iman Gampong Tualang Teungoh: Zakaria Abu Bakar, MM menekankan pentingnya keteladanan dalam komunikasi, di mana penyampai pesan harus mampu menjadi contoh agar pesan lebih meyakinkan.

PRIMA-DMI Kota Langsa dalam menyusun pesan dakwah yang jelas dan persuasif berfokus pada penyampaian materi yang mudah dipahami, relevan, dan menyentuh kebutuhan audiens, khususnya generasi muda. Pesan disusun dengan bahasa yang sederhana, tidak berbelit, serta menghindari istilah yang terlalu teknis agar dapat diterima oleh berbagai kalangan.

Dari sisi persuasif, mereka biasanya mengaitkan pesan keagamaan dengan kehidupan sehari-hari, seperti isu pergaulan, pendidikan, dan moralitas, sehingga terasa dekat dan aplikatif. Selain itu, penggunaan contoh nyata, kisah inspiratif, serta pendekatan emosional juga membantu meningkatkan daya tarik pesan. Baik dalam kegiatan langsung maupun media digital, konsistensi gaya bahasa dan nilai yang disampaikan menjadi kunci agar pesan dakwah tetap kuat dan mudah diingat oleh audiens. Dengan demikian, penyusunan pesan oleh PRIMA-DMI cenderung persuasif, kontekstual, dan komunikatif, sehingga dapat menarik minat masyarakat.

3. Evaluasi Efektivitas Komunikasi

Terkait evaluasi, hasil wawancara menunjukkan bahwa PRIMA-DMI Kota Langsa belum memiliki sistem evaluasi yang sepenuhnya terstruktur, namun tetap melakukan penilaian secara sederhana.

Dalam konteks dakwah, strategi ini adalah kerangka kerja yang memandu Da'i dalam menjalankan tugasnya secara terorganisir dan terarah. Strategi yang efektif harus selalu bersifat adaptif terhadap perubahan lingkungan, audiens, dan teknologi komunikasi yang berkembang pesat. Perencanaan yang matang mencegah dakwah dilakukan secara sporadis atau tanpa dampak yang terukur.

Salah satu model strategi komunikasi dakwah yang relevan adalah model Social Marketing (Pemasaran Sosial), yang mengadaptasi prinsip-prinsip pemasaran untuk mengubah perilaku sosial (Fauzi & Wulandari, 2023). Model ini menekankan analisis target audience, penyusunan product (pesan dakwah yang menarik), penentuan price (biaya sosial yang harus dikeluarkan Mad'u), dan pemilihan place (saluran dakwah yang mudah diakses). Penerapan model ini membantu organisasi remaja masjid mengemas program keagamaan mereka agar lebih menarik dan sesuai dengan kebutuhan "pasar" (masyarakat). Fokus utamanya adalah memastikan bahwa nilai-nilai dakwah mudah diterima dan diterapkan oleh masyarakat.

Narasumber Ketua PRIMA-DMI Langsa: Teuku Muhammad Al Azmi dan Sekretaris PRIMA-DMI Langsa: Syam Hananan, S. Sos.

menyebutkan bahwa efektivitas komunikasi biasanya diukur dari jumlah kehadiran peserta dalam setiap kegiatan. Jika terjadi peningkatan, maka strategi dianggap berhasil.

Narasumber Direktur Bidang Pelatihan dan Instruktur: Tengku Muhammad Sabil menjelaskan bahwa respon masyarakat di media sosial, seperti jumlah like, komentar, dan share, juga menjadi indikator keberhasilan komunikasi. Narasumber Tokoh Masyarakat: Pj Geuchik Gampong Paya Bujok Beuramo : Teuku Abdul Malik, S. Sos., M.H., CPM menambahkan bahwa masukan langsung dari masyarakat sering dijadikan bahan evaluasi.

Sementara itu, Narasumber Jama'ah Masjid Masjid Nurul Iman Gampong Tualang Teungoh: Zakaria Abu Bakar, MM. menilai bahwa evaluasi perlu ditingkatkan dengan cara yang lebih sistematis, seperti melakukan rapat evaluasi rutin setelah kegiatan berlangsung.

PRIMA-DMI Kota Langsa melakukan evaluasi efektivitas komunikasi dakwah dengan melihat sejauh mana pesan yang disampaikan dapat dipahami, diterima, dan berdampak pada audiens. Evaluasi ini biasanya dilakukan melalui umpan balik langsung dari jamaah saat kegiatan berlangsung, seperti respons, partisipasi, dan diskusi. Di sisi digital, efektivitas diukur melalui indikator seperti jumlah tayangan, interaksi (like, komentar, share), serta pertumbuhan pengikut di media sosial. Hal ini membantu melihat jenis konten apa yang paling diminati dan relevan. Dengan evaluasi ini, PRIMA-DMI dapat

memperbaiki metode penyampaian, menyesuaikan gaya komunikasi, serta meningkatkan kualitas program dakwah agar lebih tepat sasaran dan berdampak. Secara umum, evaluasi yang dilakukan masih bersifat informal dan berbasis hasil langsung, namun sudah memberikan gambaran mengenai efektivitas strategi komunikasi yang diterapkan.

4.2.2. Komunikasi Dakwah

4. Komunikator (Da'i) dan Pesan Dakwah

Berdasarkan hasil wawancara dengan lima narasumber, ditemukan bahwa peran komunikator (da'i) dalam kegiatan dakwah PRIMA-DMI Kota Langsa sangat menentukan keberhasilan penyampaian pesan.

Strategi komunikasi dakwah lebih dari sekadar menyampaikan materi keagamaan; hal yang sama pentingnya adalah cara pesan dikemas dan disampaikan agar sesuai dengan karakter dan kebutuhan audiens, khususnya remaja masjid. Menurut Hidayat (2020), pendekatan yang tepat akan meningkatkan efektivitas dakwah karena pesan menjadi lebih mudah dipahami, menarik, dan relevan dengan kehidupan sehari-hari audiens. Pendekatan strategis seperti ini membantu remaja masjid tidak hanya menerima informasi, tetapi juga termotivasi untuk mengamalkan nilai-nilai keagamaan dalam kehidupan sehari-hari.

Strategi komunikasi dakwah merupakan unsur penting dalam keberhasilan program keagamaan remaja masjid. Strategi ini tidak hanya berfokus pada penyampaian pesan, tetapi juga pada bagaimana pesan itu dikemas agar sesuai dengan kebutuhan audiens (Hidayat, 2020).

Narasumber Ketua PRIMA-DMI Langsa: Teuku Muhammad Al Azmi menjelaskan bahwa da'i yang terlibat umumnya berasal dari kalangan remaja masjid yang memiliki pemahaman agama yang cukup baik serta kemampuan komunikasi yang efektif. Narasumber Sekretaris PRIMA-DMI Langsa: Syam Hananan, S. Sos. menambahkan bahwa kredibilitas da'i menjadi faktor penting, di mana penyampai dakwah harus memiliki akhlak yang baik dan mampu menjadi teladan bagi masyarakat.

Narasumber Direktur Bidang Pelatihan dan Instruktur: Tengku Muhammad Sabil dan Tokoh Masyarakat: Pj Geuchik Gampong Paya Bujok Beuramo : Teuku Abdul Malik, S. Sos., M.H., CPM mengungkapkan bahwa pesan dakwah yang disampaikan cenderung bersifat praktis dan relevan, seperti ajakan untuk meningkatkan ibadah, menjaga akhlak, serta mempererat ukhuwah Islamiyah. Pesan juga disampaikan dengan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami, terutama untuk menarik minat kalangan remaja.

Sementara itu, Narasumber Jama'ah Mesjid Masjid Nurul Iman Gampong Tualang Teungoh: Zakaria Abu Bakar, MM. menekankan bahwa keberhasilan dakwah tidak hanya bergantung pada isi pesan, tetapi juga pada cara penyampaian yang menarik, seperti penggunaan humor ringan, interaksi dengan audiens, serta penyampaian yang tidak monoton.

Komunikator (da'i) berperan sebagai penyampai utama pesan dakwah yang tidak hanya dituntut memiliki pemahaman agama yang baik, tetapi juga kemampuan komunikasi yang efektif, terutama dalam

menjangkau generasi muda. Da'i diharapkan mampu menyesuaikan gaya penyampaian dengan karakter audiens, baik dalam forum langsung maupun melalui media digital.

Sementara itu, pesan dakwah yang disampaikan biasanya berfokus pada nilai-nilai keislaman yang relevan dengan kehidupan sehari-hari, seperti akhlak, pergaulan, pendidikan, dan tanggung jawab sosial. Pesan disusun secara sederhana, kontekstual, dan persuasif agar mudah dipahami serta mampu mendorong perubahan perilaku ke arah yang lebih baik. Keterpaduan antara kualitas da'i dan kejelasan pesan menjadi kunci keberhasilan dakwah PRIMA-DMI dalam membangun komunikasi yang efektif dan berdampak di tengah masyarakat. Secara keseluruhan, komunikator dalam PRIMA-DMI dinilai cukup kompeten, dengan pesan dakwah yang jelas, kontekstual, dan persuasif.

5. Komunikator (Mad'u)

Hasil wawancara menunjukkan bahwa komunikator (mad'u) dalam kegiatan dakwah PRIMA-DMI Kota Langsa berasal dari berbagai kalangan, namun didominasi oleh remaja dan masyarakat sekitar masjid. Remaja masjid memiliki energi, kreativitas, dan waktu luang yang memadai untuk mengorganisir berbagai kegiatan keagamaan yang inovatif (Widoyo, Muslimin, & Cibro, 2022). Peran ini mencakup inisiasi program, mobilisasi partisipasi, dan pelaksanaan komunikasi yang intensif dengan masyarakat. Aktivitas mereka membantu menepis

pandangan bahwa masjid adalah institusi yang kaku atau hanya untuk orang tua.

Secara spesifik, remaja masjid berperan sebagai inovator media dakwah, mengadopsi platform digital yang paling populer di kalangan Mad'u muda. Mereka bertanggung jawab dalam mengemas pesan dakwah agar sesuai dengan bahasa dan budaya visual generasi Z dan milenial. Pemanfaatan storytelling yang humanis, humor yang santun, dan desain grafis yang menarik menjadi taktik utama mereka. Peran ini sangat penting untuk memastikan pesan dakwah tidak ketinggalan zaman dan tetap relevan dengan selera audiens kontemporer. Kemampuan adaptasi teknologi ini menjadikan mereka garda terdepan dalam dakwah digital masjid. Integritas dan semangat mereka menjadi inspirasi bagi remaja lain untuk bergabung dan ikut memakmurkan masjid (Putri, 2024). Peran ini menegaskan bahwa strategi komunikasi dakwah organisasi harus diimbangi dengan kualitas personal dan etos kerja yang tinggi dari para anggotanya.

Narasumber Ketua PRIMA-DMI Langsa: Teuku Muhammad Al Azmidan Sekretaris PRIMA-DMI Langsa: Syam Hananan, S. Sos. menyatakan bahwa tingkat pemahaman mad'u terhadap pesan dakwah cukup baik, terutama jika materi disampaikan dengan bahasa yang sederhana. Namun, terdapat perbedaan tingkat penerimaan antara remaja dan orang tua, di mana remaja cenderung lebih tertarik pada pendekatan yang interaktif dan kreatif.

Narasumber Direktur Bidang Pelatihan dan Instruktur: Tengku Muhammad Sabil menjelaskan bahwa partisipasi mad'u dipengaruhi oleh minat, kebutuhan, dan kesibukan masing-masing individu. Narasumber 4 Tokoh Masyarakat: Pj Geuchik Gampong Paya Bujok Beuramo : Teuku Abdul Malik, S. Sos., M.H., CPM menambahkan bahwa kedekatan emosional antara da'i dan mad'u juga berpengaruh terhadap penerimaan pesan.

Sementara itu, Narasumber Jama'ah Mesjid Masjid Nurul Iman Gampong Tualang Teungoh: Zakaria Abu Bakar, MM. menyoroti bahwa masih terdapat sebagian masyarakat yang kurang aktif dalam mengikuti kegiatan keagamaan, sehingga diperlukan pendekatan yang lebih intensif dan personal. Dalam konteks PRIMA-DMI Kota Langsa, komunikasi (mad'u) adalah sasaran utama dakwah, yang umumnya terdiri dari remaja masjid, pelajar, dan masyarakat umum di lingkungan Kota Langsa. Karakter mad'u ini beragam, baik dari segi usia, latar belakang pendidikan, maupun tingkat pemahaman agama.

Karena itu, PRIMA-DMI menyesuaikan pendekatan komunikasinya agar sesuai dengan kebutuhan dan karakter audiens. Untuk kalangan muda, pendekatan yang digunakan cenderung lebih santai, interaktif, dan relevan dengan kehidupan sehari-hari, termasuk memanfaatkan media digital. Sementara untuk masyarakat umum, pendekatan yang lebih formal dan edukatif tetap digunakan. Memahami karakter komunikasi menjadi hal penting agar pesan dakwah dapat

diterima dengan baik, mudah dipahami, dan mampu memberikan pengaruh positif dalam kehidupan mereka. Dengan demikian, komunikasi dalam dakwah PRIMA-DMI bersifat heterogen, sehingga membutuhkan strategi komunikasi yang menyesuaikan karakteristik audiens.

6. Efektivitas Komunikasi

Terkait efektivitas komunikasi dakwah, kelima narasumber memberikan pandangan bahwa kegiatan yang dilakukan PRIMA-DMI sudah cukup efektif, meskipun masih terdapat beberapa kendala. Dimaklumi bahwa komunikasi dakwah juga harus dapat menjangkau berbagai lapisan masyarakat dengan beragam latar budaya dan kondisi sosialnya. Setiap kita berkomunikasi dengan seseorang, tidak diragukan bahwa orang tersebut berasal dari suatu lingkungan budaya tertentu, bukan orang yang tiba dari ruang hampa-sosial. Oleh karena itu seseorang dipengaruhi latar belakang budayanya. (Thoriq, Ashori, 2017).

Narasumber Ketua PRIMA-DMI Langsa: Teuku Muhammad Al Azmi dan Sekretaris PRIMA-DMI Langsa: Syam Hananan, S. Sos. menilai efektivitas dapat dilihat dari meningkatnya jumlah peserta kegiatan serta antusiasme masyarakat dalam mengikuti program keagamaan. Narasumber Direktur Bidang Pelatihan dan Instruktur: Tengku Muhammad Sabil menambahkan bahwa perubahan perilaku, seperti meningkatnya kesadaran beribadah, juga menjadi indikator keberhasilan.

Narasumber 4 menyebutkan bahwa komunikasi dikatakan efektif apabila pesan yang disampaikan dipahami dan diamalkan oleh mad'u. Namun, ia juga mengakui bahwa belum semua pesan dapat diterima secara maksimal oleh seluruh lapisan masyarakat.

Sementara itu, Narasumber Tokoh Masyarakat: Pj Geuchik Gampong Paya Bujok Beuramo : Teuku Abdul Malik, S. Sos., M.H., CPM menekankan bahwa efektivitas komunikasi masih perlu ditingkatkan melalui inovasi metode dakwah dan pemanfaatan media yang lebih variatif.

Efektivitas komunikasi PRIMA-DMI Kota Langsa terlihat dari sejauh mana pesan dakwah yang disampaikan berhasil dipahami, diterima, dan memberikan dampak positif bagi komunikan (mad'u). Hal ini dicapai melalui kombinasi komunikasi langsung seperti kajian, ceramah, dan kegiatan sosial dan komunikasi digital melalui media sosial atau platform online. Keberhasilan komunikasi ini dapat dilihat dari: Tingkat partisipasi dan antusiasme audiens dalam kegiatan dakwah; Respons dan interaksi di media digital, seperti komentar, pertanyaan, dan berbagi konten; Kemampuan pesan untuk diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari, terutama dalam membentuk akhlak dan perilaku positif. Pendekatan yang konsisten dan relevan dengan kebutuhan audiens membuat komunikasi dakwah PRIMA-DMI lebih efektif dan berdampak.

Secara umum, efektivitas komunikasi dakwah PRIMA-DMI dapat dikategorikan cukup baik, dengan indikator adanya respon positif dari masyarakat, meskipun masih memerlukan pengembangan lebih lanjut.

4.2.3. Partisipasi Masyarakat Dalam Kegiatan Keagamaan

7. Komunikator (Da'i) dan Pesan Dakwah

Berdasarkan hasil wawancara dengan lima narasumber, diketahui bahwa komunikator (da'i) memiliki peran penting dalam mendorong partisipasi masyarakat dalam kegiatan keagamaan.

Nara sumber Ketua PRIMA-DMI Langsa: Teuku Muhammad Al Azmi dan Sekretaris PRIMA-DMI Langsa: Syam Hananan, S. Sos. menyatakan bahwa da'i yang terlibat dalam kegiatan PRIMA-DMI umumnya berasal dari kalangan remaja masjid yang aktif dan memiliki pemahaman agama yang baik. Kredibilitas da'i menjadi faktor utama, terutama dalam hal akhlak dan kemampuan menyampaikan pesan secara menarik.

Narasumber Direktur Bidang Pelatihan dan Instruktur: Tengku Muhammad Sabil menambahkan bahwa pesan dakwah yang disampaikan cenderung bersifat praktis dan relevan, seperti ajakan meningkatkan ibadah, menjaga moral, dan mempererat ukhuwah. Narasumber Tokoh Masyarakat: Pj Geuchik Gampong Paya Bujok Beuramo : Teuku Abdul Malik, S. Sos., M.H., CPM menekankan bahwa penggunaan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami sangat membantu dalam menarik perhatian masyarakat, khususnya remaja.

Sementara itu, Narasumber Jama'ah Masjid Masjid Nurul Iman Gampong Tualang Teungoh: Zakaria Abu Bakar, MM mengungkapkan bahwa gaya penyampaian yang komunikatif, seperti adanya interaksi, humor ringan, dan pendekatan persuasif, membuat pesan dakwah lebih mudah diterima.

Berdasarkan hasil wawancara dengan lima narasumber, diketahui bahwa partisipasi masyarakat dalam kegiatan keagamaan yang diselenggarakan oleh PRIMA-DMI Kota Langsa menunjukkan kecenderungan yang cukup baik, meskipun belum merata.

Narasumber Ketua PRIMA-DMI Langsa: Teuku Muhammad Al Azmi dan Sekretaris PRIMA-DMI Langsa: Syam Hananan, S. Sos. menyampaikan bahwa masyarakat, khususnya remaja, mulai aktif mengikuti kegiatan seperti pengajian, wirid, dan peringatan hari besar Islam. Hal ini didorong oleh adanya program yang menarik serta pendekatan yang dilakukan oleh pengurus PRIMA-DMI.

PRIMA-DMI Kota Langsa, komunikator (da'i) berperan sebagai penyampai utama pesan dakwah. Da'i tidak hanya dituntut memahami ajaran agama secara baik, tetapi juga memiliki kemampuan komunikasi yang efektif dan adaptif sesuai karakter audiens, baik secara langsung maupun melalui media digital. Pesan dakwah yang disampaikan biasanya bersifat relevan dengan kehidupan sehari-hari, seperti akhlak, pendidikan, pergaulan, dan tanggung jawab sosial. Pesan dibuat jelas, sederhana, dan persuasif agar mudah dipahami dan mampu mendorong

perubahan perilaku positif pada komunikasi. Kualitas da'i yang mampu menyampaikan pesan dengan tepat dan menarik menjadi kunci keberhasilan dakwah PRIMA-DMI Kota Langsa. Dengan demikian, partisipasi masyarakat dapat dikatakan cukup baik namun belum konsisten.

8. Partisipasi dalam Pengambilan Keputusan

Terkait partisipasi masyarakat dalam pengambilan keputusan, hasil wawancara menunjukkan bahwa keterlibatan masyarakat masih tergolong terbatas. Peran Remaja Masjid sangat sentral sebagai agen perubahan dan motor penggerak dakwah di lingkungan komunitas lokal. Mereka adalah jembatan antara pengurus masjid senior yang cenderung konvensional dan generasi muda yang lebih adaptif terhadap teknologi. Remaja masjid memiliki energi, kreativitas, dan waktu luang yang memadai untuk mengorganisir berbagai kegiatan keagamaan yang inovatif (Widoyo, Muslimin, & Cibro, 2022).

Narasumber 1 Ketua PRIMA-DMI Langsa: Teuku Muhammad Al Azmi dan Sekretaris PRIMA-DMI Langsa: Syam Hananan, S. Sos. menjelaskan bahwa keputusan program kegiatan umumnya ditentukan oleh pengurus PRIMA-DMI melalui musyawarah internal dan masyarakat terkadang dilibatkan, namun hanya pada tahap memberikan saran atau masukan.

Narasumber Direktur Bidang Pelatihan dan Instruktur: Tengku Muhammad Sabil dan Tokoh Masyarakat: Pj Geuchik Gampong Paya

Bujok Beuramo : Teuku Abdul Malik, S. Sos., M.H., CPM menyatakan bahwa belum semua masyarakat memiliki kesempatan yang sama untuk terlibat dalam proses perencanaan kegiatan. Hal ini disebabkan oleh kurangnya forum terbuka atau wadah khusus untuk menampung aspirasi masyarakat secara luas. Peningkatan partisipasi dalam pengambilan keputusan dapat dilakukan dengan membuka ruang diskusi yang lebih inklusif, seperti forum musyawarah bersama masyarakat.

PRIMA-DMI Kota Langsa, partisipasi dalam pengambilan keputusan melibatkan anggota, terutama pemuda dan remaja masjid, dalam menentukan program dan kegiatan dakwah. Hal ini dilakukan agar setiap kegiatan sesuai dengan kebutuhan dan minat komunitas (mad'u), sekaligus menumbuhkan rasa tanggung jawab dan kepemilikan terhadap organisasi. Proses partisipatif ini biasanya terlihat dalam rapat koordinasi, musyawarah program, atau forum diskusi sebelum pelaksanaan kegiatan. Dengan melibatkan anggota secara aktif, PRIMA-DMI memastikan keputusan lebih tepat sasaran, diterima bersama, dan meningkatkan keterlibatan serta motivasi anggota dalam mendukung kegiatan dakwah. Secara umum, partisipasi masyarakat dalam pengambilan keputusan masih bersifat terbatas dan belum optimal.

9. Partisipasi dalam Evaluasi

Dalam hal partisipasi evaluasi, hasil wawancara menunjukkan bahwa keterlibatan masyarakat masih relatif rendah. Narasumber Ketua PRIMA-DMI Langsa: Teuku Muhammad Al Azmi dan Sekretaris PRIMA-DMI Langsa: Syam Hananan, S. Sos. menyebutkan bahwa evaluasi kegiatan biasanya dilakukan secara internal oleh pengurus PRIMA-DMI setelah kegiatan berlangsung. Masyarakat jarang dilibatkan secara langsung dalam proses evaluasi formal. Dimaklumi bahwa komunikasi dakwah juga harus dapat menjangkau berbagai lapisan masyarakat dengan beragam latar budaya dan kondisi sosialnya. Setiap kita berkomunikasi dengan seseorang, tidak diragukan bahwa orang tersebut berasal dari suatu lingkungan budaya tertentu, bukan orang yang tiba dari ruang hampa-sosial. Oleh karena itu seseorang dipengaruhi latar belakang budayanya. (Thoriq, Ashori, 2017)

Narasumber Direktur Bidang Pelatihan dan Instruktur: Tengku Muhammad Sabil mengungkapkan bahwa masyarakat lebih sering memberikan evaluasi secara tidak langsung, seperti melalui komentar atau masukan lisan setelah kegiatan. Narasumber 4 menambahkan bahwa respon masyarakat terhadap kegiatan dapat menjadi indikator evaluasi, meskipun tidak terdokumentasi secara sistematis.

Sementara itu, Narasumber Jama'ah Mesjid Masjid Nurul Iman Gampong Tualang Teungoh: Zakaria Abu Bakar, MM. menilai bahwa partisipasi masyarakat dalam evaluasi perlu ditingkatkan, misalnya

melalui penyebaran kuesioner atau diskusi terbuka agar diperoleh masukan yang lebih objektif.

PRIMA-DMI Kota Langsa, partisipasi dalam evaluasi melibatkan anggota dan peserta dakwah untuk memberikan masukan mengenai pelaksanaan kegiatan, efektivitas penyampaian pesan, dan respons komunikasi (mad'u). Partisipasi ini bisa berupa umpan balik langsung selama atau setelah kegiatan, diskusi kelompok, maupun melalui media digital seperti survei singkat atau komentar di platform online. Dengan melibatkan anggota dalam evaluasi, PRIMA-DMI dapat memperbaiki metode dakwah, menyesuaikan konten dengan kebutuhan audiens, dan meningkatkan kualitas program secara berkelanjutan. Partisipasi ini juga menumbuhkan rasa tanggung jawab dan kepemilikan anggota terhadap keberhasilan kegiatan dakwah. Dengan demikian, partisipasi dalam evaluasi masih bersifat informal dan belum terstruktur.

BAB V

PENUTUP

5.1.Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Strategi Komunikasi Dakwah Perhimpunan Remaja Masjid Kota Langsa Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Dalam Kegiatan Keagamaan berdasarkan pembahasan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa:

1. PRIMA-DMI Kota Langsa berhasil memadukan komunikasi langsung dan digital dalam menyampaikan dakwah, sehingga menjangkau berbagai kalangan, terutama remaja masjid.
2. Penyusunan pesan dakwah yang jelas, persuasif, dan relevan dengan kehidupan sehari-hari membuat pesan lebih mudah dipahami dan diterima oleh komunikan (mad'u).
3. Komunikator (da'i) memiliki peran penting dalam menyampaikan pesan secara efektif, sedangkan pemahaman karakter komunikan menjadi kunci keberhasilan dakwah.
4. Partisipasi anggota dalam pengambilan keputusan dan evaluasi meningkatkan kualitas program, menumbuhkan rasa tanggung jawab, dan memastikan kegiatan lebih tepat sasaran.
5. Strategi komunikasi dakwah yang tepat, konsisten, dan berbasis kebutuhan audiens menjadi faktor utama keberhasilan program keagamaan remaja masjid.

5.2.Saran

Berdasarkan simpulan di atas, beberapa saran yang dapat diberikan adalah:

1. PRIMA-DMI Kota Langsa sebaiknya terus mengembangkan konten digital yang menarik dan interaktif agar menjangkau generasi muda lebih luas.
2. Perlu dilakukan pelatihan rutin bagi da'i untuk meningkatkan kemampuan komunikasi dan penyampaian pesan dakwah yang persuasif.
3. Mendorong partisipasi anggota secara aktif dalam perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi program agar kegiatan lebih tepat sasaran dan berdampak.
4. Memperkuat evaluasi efektivitas komunikasi, baik dari sisi pesan maupun media yang digunakan, sehingga perbaikan dapat dilakukan secara berkesinambungan.
5. Menjaga keseimbangan antara komunikasi langsung dan digital agar pesan dakwah tetap personal, relevan, dan sesuai dengan karakter audiens.

DAFTAR PUSTAKA

- Ayumsari, R. (2022). Peran dokumentasi informasi terhadap keberlangsungan kegiatan organisasi mahasiswa. *Tibannbaru: Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi*, 6(1), 63–78.
- Azhari, A., Karwati, L., & Novitasari, N. (2021). *Partisipasi organisasi pemuda masjid dalam meningkatkan kegiatan keagamaan (Studi pada Ikatan Remaja Masjid Abdul Wahid Perum Griya Mitra Batik Kecamatan Kawalu Kota Tasikmalaya)*. *Learning Society: Jurnal CSR, Pendidikan dan Pemberdayaan Masyarakat*, 2(1), 69–74.
- Azhari, E., Karwati, E., & Novitasari, M. (2021). Strategi Remaja Masjid dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat. *Jurnal Komunikasi Islam*, 11(2), 150-165.
- Cohen, J. M., & Uphoff, N. T. (1977). *Rural development participation: Concepts and measures for project design, implementation, and evaluation*. Ithaca, NY: Rural Development Committee, Center for International Studies, Cornell University.
- Corry Novrica AP Sinaga (2023). Strategi Komunikasi Radio Komunitas Usukom Fm Dalam Mempertahankan Eksistensinya **Jurnal Interaksi : Jurnal Ilmu Komunikasi** diterbitkan oleh Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU).
- Fauzi, M. R., & Wulandari, S. (2023). Pemanfaatan Model Social Marketing dalam Strategi Dakwah di Era Digital. *Jurnal Ilmu Dakwah dan Komunikasi*, 13(1), 88-102.
- Herlina, H. (2021). Pendekatan Komunikasi Humanis dalam Dakwah untuk Peningkatan Partisipasi Sosial. *Jurnal Dakwah Kontemporer*, 2(1), 21-35.
- Hidayat, A. (2020). *Strategi komunikasi dakwah dalam meningkatkan partisipasi masyarakat di masjid*. Jakarta: Prenadamedia Group.

- Hidayat, R. A., & Azmi, F. (2024). Peran Komunitas Remaja Masjid sebagai Agen Mobilisasi Partisipasi Generasi Muda. *Jurnal Komunitas Sosial*, 5(1), 12-25.
- Khikmawati, N. (2020). Pemberdayaan berbasis religi: Melihat fungsi masjid sebagai ruang religi, edukasi dan kultural di Masjid Darusa'adah Kota Bandung. *IMEJ: Islamic Management and Empowerment Journal*, 2(2), 203–224.
- Malisa, R., & Shomedran, S. (2022). Strategi Komunikasi Organisasi Remaja Masjid dalam Meningkatkan Kegiatan Keagamaan. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 20(2), 101-115.
- Malisa, S., & Shomedran, S. (2022). Peran remaja masjid dalam meningkatkan partisipasi masyarakat terhadap kegiatan keagamaan di Desa Madura OKU Selatan. *Journal of Lifelong Learning*, 5(2), 1–10.
- Masamah, U. (2020). Masjid, peran sosial, dan pemberdayaan masyarakat (Optimalisasi peran Masjid Darussalam Kedungalar Ngawi responsif pendidikan anak). *Mamba'ul 'Ulum*, 16(1), 69–92.
- Muhammad Thariq, Akhyar Anshori, 2017. Komunikasi Adaptasi Mahasiswa Indekos Muhammad. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*
- Nugroho, A. F. (2024). *Interaksi remaja masjid dengan masyarakat dalam meningkatkan partisipasi kegiatan keagamaan di masyarakat (Studi kasus Masjid Al-Ajilin Lenteng Agung Jakarta Selatan)*. Skripsi (S1), UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Putri, N. A. (2024). Strategi Dakwah Kreatif Berbasis Media Sosial untuk Meningkatkan Keterlibatan Generasi Z. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 4(1), 50-65.
- Rahmah, S. (2023). Etika Komunikasi Dakwah di Media Sosial: Analisis Pesan dan Respon Mad'u. *Jurnal Studi Komunikasi Islam*, 3(2), 77-90.

- Rahman, F., Aziz, M., & Lestari, N. (2022). Komunikasi dakwah terencana dan penguatan partisipasi sosial-keagamaan masyarakat. *Jurnal Dakwah dan Pemberdayaan Umat*, 7(1), 23–38.
- Rifa'i, A. (2022). Revitalisasi fungsi masjid sebagai basis perubahan sosial (Sejarah kontinuitas dan perubahannya). *Jurnal REVORMA*, 2(2), 1–12.
- Rukajat, A. (2021). *Metodologi penelitian kuantitatif dan kualitatif*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sari, D., & Putra, R. (2021). Pemanfaatan media sosial sebagai sarana dakwah remaja masjid. *Jurnal Komunikasi Islam*, 11(2), 155–170.
- Sari, S., & Hidayat, M. (2023). Efektivitas Penggunaan Platform Digital (TikTok) dalam Strategi Dakwah. *Jurnal Komunikasi Digital*, 1(2), 45-60.
- Siregar, M. (2021). Membaca peta dakwah Kota Langsa: Upaya merumuskan strategi dakwah yang kontributif bagi masyarakat. *Jurnal Komunika Islamika: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Kajian Islam*, 8(2), 77–90.
- Sugari, D., & Hilalludin. (2025). Optimalisasi fungsi masjid sebagai pusat ibadah, pendidikan, dan sosial masyarakat melalui program pengabdian di Masjid Al-Muttaqin Semin, Gunungkidul. *IQOMAH: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 1–9.
- Sumaryadi, I. N. (2010). *Perencanaan pembangunan daerah otonom dan pemberdayaan masyarakat*. Jakarta: Citra Utama.
- Ummah, N. H. (2023). Pemanfaatan sosial media dalam meningkatkan efektivitas dakwah di era digital. *Jurnal Manajemen Dakwah*, 3(2), 115–126.
- Wahyuni, R., & Harahap, S. R. (2023). Efektivitas media sosial sebagai media dakwah pada era digital: Study literature review. *An-Nadwah*, 29(2), 162–172.

Zulfahmi, (2017). Pola Komunikasi Dalam Upaya Pelestarian Reog Ponorogo Pada Orang Jawa Di Desa Percut Sei Tuan. Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi, 2017

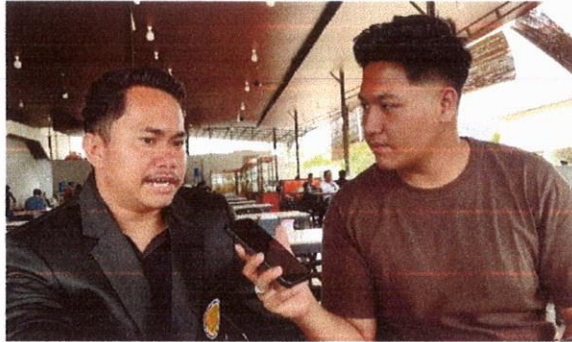
LAMPIRAN DAN DOKUMENTASI



Dokumentasi Wawancara : Ketua Umum PRIMA-DMI Kota Langsa
Teuku Muhammad Al Azmi.



Dokumentasi Wawancara : Sekretaris Umum PRIMA-DMI Kota Langsa
Syam Hananan, S., Sos.



**Dokumentasi Wawancara : Direktur Bidang Pelatihan dan Instrukur PRIMA-
DMI Kota Langsa**

Tengku Muhammad Sabil.



Dokumentasi Wawancara : Pj Geuchik Gampong Paya Bujok Beuramo

Teuku Abdul Malik, S. Sos., M.H., CPM.



**Dokumentasi Wawancara : Jama'ah Masjid Masjid Nurul Iman Gampong
Tualang Teungoh**

Zakaria Abu Bakar, MM.



UMSU

Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

MAJLIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi Unggul Berjenjangan Keputusan: E-dan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No: 1913/SK.BAN-PT/AK.KP/PT/14/2022
Pusat Administrasi: Jalan Mukhter Basri No. 3 Medan 20238 Telp: (061) 6822400 - 68224567 Fax: (061) 6822474 - 6831003
@ https://fkip.umsu.ac.id * fkip@umsu.ac.id | umsumedan @ umsumedan umsumedan umsumedan

Sk-1

**PERMCHONAN PERSETUJUAN
JUDUL TUGAS AKHIR MAHASISWA
(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)**

Kepada Yth.
Bapak/Ibu
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
FISIP UMSU
di
Medan

Medan, 7 November 2025

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, Saya yang bertanda tangan di bawah ini Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama Lengkap : FAEHA MUHTAZA
N P M : 2202110251
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Tabungan sks : 126 sks, IP Kumulatif 2,58

Mengajukan permohonan persetujuan judul Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah):

No.	Judul yang diusulkan	Persetujuan
1	Strategi komunikasi kongrus Perhimpunan Remaja Masjid Dewan Masjid Indonesia kota Langsa dalam meningkatkan kerjasama dengan stakeholder	
2	Strategi komunikasi bawah Perhimpunan Remaja masjid kota Langsa dalam meningkatkan partisipasi masyarakat dalam kegiatan keagamaan	<input checked="" type="checkbox"/> 17 Nov 2025
3	Berkas komunikasi dalam budaya nopia sebagai bentuk relasi sosial pembentukan identitas kalangan mahasiswa di medan	

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Tanda bukti lunas beban SPP tahap berjalan;
2. Daftar Kemajuan Akademik/Transkrip Nilai, Sementara yang disahkan oleh Dekan.

Demikianlah permohonan Saya, atas pemeriksaan dan persetujuan Bapak/Ibu, Saya ucapkan terima kasih. *Wassalam.*

Rekomendasi Ketua Program Studi:
Diteruskan kepada Dekan untuk
Pencatapan Judul dan Pembimbing
Medan, tgl 14 November 2025

Ketua,

(Drs) Akbar Aisheri S.Si, M.Pan
NIDN: 0127043401

Pemohon,

(FAEHA MUHTAZA)
Dosen Pembimbing yang ditunjuk
Program Studi:

(Drs) Zuljannah
NIDN: 0112056321





MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 174/SK/BAN-PT. Ak. Pjg./PT.09/2024
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
<https://fisp.umsu.ac.id> fisp@umsu.ac.id [umsumedan](https://www.facebook.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.instagram.com/umsumedan) [umsumedan](https://www.linkedin.com/company/umsumedan) [umsumedan](https://www.youtube.com/channel/UC...)

Sk-2

SURAT PENETAPAN JUDUL DAN PEMBIMBING TUGAS AKHIR MAHASISWA (SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH) Nomor : 2060/SK/IL3.AU/UMSU-03/F/2025

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Nomor: 1964/SK/IL3 AU/UMSU-03/F/2024 Tanggal 04 Djumadil Awwal 1446H/ 06 November 2024 M Tentang Panduan Penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) dan Rekomendasi Pimpinan Program Studi Ilmu Komunikasi tertanggal : 14 November 2025, dengan ini menetapkan judul dan pembimbing penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) untuk mahasiswa sebagai berikut

Nama mahasiswa	: FARH MUMTAZA
N.P.M	: 2203110252
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Semester	: VII (Tujuh) Tahun Akademik 2025/2026
Judul Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah)	: STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH PERHIMPUNAN REMAJA MASJID KOTA LANGSA DALAM MENINGKATKAN PARTISIPASI MASYARAKAT DALAM KEGIATAN KEAGAMAAN
Pembimbing	: Dr. ZULFAHMI, M.I.Kom.

Dengan demikian telah diizinkan menulis Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah), dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) harus memenuhi prosedur dan tahapan sesuai dengan buku pedoman penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) FISIP UMSU Tahun 2024
2. Penetapan judul dan pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) sesuai dengan nomor yang terdaftar di Program Studi Ilmu Komunikasi: 052.22.311 tahun 2025
3. Penetapan judul, pembimbing dan naskah Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) dinyatakan batal apabila tidak selesai sebelum masa kadaluarsa atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku

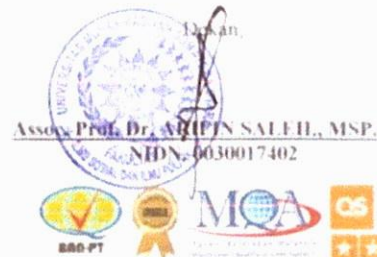
Masa Kadaluarsa tanggal: 14 Mei 2026.

Ditetapkan di Medan,
Pada Tanggal, 27 Djumadil Awal 1447 H
18 November 2025 M



Lampiran

1. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UMSU di Medan
2. Pembimbing vbs di Medan
3. Peringatan





UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/AK-KP/PT/10/2022
Pusat Administrasi: Jalan Muhtar Rasiq No. 3 Medan, 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
<https://fisip.umsu.ac.id> | fisip@umsu.ac.id | [umsu.medan](#) | [umsu.medan](#) | [umsu.medan](#) | [umsu.medan](#)

Sk-3

PERMOHONAN
SEMINAR PROPOSAL TUGAS AKHIR MAHASISWA
(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)

Kepada Yth
Bapak Dekan FISIP UMSU
di
Medan, 20.....
Assalamu'alaikun wr. wb.

Dengan hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama lengkap : FARAH MUMTAZA
N P M : 2202110252
Program Studi : ILMU KOMUNIKASI

mengajukan permohonan mengikuti **Seminar Proposal Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah)** yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul dan Pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) Nomor 2060 /SK/II.3-AU/UMSU-03/F/2023 tanggal 14 November 2023 dengan judul sebagai berikut

Strategi komunikasi Dakwah Perhimpunan
Pemaja Masjid Kota Langsa Dalam Meningkatkan
Partisipasi Masyarakat dalam kegiatan Keagamaan

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Surat Permohonan Persetujuan Judul Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) (SK - 1);
2. Surat Penetapan Judul dan Pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) (SK-2);
3. DKAM/ Transkrip Nilai Sementara yang telah disahkan;
4. Kartu Hasil Studi Semester I s/d terakhir;
5. Tanda Bukti Lunas Beban SPP tahap berjalan;
6. Tanda Bukti Lunas Biaya Seminar Proposal Tugas Akhir Mahasiswa;
7. Kartu Kuning Peninjau Seminar Proposal;
8. Semua berkas difotocopy rangkap 1 dan dimasukkan ke dalam MAP berwarna **BIRU**;
9. Proposal Tugas Akhir Mahasiswa yang telah disahkan oleh Pembimbing (rangkap - 3).

Demikianlah permohonan saya untuk pengurusan selanjutnya. Atas perhatian Bapak saya ucapkan terima kasih. *Wassalam*

Diketahui oleh Ketua

Program Studi



NIDN 0127048401

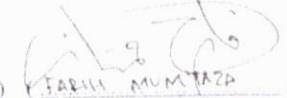
Menyetujui

Pembimbing



NIDN 0118056301

Pemohon



FARAH MUMTAZA



UNDANGAN/PANGGILAN SEMINAR PROPOSAL UJIAN TUGAS AKHIR

(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)

Nomor: 167/UND/II.3.AU/UMSU-03/F.2026

Program Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Kamis, 22 Januari 2026
Waktu : 09.00 WIB s.d. selesai
Tempat : AULA FISIP UMSU Lt. 2
Pimpinan Seminar : **Dr. Akhyar Anshori, M.I.Kom.**



No.	NAMA MAHASISWA	NOMOR POKOK MAHASISWA	PENANGGAP	PEMBIMBING	JUDUL PROPOSAL UJIAN TUGAS AKHIR
6	FAHRI MUHAMMAD	2203110252	H. TENEGMAN, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. ZULFAHMI, M.I.Kom.	STRATEGI KOMUNIKASI DALAM PERUBAHAN BEHAVIOR WARGA KOTA LAMUNSA DALAM MENINGKATKAN PARTISIPASI SAKSI DALAM KEGIATAN KEKAWAHLAN
7	NIMITA PARDA DINTA	2203110130	Assoc. Prof. Dr. YAN HENDRA, M.Si.	Dr. LUTFI BASIT, S.Sos., M.I.Kom.	STRATEGI KOMUNIKASI DINAS KEPENDUDUKAN DAN PENGANTARAN SIPIL KOTA MELAN DALAM MENOSIASUSIKAN IDENTITAS KEPENDUDUKAN DIGITAL PADA KALANGAN BERHAJI
8	ANNA YASMINI	2203110029	Dr. FAZAL HAMZAH LUBIS S.Sos., M.I.Kom.	COBR/ NOVRICA APRIANAGA, S. Des., M. A.	STRATEGI PENYAPPAHAN PESAN INFLUENCER SEBAGAI KATALISATOR DIGITAL DALAM KONTEN FOOD REVIEW DI MEDIA SOSIAL
9	RIAN RAYA PUTRA	2203110017	Dr. IRWANI SYARI TUGS S.Sos., M.A.P.	ELVITA VENNI, SS., M.Hum.	PENCARUH NOCELI KOMUNIKASI GURU BERBASIS REALISTIC APPROACH TERHADAP PENINGKATAN KREATIVITAS SISWA SISWA NEGERIS BUNJAI
10	WOYA NINGRUM	2203110278	Dr. LUTFI BASIT, S.Sos., M.I.Kom.	Assoc. Prof. Dr. ARIFIN SALEH, MSP	PENSESI SISWA TERHADAP TAYANGAN MEDIA SOSIAL • SEBALA SEKOLAH MENAMPAR SISWA PEROKOK DAN KAITANNYA DALAM PROSES BELAJAR MENGAJAR DI SISWA 13 WELAN

Medan, 21 Januari 2026
20 Januari 2026

Dr. Arifin Saleh, MSP
Assoc. Prof. Dr. Arifin Saleh, MSP
MIPA STARS



Ace Di jadikan draft wawancara untuk penelitian skripsi
26/01/2026

Daftar Wawancara Penelitian/Skripsi

Judul:

STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH PERHIMPUNAN REMAJA MASJID KOTA LANGSA DALAM MENINGKATKAN PARTISIPASI MASYARAKAT DALAM KEGIATAN KEAGAMAAN

Oleh:

FARIH MUMTAZA NPM. 2203110252

Program Studi Ilmu Komunikasi Konsentrasi Hubungan Masyarakat

A. Data Narasumber:

Nama :

Jenis kelamin :

Umur :

Pekerjaan/Jabatan :

B. Pertanyaan (Katagorisasi)

1. Strategi Komunikasi Dakwah

a. Pemilihan media dan saluran komunikasi

Apakah media Komunikasi yang dipergunaka sebagai saluran Komunikasi Dakwah Perhimpunan Remaja Masjid Kota Langsa Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Dalam Kegiatan Keagamaan dan apakah media tersebut membantu dalam orientasi dakwah kepada para jama'ah ?

b. Penyusunan pesan yang jelas dan persuasif

Apakah dalam program Perhimpunan Remaja Masjid Kota Langsa Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Dalam Kegiatan Keagamaan sudah dirumuskan/diagendakan upaya penyusunan pesan yang jelas dan apakah hal itu berjalan secara efektif

c. Evaluasi efektivitas komunikasi

Apakah ada evaluasi efektifitas komonikasikan dampak perubahan perilaku audiens dalam orientasi pencapaian tujuan Perhimpunan Remaja Masjid Kota Langsa Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Dalam Kegiatan Keagamaan

2. Partisipasi Masyarakat Dalam Kegiatan Keagamaan

d. Partisipasi Material/Modal:

Apakah program dakwah Perhimpunan Remaja Masjid Kota Langsa Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Dalam mendukung pembangunan dan pengembang peran Remaja mesjid dan jama'ah

e. Partisipasi Pengambilan Keputusan

Apakah Strategi Komunikasi Dakwah Perhimpunan Remaja Masjid Kota
Langsa Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat berjalan efektif Dalam
Kegiatan Keagamaan

f. Partisipasi Evaluasi

Apakah Strategi Komunikasi Dakwah Perhimpunan Remaja Masjid Kota
Langsa Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat berjalan efektif Dalam
Kegiatan Keagamaan selalu dilakukan evaluasi dan bagaimana hasil capainya



UMSU
Cepat | Terpercaya

MATRIKULASI PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 101/UK/BAN-PT/IAK/KP/PT/IX/2022

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 60224567 Fax (061) 6625474 - 6631003

https://fisip.umru.ac.id | fisip@umsu.ac.id | umsumedan | unsumedan | umsumedan | umsumedan

BERITA ACARA BIMBINGAN TUGAS AKHIR MAHASISWA

Sk-5

Nama lengkap : Farid Muntaza
N.P.M : 2203110252
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) : Strategi komunikasi dakwah Perhimpunan remaja masjid kota langsa dalam meningkatkan Partisipasi masyarakat dalam kegiatan keagamaan

No.	Tanggal	Kegiatan/Advis/Bimbingan	Paraf Pembimbing
1.	14-1-2025	Acc Judul	F.
2.	04-01-2026	Bimbingan BAB I	F.
3.	06-1-2026	Bimbingan BAB II & III	F.
4.	07-01-2026	Acc Seminar proposal	F.
5.	26-01-2026	Bimbingan pasca seminar proposal	F.
6.	29-01-2026	Bimbingan Draft wawancara / penelitian	F.
7.	30-01-2026	Bimbingan revisi Draft wawancara	F.
8.	13-03-2026	Bimbingan BAB IV & V	F.
9.	25-03-2026	Bimbingan keseluruhan Tugas Akhir	F.
10	30.03-2026	Acc Tugas Akhir	F.

Medan, 30 Maret 2026

Ketua Program Studi,

Pembimbing,



(Dr. Akhyar Anshori, S.Sos, M.Sp.)
NIDN: 0172118801

(Dr. Zulfahmi, M.Kom.)
NIDN: 0127048401



STARS



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/IAK/KP/PT/XXI/2022

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
<https://fisip.umsu.ac.id> fisip@umsu.ac.id [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#) [umsumedan](#)

Nomor : **189/KET/IL.3.AU/UMSU-03/F/2026**
Lampiran : -
Hal : **Mohon Diberikan izin
Penelitian Mahasiswa**

Medan, 08 Sya'ban 1447 H
27 Januari 2026 M

Kepada Yth : **Ketua Perhimpunan Remaja Masjid- Dewan Masjid Indonesia
(PRIMA-DMI) Kota Langsa**

di-

Tempat.

Bismillahirrahmanirrahim
Assalamu'alaikum Wr.Wb

Teriring salam semoga Bapak/Ibu dalam keadaan sehat wal'afiat serta sukses dalam menjalankan segala aktivitas yang telah direncanakan.

Untuk memperoleh data dalam penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi), kami mohon kiranya Bapak/Ibu berkenan memberikan izin penelitian kepada mahasiswa kami di Perhimpunan Remaja Masjid-Dewan Masjid Indonesia (PRIMA-DMI) Kota Langsa, atas nama :

Nama mahasiswa : **FARIH MUMTAZA**
N P M : 2203110252
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VII (Tujuh) Tahun Akademik 2025/2026
Judul Tugas Akhir Mahasiswa : **STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH
PERHIMPUNAN REMAJA MASJID KOTA
LANGSA DALAM MENINGKATKAN
PARTISIPASI MASYARAKAT DALAM
KEGIATAN KEAGAMAAN**

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kesediannya memberikan izin penelitian diucapkan terima kasih. Nashrun minallah, wassalamu 'alaikum wr. wb.



Cc : File.

Dekan,

Dr. ABIDIN SALEH, S.Sos., MSP.
NIDN. 0030017402





UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

UNDANGAN/ PANGGILAN UJIAN TUGAS AKHIR

(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)

Nomor : 639/UND/II.3.AU/UMSU-03/F/2026

Pogram Studi : Ilmu Komunikasi

Hari, Tanggal : Kamis, 02 April 2026

Tempat : Aula FISIP UMSU Lt. 2

Pembukaan : 08.15 WIB

No.	Nama Mahasiswa	Nomor Pokok Mahasiswa	Waktu	TIM PENGUJI			Judul Ujian Tugas Akhir
				PENGUJI I	PENGUJI II	PENGUJI III	
11	RIZKI NUR HAFIDA	2203110093	1	Dr. FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	Dr. MUHAMMAD THARIQ. S.Sos, M.I.Kom	Dr. ZULFAHMI, M.I.Kom	STRATEGI KOMUNIKASI BEMKG WILAYAH I MEDAN DALAM MENINGKATKAN LITERASI SIAGA BENCANA HIDROMETEOROLOGI KEPADA MASYARAKAT
12	NURDAIDA TASYA HARAHAP	2203110201	1	Assoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, M.I.Kom.	Dr. MUHAMMAD THARIQ. S.Sos, M.I.Kom	Dr. FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos., M.I.Kom.	PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TIKTOK RESMOB POLRESTABES MEDAN SEBAGAI SARANA KOMUNIKASI DAN EDUKASI MASYARAKAT ATAS TINDAK KEJAHATAN
13	WIDIA PRADITA GR. PURBA	2203110115	1	Dr. ZULFAHMI, M.I.Kom	Assoc. Prof. Dr. LEYLIA KHAIRANI, M.Si	Dr. MUHAMMAD THARIQ. S.Sos, M.I.Kom	ANPLISIS WACANA KRITIS PADA PEMBERITAAN KASUS BULLYING MAHASISWA UNIVERSITAS UDAYANA DI MEDIA ONLINE CNA.INDONESIA
14	SITI NURHALIZA	2203110057	1	Dr. ZULFAHMI, M.I.Kom	Dr. AKHYAR ANSHORI, S. Sos, M.I.Kom	Dr. MUHAMMAD THARIQ. S.Sos, M.I.Kom	ANALISIS SEMOTIKA FERDINAND DE SAUSSURE TENTANG KARIKATUR "RESILIENS" DI AKUN INSTAGRAM @BO.INCEBACK.ID DAN @YAYASANPUTIH
15	FARIH MUJMTAZA	2203110252	1	Dr. MUHAMMAD THARIQ. S.Sos, M.I.Kom	Dr. FAIZAL HAMZAH LUBIS, S.Sos, M.I.Kom.	Dr. ZULFAHMI, M.I.Kom	STRATEGI KOMUNIKASI DAKWAH PERHIPUNAN REMAJA MASJID KOTA LANGSA DALAM MENINGKATKAN PARTISIPASI MASYARAKAT DALAM KEGIATAN KEAGAMAAN

Medan, 12 Syawal 1447 H

31 Maret 2026 M

Notulis Sidang:

1.

Ditetapkan oleh:

a.nu Rektor

Wakil Rektor



Prof. Dr. MUHAMMAD ARIFIN, SH, M.Hum.



Panitia Ujian

Sekretaris

[Signature]

Assoc. Prof. Dr. ARIFIN SALEH, MSP.

Assoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, M.I.Kom





Daftar Riwayat Hidup

Data Pribadi

Nama : Farih Mumtaza
Tempat/Tanggal Lahir : Langsa, 30 Juli 2004
Agama : Islams
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : Jl. Syiah Kuala, Lr. P Gade
Anak Ke : 1 dari 1 bersaudara

Data Orang Tua

Nama Ayah : Teuku Abdul Malik, S. Sos., M.H., CPM.
Nama Ibu : Yulina Zainon, SE.
Pekerjaan Ayah : PNS
Pekerjaan Ibu : PNS
Alamat : Jl. Syiah Kuala, Lr. P Gade

Pendidikan Formal

TK : TK Siwi Kencana Langsa
SD : SD Negeri 1 Langsa
SMP : MTsS Yapena Lhokseumawe
SMA : MAS Yapena Lhokseumawe
S1 : Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara