

Strategi Komunikasi Dakwah Remaja Masjid dalam Menertibkan Shalat Berjamaah di Masjid Raya Baiturrahman Banda Aceh

Safrina Dewi¹, Khairul Habibi², Kamaruddin³

^{1,2,3} Universitas Islam Negeri Ar-Raniry

^{1,2,3} Jl. Syeikh Abdur Rauf, Kopelma Darussalam, Kec. Syiah Kuala (sebagian data menyebut Meuraxa), Kota Banda Aceh, Aceh, 23111.

¹ 220403053@student.ar-raniry.ac.id, ² khairul.habibi@ar-raniry.ac.id, ³ kamaruddin@ar-raniry.ac.id

Abstrak

Masjid Raya Baiturrahman Banda Aceh memiliki fungsi ganda sebagai pusat ibadah dan destinasi wisata religi, yang menimbulkan tantangan tersendiri dalam menjaga kekhusyukan shalat berjamaah. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi komunikasi dakwah Remaja Masjid Raya Baiturrahman (RMRB) dalam menertibkan jamaah shalat di tengah keragaman sosial-budaya jamaah lokal maupun wisatawan. Metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa RMRB menerapkan strategi komunikasi dakwah yang terstruktur melalui empat pendekatan utama: (1) komunikasi organisasi berbasis prinsip *tanzhīm* dan *syūrā*, yang menjamin koordinasi dan efektivitas pembagian tugas; (2) komunikasi dakwah bil hal, dengan teladan perilaku non-verbal yang santun dan ramah; (3) komunikasi persuasif, yang menggabungkan argumen religius dan pendekatan humanis sesuai teori komunikasi interpersonal dan public relations Islami; serta (4) komunikasi adaptif, yang menyesuaikan pesan dengan keragaman budaya jamaah, termasuk wisatawan mancanegara. Faktor pendukung keberhasilan meliputi legitimasi dari UPTD Masjid, struktur organisasi yang jelas, keterampilan komunikasi santun, serta komitmen anggota dalam mengutamakan kepentingan jamaah. Dengan demikian, strategi komunikasi dakwah RMRB tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga merepresentasikan dakwah kontemporer yang humanis, dialogis, dan relevan dengan tantangan pengelolaan masjid modern.

Kata kunci: komunikasi dakwah; remaja masjid; manajemen organisasi Islam; shalat, Masjid Raya Baiturrahman

The Communication Strategy of Youth Mosque Preaching in Organizing Congregational Prayers at the Baiturrahman Grand Mosque in Banda Aceh

Abstract

The Baiturrahman Grand Mosque in Banda Aceh has a dual function as a center of worship and a religious tourism destination, which poses its own challenges in maintaining the solemnity of congregational prayer. This study aims to examine the communication strategy of the Baiturrahman Grand Mosque Youth (RMRB) in disciplining the congregation during prayer amidst the socio-cultural diversity of local and tourist congregations. The research method uses a descriptive qualitative approach through observation, interviews,

and documentation. The results show that RMRB applies a structured communication strategy of da'wah through four main approaches: (1) organizational communication based on the principles of tanzhim and syūrā, which ensures coordination and effectiveness of task division; (2) da'wah communication bil hal, with examples of polite and friendly non-verbal behavior; (3) persuasive communication, which combines religious arguments and a humanist approach according to the theory of interpersonal communication and Islamic public relations; and (4) adaptive communication, which adapts messages to the cultural diversity of the congregation, including foreign tourists. Supporting factors for success include legitimacy from the Mosque Technical Implementation Unit (UPTD), a clear organizational structure, polite communication skills, and members' commitment to prioritizing the interests of the congregation. Thus, RMRB's da'wah communication strategy is not merely technical but also represents contemporary da'wah that is humanistic, dialogical, and relevant to the challenges of modern mosque management.

Keywords: *da'wah communication; mosque youth; Islamic organizational management; prayer, Baiturrahman Grand Mosque*

PENDAHULUAN

Masjid merupakan pusat ibadah dan dakwah yang memiliki kedudukan penting bagi umat Islam. Sejak masa Rasulullah SAW, masjid tidak hanya berfungsi sebagai tempat shalat, tetapi juga menjadi pusat pendidikan, sosial, dan komunikasi umat (Abdullah et al., 2024; Rusmiati, 2022). Perannya sebagai media dakwah menjadikan masjid tidak sekadar ruang ritual, melainkan juga sarana pembentukan karakter dan peradaban Islam (Sholikatin, Natasya, & Munawir, 2024)

Pada konteks sekarang, banyak masjid menghadapi tantangan baru seiring meningkatnya jumlah jamaah dan fungsinya sebagai destinasi wisata religi. Studi internasional menunjukkan bahwa pengelolaan masjid memerlukan strategi komunikasi efektif untuk menjaga ketertiban ibadah sekaligus mengakomodasi fungsi sosial-keagamaan. Misalnya, digitalisasi (misalnya melalui QR code, sistem online, dan branding digital) membantu meningkatkan efisiensi manajemen wisata masjid serta memperkuat posisinya sebagai destinasi religi, terutama di era pasca-COVID-19

(Sutrisno, Kamarulzaman, & Ibrahim, 2022) dan penerapan strategi komunikasi organisasi berbasis pendekatan personal antar pengurus dan jamaah yang terbukti meningkatkan profesionalitas pengelolaan masjid (Nurfatmawati, 2020).

Di Indonesia, Masjid Raya Baiturrahman Banda Aceh memiliki posisi istimewa, selain sebagai ikon sejarah dan budaya, juga menjadi destinasi wisata religi yang ramai dikunjungi wisatawan (Karsono, Maghfira, Fidyati, & Olivia, 2023). Kompleks masjid ini mampu menampung lebih kurang 24.000 jamaah dan dilengkapi fasilitas modern seperti payung elektrik serta area basement. Keberadaan wisatawan domestik maupun mancanegara setiap harinya membuat masjid ini menghadapi persoalan khusus, yaitu menjaga kekhusyukan ibadah di tengah dinamika ruang publik yang padat.

Untuk menjawab kebutuhan tersebut, Pemerintah Aceh membentuk Unit Pelaksana Teknis Daerah (UPTD) Masjid Raya Baiturrahman, sebuah unit kerja di bawah Dinas Syariat Islam Aceh yang bertanggung jawab atas pengelolaan, pemeliharaan, dan pengembangan masjid dari sisi fisik maupun keagamaan. UPTD

berperan sebagai perpanjangan tangan pemerintah dalam memastikan masjid tetap menjadi pusat peradaban Islam modern sekaligus simbol kerukunan umat.

Sebagai bagian dari strategi pengelolaan, UPTD melibatkan Remaja Masjid Raya Baiturrahman (RMRB). RMRB merupakan organisasi pemuda yang dikembangkan untuk mendukung dakwah, pendidikan, dan pembinaan generasi muda Islam. Mereka tidak hanya menjadi penggerak kegiatan keagamaan, tetapi juga bertugas langsung dalam menjaga ketertiban shalat berjamaah, seperti mengatur shaf, mengingatkan waktu shalat, serta mengarahkan jamaah dan wisatawan agar ibadah berlangsung tertib.

Tantangan utama muncul dari kondisi jamaah yang heterogen: ada jamaah tetap, wisatawan lokal, hingga turis mancanegara. Perbedaan latar belakang budaya dan pemahaman ibadah seringkali memunculkan ketidakteraturan shaf, keterlambatan masuk masjid, hingga resistensi ketika diarahkan oleh petugas. Dalam kondisi demikian, *komunikasi* menjadi aspek yang sangat penting. RMRB tidak hanya mengandalkan pengaturan teknis, tetapi juga mengedepankan strategi komunikasi dakwah: komunikasi organisasi untuk koordinasi internal, komunikasi dakwah bil hal yang santun, serta komunikasi persuasif agar jamaah merapatkan saf tanpa merasa terpaksa.

Meskipun terdapat berbagai penelitian tentang manajemen masjid dan peran remaja masjid, kajian yang secara khusus menyoroti dimensi komunikasi dakwah dalam penertiban shalat berjamaah masih sangat terbatas. Sebagian besar penelitian sebelumnya lebih menekankan

pada program sosial-keagamaan atau aspek pembangunan fisik masjid (Rahmaningrum, et al., 2021; Sony et al., 2021). Sementara itu, konteks Masjid Raya Baiturrahman Banda Aceh menghadirkan kompleksitas unik: masjid berfungsi ganda sebagai pusat ibadah dan destinasi wisata religi dengan ribuan jamaah heterogen setiap harinya. Celah penelitian inilah yang menjadi dasar penting studi ini, yakni menganalisis bagaimana strategi komunikasi dakwah Remaja Masjid Raya Baiturrahman diterapkan untuk menjaga ketertiban dan kekhusyukan shalat berjamaah di tengah dinamika modern tersebut. studi ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis bagi pengelolaan masjid di era modern sekaligus memperkaya literatur komunikasi Islam kontemporer dengan perspektif empiris dari Indonesia.

KAJIAN PUSTAKA

Strategi adalah rencana tindakan yang disusun untuk mencapai tujuan tertentu, melibatkan serangkaian keputusan dan tindakan yang dibuat oleh manajemen puncak dan diimplementasikan oleh seluruh organisasi. (Budiono, 2019) Para ahli memiliki berbagai definisi strategi, namun pada intinya strategi berkaitan dengan arah jangka panjang organisasi, pemanfaatan sumber daya, dan keunggulan kompetitif. (Aisyah, 2012). Komunikasi secara etimologis berasal dari kata *communi-care* yang berarti “membuat sama” atau “berbagi” (Sari, 2020).

Secara terminologis, komunikasi diartikan sebagai proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan dengan tujuan tercapainya pemahaman

bersama. Komunikasi merupakan proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang-lambang, baik verbal maupun nonverbal, sehingga pesan yang disampaikan dapat dipahami. (Ismi Islami, 2013)

Sementara itu komunikasi adalah proses di mana seseorang atau sekelompok orang menciptakan dan menggunakan informasi untuk terhubung dengan orang lain dalam rangka mencapai tujuan tertentu. (Latip Kahpi, 2024). Perspektif Islam menjelaskan komunikasi tidak hanya dipahami sebagai interaksi sosial, tetapi juga sebagai sarana dakwah, yaitu menyampaikan ajaran Islam dengan cara yang bijaksana (*bil hikmah*), penuh nasihat yang baik (*mau'izhah hasanah*), dan dengan dialog yang santun (*mujadalah billati hiya ahsan*) sebagaimana dijelaskan dalam Al-Qur'an surat An-Nahl ayat 125. Dengan demikian, komunikasi dalam Islam memiliki dimensi spiritual, yakni menghubungkan manusia dengan manusia sekaligus manusia dengan Tuhannya. (Najih, 2016).

Komunikasi dakwah adalah proses penyampaian informasi atau pesan dari seseorang atau sekelompok orang kepada seseorang atau sekelompok orang lainnya yang bersumber dari al-Qur'an dan Hadits dengan menggunakan lambang-lambang baik secara verbal maupun nonverbal dengan tujuan untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku orang lain yang lebih baik sesuai dengan ajaran Islam, baik langsung secara lisan maupun tidak langsung melalui media. (Kuswanto & Muharani, 2025).

Pengertian lain menyatakan, komunikasi dakwah adalah suatu bentuk

komunikasi yang khas di mana seorang da'i (komunikator) menyampaikan pesan-pesan yang bersumber atau sesuai dengan ajaran al-Qur'an dan Sunnah, dengan tujuan agar orang lain (komunikan) dapat berbuat amal sholeh sesuai dengan pesan-pesan yang disampaikan tersebut. (Collins et al., 2021).

Komunikasi dakwah adalah proses penyampaian pesan Islami dari komunikator (da'i) kepada komunikan (mad'u) dengan tujuan membimbing manusia menuju jalan Allah SWT. (Saleh, 2022). Komunikasi dakwah pada hakikatnya adalah proses penyampaian pesan yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadis, sehingga komunikasi ini memiliki orientasi transendental, bukan sekadar sosial. Dengan kata lain, komunikasi dakwah tidak hanya bersifat horizontal (antara manusia), juga vertikal (hubungan manusia dengan Allah). (Ismi Islami, 2013)

Dakwah adalah proses mengajak manusia dengan cara yang baik untuk menerima ajaran Islam sehingga mereka memperoleh kebahagiaan di dunia dan akhirat. Hal ini menegaskan bahwa dakwah memiliki tujuan spiritual sekaligus sosial. dakwah sebagai upaya mengubah situasi menuju kondisi yang lebih baik sesuai dengan ajaran Islam, baik pada tingkat individu maupun masyarakat. Definisi ini menunjukkan bahwa dakwah tidak hanya berbentuk ceramah, tetapi juga bisa berupa tindakan nyata yang mencerminkan nilai-nilai Islami. (Kuswanto & Muharani, 2025)

Organisasi Remaja Masjid merupakan salah satu wadah bagi remaja yang ingin mengembangkan diri mereka tidak hanya secara intelektual, tetapi juga dalam aspek spiritual dan kepemimpinan. (Fitriani, 2025) Organisasi ini menjadikan

nilai-nilai Islam Ahlusunnah wal Jamaah sebagai landasan dalam membina karakter anggota.(Fitriani, 2025).

Masjid merupakan tempat ibadah yang bermanfaat untuk kemaslahatan umat sehingga manajemen atau pengelolaan yang baik supaya mampu menjadi pusat kegiatan keagamaan Islam. Peningkatan kualitas umat Islam melalui masjid dilakukan dalam rangka meningkatkan keimanan, ketaqwaan, keilmuan dan amal shaleh.(Muhazzab Alief faizal, Antri Arta, Jamilatun Ni'mah, 2023).

Masjid adalah Baitullah tempat umat Islam beribadah dan kembali kepadanya. Masjid merupakan simbol tempat pengabdian kepada Allah SWT, berjamaah dalam shaf-shaf yang teratur.(Muhazzab Alief faizal, Antri Arta, Jamilatun Ni'mah, 2023).

Shalat berjamaah adalah ibadah shalat yang dilakukan secara kolektif dengan seorang imam, di mana makmum wajib mengikuti gerakan dan bacaan imam. Dengan adanya imam dan makmum, ibadah menjadi lebih teratur dan sesuai dengan tuntunan syariat. (Al-Jazairi, 2003)

Al-Ghazali (2004) juga menjelaskan bahwa shalat berjamaah memiliki dimensi spiritual dan sosial. Secara spiritual, jamaah memperkuat ikatan seorang hamba dengan Allah SWT. Secara sosial, shalat berjamaah mengajarkan kebersamaan, kedisp-linan, serta kesetaraan antar umat Islam tanpa memandang status sosial.

Hadits riwayat Bukhari dan Muslim, Rasulullah SAW menegaskan keutamaan shalat berjamaah: "Shalat berjamaah lebih utama dibandingkan shalat sendirian dengan dua puluh tujuh derajat." (HR. Bukhari No. 645, Muslim No. 650).

Berdasarkan kajian pustaka yang telah dipaparkan dapat disimpulkan, strategi komunikasi dakwah yang diterapkan oleh Remaja Masjid Raya Baiturrahman Banda Aceh dalam menertibkan shalat berjamaah selaras dengan konsep-konsep teoritis tersebut. Pertama, strategi komunikasi organisasi yang berbasis *tanzhīm* (keteraturan) dan *syūrā* (musyawarah) sejalan dengan prinsip komunikasi Islam yang menekankan koordinasi dan kebersamaan. Kedua, penerapan komunikasi *bil hal* melalui sikap santun dan keteladanan sesuai dengan prinsip dakwah *bil hikmah* dalam Al-Qur'an. Ketiga, penggunaan komunikasi persuasif dengan nasihat yang baik mencerminkan konsep *mau'iz hah hasanah* sebagaimana diperintahkan dalam QS. An-Nahl: 125. Keempat, komunikasi adaptif yang menyesuaikan dengan keberagaman jamaah menunjukkan keterkaitan erat dengan teori komunikasi lintas budaya dalam dakwah kontemporer.

Oleh karena itu, dapat ditegaskan bahwa strategi komunikasi dakwah Remaja Masjid Raya Baitur-rahman dalam menertibkan shalat berjamaah tidak hanya relevan secara praktis, tetapi juga memiliki dasar yang kuat dalam teori komunikasi, konsep dakwah Islam, dan nilai-nilai sosial-spiritual shalat berjamaah. Hal ini memperlihatkan adanya integrasi harmonis antara teori dan praktik yang dapat menjadi model bagi pengelolaan masjid modern.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif (Khoiriah & Deriwanto, 2022). Pendekatan ini dipilih

karena sesuai untuk memahami secara mendalam strategi komunikasi dakwah yang diterapkan oleh Remaja Masjid dalam menertibkan shalat berjamaah di Masjid Raya Baiturrahman Banda Aceh.

Informan penelitian ditentukan dengan teknik *purposive sampling* (Subhaktiyasa, 2024), yakni pemilihan informan berdasarkan pertimbangan peneliti terhadap pengetahuan, pengalaman, dan keterlibatan langsung informan dengan permasalahan yang diteliti. Dalam hal ini, informan meliputi Ketua Umum Remaja Masjid Raya Baiturrahman (1 orang), tiga orang pengurus inti, lima orang anggota aktif yang bertugas sebagai petugas shaf, serta tiga orang jamaah tetap Masjid Raya Baiturrahman. Jumlah total informan adalah 12 orang. Kriteria yang digunakan dalam pemilihan mereka antara lain keterlibatan langsung dalam pengaturan shaf jamaah, pengalaman minimal satu tahun dalam keanggotaan remaja masjid, serta intensitas kehadiran sebagai jamaah tetap yang rutin beribadah di masjid.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumen-tasi (Romdona, et al., 2025). Observasi dilakukan dengan mengamati langsung pelaksanaan shalat berjamaah, khususnya bagaimana Remaja Masjid mengatur saf, mengarahkan jamaah, dan menjaga ketertiban di tengah heterogenitas pengunjug. Wawan-cara mendalam dilakukan dengan Ketua Umum, pengurus, anggota aktif, serta jamaah tetap untuk memperoleh informasi terkait strategi komunikasi dakwah yang digunakan, kendala yang dihadapi, serta solusi yang telah diterapkan. Dokumentasi yang digunakan meliputi laporan kegiatan

harian, jadwal shalat berjamaah, foto-foto kegiatan, serta catatan rapat pengurus remaja masjid.

Analisis data menggunakan model analisis interaktif sebagaimana dikemukakan Miles dan Huberman, yang mencakup tiga tahapan utama: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi (Wahyuni & Ulum, 2025). Reduksi data dilakukan dengan memilah informasi yang relevan dengan fokus penelitian. Data yang sudah terpilah kemudian disajikan dalam bentuk uraian naratif yang sistematis. Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan yang dilakukan secara bertahap setelah semua data dianalisis secara mendalam sehingga diperoleh pemahaman yang utuh mengenai strategi komunikasi dakwah Remaja Masjid Raya Baiturrahman.

Untuk menjaga keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber dan metode (Arianto, 2024). Contohnya, hasil observasi menunjukkan bahwa shaf jamaah masih sering renggang saat shalat Maghrib. Temuan ini diperkuat oleh wawancara dengan pengurus Remaja Masjid yang menyebutkan adanya rasa sungkan dalam menegur jamaah senior. Sementara itu, dokumentasi berupa laporan tugas harian juga mencatat kendala serupa. Dengan membandingkan data dari berbagai sumber dan metode, keandalan temuan penelitian ini semakin terjamin.

Melalui rancangan metode ini, diharapkan penelitian dapat memberikan gambaran yang jelas, mendalam, dan akurat mengenai strategi komunikasi dakwah yang diterapkan oleh Remaja Masjid Raya Baiturrahman Banda Aceh

dalam menertibkan shalat berjamaah, sehingga hasilnya dapat menjadi rujukan bagi pengelolaan masjid wisata religi lainnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil observasi, wawancara, dokumentasi terhadap pengurus Remaja Masjid Raya Baiturrahman Banda Aceh serta jamaah tetap, ditemukan bahwa terdapat beberapa strategi yang telah diterapkan untuk menertibkan dan meningkatkan kualitas pelaksanaan shalat berjamaah.

1. Peran Remaja Masjid dalam Penertiban Shalat Berjamaah

Remaja Masjid Raya Baiturrahman (RMRB) bukan sekadar kelompok pemuda yang membantu aktivitas masjid, melainkan agen dakwah yang mengaktualisasikan nilai Islam dalam ranah sosial. Keberadaan mereka dalam mengatur shaf, mengarahkan jamaah, dan menegur dengan cara santun adalah bentuk komunikasi dakwah berbasis aksi (dakwah bil hal). (Ramadhani & Halwati, 2014) menyatakan bahwa dakwah dapat dilakukan melalui perilaku nyata, pelayanan, dan pengelolaan aktivitas sosial keagamaan, bukan hanya ceramah atau khutbah. Hal ini juga sejalan dengan pandangan (Rifa'i, 2022) bahwa masjid memiliki fungsi sosial selain fungsi ibadah, yaitu menjadi pusat pembinaan umat. Dengan demikian, kiprah RMRB membuktikan bahwa pemuda dapat menjadi agen perubahan melalui peran mereka dalam menjaga marwah masjid sebagai pusat ibadah dan wisata religi.

Sementara itu, penulis juga ikut melaksanakan shalat di Masjid Raya

Baiturrahman dan mewawancarai jamaah masjid Raya Baiturrahman yaitu Ibu Ainal. Ibu Ainal mengatakan begitu sayang orang yang sudah tua dan muda masih berantakan shaf shalatnya, maka pentingnya peran Remaja Masjid dalam penertiban shalat berjamaah seperti ini. Sehingga shafnya tersusun rapi dan jamaah bisa shalat berjamaah dengan pahala yang sempurna.

2. Strategi Komunikasi Dakwah RMRB dalam menertibkan Shalat Berjamaah

Dari hasil wawancara penulis dengan salah satu remaja masjid, yaitu Sekretaris Jenderal Remaja Masjid Raya Baiturrahman, Ustadz Aris Munandar, S.T menyatakan bahwa salah satu fokus utama organisasi RMRB adalah penertiban petugas shaf shalat dan brigade, dimana mereka bertugas untuk menertibkan shalat berjamaah dan juga ikut berkolaborasi dengan satpam dan khadam masjid raya dalam menjaga keamanan dan bertugas untuk memantau dan memastikan bahwa pengunjung wisatawan serta jamaah masjid raya baiturrahman harus mengosongkan halaman masjid raya jika Adzan sudah berkumandang. Dari hasil wawancara dengan ustadz Aris Munandar, S.T tersebut ditemukan bahwa terdapat beberapa strategi yang telah diterapkan untuk menertibkan dan meningkatkan kualitas pelaksanaan shalat berjamaah.

Pertama, RMRB memiliki struktur khusus dengan tim petugas *shaf* dan *brigade* yang bertugas mengatur barisan shalat. Mereka berkoordinasi rutin melalui grup WhatsApp dan rapat bulanan untuk memastikan pengaturan shaf yang efektif sebelum shalat dimulai.

Kedua, setelah azan dan *iqamah*, waktu salat dijaga ketat. Petugas RMRB aktif mengosongkan halaman masjid, meminta jamaah dan wisatawan segera berwudhu dan masuk ke dalam. Bagi perempuan yang berhalangan shalat/ Udzur maupun wisata non muslim juga diarahkan ke *basement* masjid sehingga halaman masjid menjadi kosong hingga waktu shalat berjamaah telah selesai. Beberapa pengurus menggunakan pengeras suara (toa) dengan bahasa yang santun untuk mengingatkan jamaah dan mematikan *speaker* non-salat saat iqamah. Setelah itu, shaf diatur dengan cermat sesuai ketentuan Islam hingga rapi. Petugas shaf dan brigade baru bergabung dalam shalat berjamaah pada rakaat kedua, setelah memastikan semua shaf tertata sempurna.

Kedua strategi ini menunjukkan komitmen RMRB dalam menciptakan suasana salat berjamaah yang tertib dan khusyuk di tengah kompleksitas Masjid Raya Baiturrahman sebagai pusat ibadah sekaligus destinasi wisata.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan RMRB dalam menertibkan shalat berjamaah tidak lepas dari penerapan prinsip-prinsip strategi komunikasi dakwah yang tepat. Strategi komunikasi dakwah RMRB ini dapat dianalisis melalui beberapa perspektif komunikasi:

a. Komunikasi Organisasi

RMRB menerapkan komunikasi organisasi yang terstruktur melalui pembagian peran (ketua, pengurus inti, petugas shaf, brigade lapangan), rapat rutin, dan koordinasi melalui grup digital. Struktur ini memungkinkan aliran informasi berjalan dua arah: dari pimpinan

ke anggota dan sebaliknya. (Kurniawan, 2025) menekankan bahwa komunikasi organisasi yang efektif menciptakan koordinasi dan mencegah konflik peran. Dalam perspektif Islam, (Makmun, et al., 2024) menambahkan bahwa manajemen dakwah harus mengacu pada prinsip *tanzhim* (keteraturan) dan *syura* (musyawarah). RMRB yang selalu melakukan evaluasi bersama dan melibatkan anggota dalam pengamalan keputusan adalah contoh konkret penerapan prinsip tersebut. Dengan demikian, dapat dilihat bahwa komunikasi organisasi mereka bukan hanya sekuler, tetapi juga islami karena dibangun di atas musyawarah dan kebersamaan.

b. Komunikasi Dakwah bil Hal

Salah satu ciri khas strategi RMRB adalah menggunakan komunikasi non-verbal yang ramah dan santun. Mereka memberi isyarat dengan tangan, senyuman, atau bahasa tubuh, serta menegur jamaah dengan bahasa sopan. Strategi ini sesuai dengan konsep dakwah bil hikmah (QS. An-Nahl:125), yang menekankan pendekatan penuh kebijaksanaan dan kelembutan. Menurut (Zaeni et al., 2020), *dakwah bil hal* lebih efektif daripada *dakwah bil qawl* (verbal), karena jamaah lebih mudah meneladani tindakan nyata dibanding menerima instruksi langsung. Dari perspektif komunikasi, pendekatan ini dapat dikategorikan sebagai komunikasi non-verbal persuasif, di mana pesan tidak disampaikan melalui kata-kata, tetapi melalui ekspresi, gestur, dan perilaku (Gantiano, 2020). Dengan demikian, strategi ini menunjukkan integrasi dakwah Islam dengan teori komunikasi kontemporer.

c. Komunikasi Persuasif

RMRB sering menggunakan alasan religius dan praktis dalam mengajak jamaah merapikan shaf, misalnya dengan menyebutkan hadis keutamaan meluruskan shaf atau alasan kenyamanan ibadah. Pendekatan ini sejalan dengan teori komunikasi persuasif interpersonal yang memadukan logika (*logos*) dan emosi (*pathos*) untuk memengaruhi audiens (Abdullah et al., 2024). Dalam perspektif dakwah, strategi ini merupakan bentuk *Islamic Public Relations*, yaitu membangun citra Islam yang ramah, humanis, dan menyejukkan (Sartika & Rachmat, 2023). Dengan komunikasi persuasif yang santun, RMRB berhasil menciptakan citra positif Masjid Raya Baiturrahman, sehingga jamaah lebih mudah menerima ajakan mereka. Bahkan, hal ini juga memperkuat kesan positif wisatawan terhadap wajah Islam di Aceh.

d. Komunikasi Adaptif

Keberagaman jamaah Masjid Raya Baiturrahman, mulai dari masyarakat lokal, pelancong domestik, hingga turis mancanegara, menuntut strategi komunikasi yang adaptif. RMRB menyesuaikan gaya komunikasi dengan audiens: berbicara dengan hormat kepada jamaah senior, menggunakan bahasa sederhana atau bahasa tubuh kepada wisatawan asing, bahkan terkadang mengandalkan isyarat universal. Strategi ini dapat dijelaskan melalui teori komunikasi antarbudaya yang menekankan pentingnya *cultural sensitivity* dalam interaksi lintas budaya (Ningrum, 2024). Dengan kata lain, RMRB telah mempraktikkan komunikasi antar-budaya dalam bingkai dakwah, sehingga pesan

mereka tetap efektif diterima meskipun audiens berasal dari latar belakang berbeda.

3. Hambatan dalam Komunikasi Dakwah

Upaya Remaja dalam menertibkan shalat berjamaah di Masjid Raya Baiturrahman Banda Aceh, adalah sebuah tugas mulia yang tidak mudah. Ada berbagai faktor yang menjadi hambatan, yang bisa dilihat dari internal maupun eksternal.

Dari sisi internal, hambatan utama sering kali datang dari keterbatasan sumber daya remaja masjid itu sendiri. Jumlah anggota yang aktif tidak sebanding dengan ribuan jamaah yang datang, terutama saat shalat Jumat. Hal ini membuat pengawasan menyeluruh menjadi mustahil. Selain itu, minimnya pelatihan dan pengetahuan tentang manajemen massa juga menjadi tantangan. Meskipun mereka telah dibekali dengan cara berkomunikasi yang efektif, etika menegur jamaah yang lebih senior, atau teknik persuasif lainnya, tapi tidak jarang, rasa sungkan atau takut untuk menegur orang yang lebih tua atau memiliki status sosial tinggi menjadi penghalang. Dukungan penuh dari pengurus masjid juga sangat krusial; tanpa wewenang yang jelas atau sarana pendukung, upaya mereka bisa terasa sia-sia.

Sementara itu, dari sisi eksternal, hambatan terbesar datang dari sikap jamaah. Beberapa jamaah belum sepenuhnya menyadari pentingnya merapikan shaf atau menjaga ketertiban. Ketika ditegur, respons yang diterima bisa beragam, mulai dari penolakan, protes, hingga perdebatan yang membuat remaja masjid merasa enggan untuk bertindak lagi. Masalah lainnya adalah sifat egois, di mana jamaah lebih

mementingkan kenyamanan pribadi tanpa peduli pada celah di shaf atau kerapihan barisan. Lingkungan fisik masjid juga menjadi tantangan besar. Masjid Raya Baiturrahman yang begitu luas membuat remaja masjid kesulitan mengawasi setiap sudutnya, apalagi saat jamaah membludak. Waktu antara adzan dan iqamah yang singkat juga sering kali tidak cukup untuk menertibkan ribuan orang yang terus berdatangan, sehingga shaf yang rapi sulit terbentuk dari awal. Dalam model komunikasi, (Sitti Nurrachmah, 2022) menyatakan bahwa hambatan ini dapat dipahami sebagai *noise*, baik psikologis (rasa sungkan, perbedaan status sosial) maupun lingkungan (keramaian, gangguan suara).

Singkatnya, tugas remaja masjid dalam menertibkan shalat berjamaah adalah pekerjaan yang membutuhkan kombinasi antara kesiapan internal dan pemahaman terhadap tantangan eksternal. Mereka tidak hanya berhadapan dengan masalah teknis, tetapi juga dengan dinamika sosial dan psikologi jamaah yang sangat beragam.

4. Faktor Pendukung Keberhasilan

Dari hasil wawancara dengan Ketua Umum RMRB periode 2023/2025 yaitu Ustadz Adli, S.Pd., M.Pd, beliau mengatakan keberhasilan dan strategi komunikasi yang diterapkan oleh Remaja Masjid Raya Baiturrahman (RMRB) tidak dapat dilepaskan dari adanya sejumlah faktor pendukung yang saling melengkapi. Dukungan struktural dari UPTD Masjid, misalnya, memberikan legitimasi formal sehingga setiap langkah yang dilakukan oleh RMRB memiliki dasar kelembagaan yang kuat. Selain itu, struktur organisasi

yang jelas turut memastikan adanya pembagian kerja yang efektif dan terarah, sehingga setiap anggota memahami peran dan tanggung jawabnya dalam menjaga ketertiban shalat berjamaah.

Tidak kalah penting adalah keterampilan komunikasi persuasif yang dimiliki oleh para anggota. Dalam praktiknya, mereka selalu mengedepankan kesantunan dan kelembutan dalam menyampaikan arahan, sehingga pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh jamaah yang beragam latar belakangnya. Komitmen personal anggota juga menjadi faktor kunci keberhasilan. Banyak di antara mereka yang rela mengutamakan kepentingan jamaah, seperti mengatur shaf atau membantu kelancaran ibadah, meskipun harus menunda kenyamanan ibadah pribadi.

Faktor-faktor ini secara keseluruhan menunjukkan bahwa komunikasi dakwah bukan sekadar persoalan metode, tetapi juga bergantung pada lingkungan yang mendukung, legitimasi kelembagaan, serta komitmen individu yang kuat.

Dengan demikian, strategi komunikasi dakwah RMRB dalam menertibkan shalat berjamaah sesungguhnya mencerminkan integrasi yang harmonis antara nilai-nilai Islam dan teori komunikasi modern.

Tabel.1 Kerangka Tugas Remaja Masjid Dalam Menertibkan Shalat Berjamaah

No	Tupoksi Tugas	waktu
1.	Memberikan peringatan	Setelah adzan
2.	Mengelilingi halaman Masjid dan teras	Setelah adzan

3.	Mengarahkan jamaah ke dalam masjid dan ke lantai bawah tanah bagi jamaah yang berhalangan shalat / haid	Setelah adzan
4.	Menertibkan dan Mengatur shaf	Menjelang iqamah
5.	Petugas ikut serta Shalat berjamaah	Rakaat kedua

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi dakwah Remaja Masjid Raya Baiturrahman (RMRB) Banda Aceh dalam menertibkan shalat berjamaah tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga memiliki dimensi dakwah, komunikasi, manajemen organisasi Islam yang kuat. Keberadaan RMRB menjadi aktor penting dalam menjaga kekhusyukan ibadah sekaligus citra Masjid Raya sebagai pusat ibadah dan destinasi wisata religi.

Strategi yang dapat digunakan mencakup: Komunikasi organisasi yang terstruktur dengan prinsip *tanzhim* dan *syura* yaitu prinsip komunikasi dengan keteraturan dan musyawarah, sehingga pembagian kerja dan koordinasi berjalan efektif.

Pesan dakwah bil hal melalui komunikasi yang menunjukkan sikap santun, ramah, dan persuasif dalam menertibkan jamaah, sesuai dengan prinsip dakwah bil hikmah.

Komunikasi persuasif yang memadukan pendekatan religius dan rasional, serta memperkuat citra positif masjid dalam *kerangka Islamic Public Relations*.

Komunikasi adaptif yang peka terhadap keberagaman jamaah, baik dari segi usia, status sosial, maupun latar belakang budaya, sesuai dengan teori komunikasi antarbudaya.

Faktor pendukung keberhasilan strategi ini antara lain dukungan struktural dari UPTD Masjid, struktur organisasi yang jelas, keterampilan komunikasi santun, serta komitmen tinggi anggota RMRB. Hambatan seperti keterbatasan jumlah anggota, keramaian masjid, dan keberagaman budaya dapat diminimalisasi dengan koordinasi internal dan pendekatan persuasif.

Dengan demikian, praktik komunikasi dakwah RMRB men-cerminkan integrasi antara nilai-nilai Islam dengan teori komunikasi modern. Hal ini membuktikan bahwa dakwah di era kontemporer tidak hanya berlangsung melalui ceramah lisan, tetapi juga melalui manajemen organisasi, pelayanan publik, dan keteladanan perilaku. Model komunikasi dakwah RMRB dapat dijadikan contoh bagi remaja masjid lain di Indonesia dalam mengelola masjid sebagai ruang ibadah sekaligus ruang sosial yang ramah dan inklusif.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M., Fahrudin, F., & Faqihuddin, A. (2024). Pelatihan Manajemen Pengelolaan Masjid Era Modern di Kecamatan Pangandaran: Mengokohkan Eksistensi dan Pelayanan Masjid. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 9(11), 2025–2037. <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v9i11.7772>

- Aisyah, M. N. (2012). Peran Strategi, Sumber Daya serta Perubahan Teknologi dan Lingkungan Terhadap Penciptaan Keunggulan Kompetitif yang Berkesinambungan. *Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan*, 4(1), 89–100. <https://doi.org/10.21831/jep.v4i1.620>
- Arianto, B. (2024). Triangulasi Metoda Penelitian Kualitatif. In *Borneo Novelty Publishing*. <https://doi.org/10.70310/q81zdh33>
- Budio, S. (2019). Strategi Manajemen Sekolah. *Jurnal Menata*, 2(2), 56–72.
- Collins, S. P., Storrow, A., Liu, D., Jenkins, C. A., Miller, K. F., Kampe, C., & Butler, J. (2021). *No Title 濟無No Title No Title No Title*. 167–186.
- Fitriani, D. (2025). MELALUI PELATIHAN KEPEMIMPINAN BUILDING THE INDEPENDENCE OF BAITURRAHMAN MOSQUE TEENS. 3119–3124.
- Gantiano, H. E. (2020). Analisis Dampak Strategi Komunikasi Non Verbal. *Dharma Duta*, 17(2), 80–95. <https://doi.org/10.33363/dd.v17i2.392>
- Ismi Islami, D. (2013). Konsep Komunikasi Islam Dalam Sudut Pandang Formula Komunikasi Efektif Communication Concept of Islam in Perspective Formula Effective Communication. *Wacana*, XII(1), 40–66.
- Karsono, B., Maghfira, Fidyati, & Olivia, S. (2023). Fenomena Pedagang Kaki Lima pada Kawasan Masjid Raya Baiturrahman, Banda Aceh. *Jurnal Lingkungan Binaan Indonesia*, 12(2), 85–91. <https://doi.org/10.32315/jlbi.v12i2.78>
- Khoiriah, B., & Deriwanto, D. (2022). Implementasi Hidden Curriculum Pada Proses Pembelajaran di RA Tunas Literasi Qur’ani. *Jurnal Literasiologi*, 9(1). <https://doi.org/10.47783/literasiologi.v9i1.427>
- Kurniawan, H. (2025). Manajemen Konflik dan Komunikasi Organisasi dalam Meningkatkan Efektivitas Kerja UMKM. *Jurnal Minfo Polgan*, 14(1), 1269–1273. <https://doi.org/10.33395/jmp.v14i1.15015>
- Kuswanto, H. H., & Muharani, A. (2025). *Al-Musyiri : Jurnal Manajemen Dakwah*. 1, 9–22.
- Latip Kahpi, M. (2024). *Teknik Komunikasi Kementerian Agama dalam Upaya Diseminasi Kewajiban Sertifikasi Halal Bagi Pelaku Usaha di Kabupaten Deli Serdang*. 18–127.
- Makmun, F., Prastiwi, H., & Umam, M. S. (2024). Efektivitas Manajemen Dalam Dakwah. *Syi’ar: Jurnal Ilmu Komunikasi, Penyuluhan Dan Bimbingan Masyarakat Islam*, 7(2), 60–68. <https://doi.org/10.37567/syiar.v7i2.2591>
- Najih, S. (2016). Mau’Idzah Hasanah Dalam Al-Qur’an Dan Implementasinya Dalam Bimbingan Konseling Islam. *Ilmu Dakwah*, 36(1), 144–169. Retrieved from file:///C:/Users/THINKPAD/Downloads/1629-4304-1-PB.pdf
- Ningrum, A. C. I. T. (2024). Peran Bahasa Dalam Komunikasi Lintas Budaya : Memahami. *Selasar KPI : Referensi Media Komunikasi Dan Dakwah*, 4(2), 1–14.
- Nurfatmawati, A. (2020). Strategi Komunikasi Takmir Dalam Memakmurkan Masjid Jogokariyan Yogyakarta. *Jurnal Dakwah Risalah*, 31(1), 21. <https://doi.org/10.24014/jdr.v31i1.9838>

- Rahmaningrum, E. N., Sudar Manto, Viky Ardi, Thahir, M., & Vebrianto, R. (2021). Peranan Remaja Masjid Darussalam dalam Meningkatkan Kualitas Shalat Berjamaah di Masjid Desa Rambah Muda. *Tasnim Journal for Community Service*, 2(1), 20–28. <https://doi.org/10.55748/tasnim.v2i1.56>
- Ramadhani, F. E., & Halwati, U. (2014). Dakwah Irsyad: Paradigma Dakwah Bimbingan Konseling Islam. *Al-Hiwar Jurnal Ilmu Dan Teknik Dakwah*, 12(1), 27–43. <https://doi.org/10.18592/alhiwar.v12i1.11829>
- Rifa'i, A. (2022). Revitalisasi Fungsi Masjid sebagai Basis Perubahan Sosial (Sejarah Kontinuitas dan Perubahannya). *Jurnal REVORMA*, 2(2), 1–12.
- Romdona, S., Junista, S. S., & Gunawan, A. (2025). Teknik Pengumpulan Data. *JISOSEPOL*, 3(1), 39–47.
- Rusmiati, E. T. (2022). Transformasi Peran Masjid pada Zaman Modern (Studi Kasus pada Masjid Agung dan Masjid Al-Azhom Kota Tangerang). *PETANDA : Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Humaniora*, 04(02), 54–60.
- Saleh, O. S. (2022). Bahan Ajar Dakwah & Komunikasi. *Repository.Upy.Ac.Id*, (Mkb 7056), 1–101. Retrieved from <http://repository.upy.ac.id/6374/1/BAHAN-AJAR-SEJARAH-PERADABAN-BARAT-KLASIK-2023.pdf>
- Sari, A. F. (2020). Etika Komunikasi: Menanamkan Pemahaman Etika Komunikasi kepada Mahasiswa. *TANJAK: Journal of Education and Teaching*, 1(2), 127–135.
- Sartika, S., & Rachmat, I. (2023). Strategi Public Relations dalam Meningkatkan Citra Perusahaan pada PT. Telkomsel Tbk. *Jurnal Sosial Dan Sains*, 3(2), 199–215. <https://doi.org/10.59188/jurnalsosains.v3i2.698>
- Sholikatin, H. K. B., Natasya, A., & Munawir, M. (2024). Optimalisasi Peran Masjid sebagai Sarana Pendidikan Islam di Indonesia. *Jurnal Basicedu*, 8(2), 1411–1419. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v8i2.7251>
- Sitti Nurrachmah. (2022). Terdapat Noise Komunikasi di Setiap Step Proses Transfer Komunikasi pada Pesan di Media Internet. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 4(20), 1349–1358.
- Sony Eko Adisaputro, Sutamaji, & Muhammad Amrillah. (2021). Peran Remaja Masjid dalam Meningkatkan Dakwah. *J-KIs: Jurnal Komunikasi Islam*, 2(1), 43–52. <https://doi.org/10.53429/j-kis.v2i1.227>
- Subhaktiyasa, P. G. (2024). Pendekatan Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 9(4), 2721–2731.
- Sutrisno, N. A., Kamarulzaman, M. H., & Ibrahim, S. S. (2022). Digitalisation Empowerment in Mosque Tourism Management; A Potential and Current Practice. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 12(7), 944–957. <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v12-i7/14324>
- Wahyuni, N. S., & Ulum, M. (2025). Implementasi Metode Outdoor Learning dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Siswa pada Mata Pelajaran Pendidikan Agama Islam. *JlIP - Jurnal Ilmiah Ilmu*

Pendidikan, 8(6), 6117–6124. <https://doi.org/10.54371/jiip.v8i6.8295>

Zaeni, H., Mukmin, H., Syahril, S., Yanti, F., & Aswadi, A. (2020). Dakwah Pemberdayaan Umat Perspektif Al-Qur'an. *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 14(1), 95–110. <https://doi.org/10.24090/komunika.v14i1.3276>