



**MANAJEMEN KOMUNIKASI DAKWAH MASJID DALAM
MEMBINA JAMAAH MILENIAL
(STUDI KASUS MASJID NURUL IMAN BLOK M SQUARE)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi bidang Ilmu Komunikasi

Disusun Oleh:

Nama : Dewi Nursyamsiah

NIM : 1406015160

Peminatan : Manajemen Komunikasi



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA
JAKARTA, 2020**

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF DR. HAMKA

PERNYATAAN BUKAN PLAGIAT

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Dewi Nursyamsiah
NIM : 1406015160
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Manajemen Komunikasi
Judul Proposal : Manajemen Komunikasi Dakwah Masjid dalam Membina
Jamaah Milenial (Studi Kasus Masjid Nurul Iman Blok M
Square)

Demi Allah Subhanahu Wa Ta'ala, dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul tersebut di atas adalah benar-benar hasil penelitian saya dan BUKAN PLAGIAT. Apabila di kemudian hari terbukti skripsi saya ini PLAGIAT, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa dibatalkannya hasil ujian skripsi saya dan atau dicabutnya gelar akademik saya. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dapat dipertanggungjawabkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 08 Maret 2020
Yang Menyatakan,



Dewi Nursyamsiah

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF DR. HAMKA

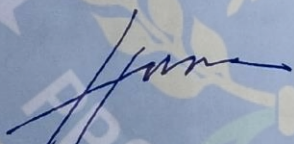
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI


Judul Proposal : Manajemen Komunikasi Dakwah Masjid dalam Membina
Jamaah Milenial (Studi Kasus Masjid Nurul Iman Blok M
Square)
Nama : Dewi Nursyamsiah
NIM : 1406015160
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Manajemen Komunikasi

Telah diperiksa dan disetujui
untuk mengikuti sidang skripsi oleh:

Pembimbing I

Pembimbing II


Husnan Nurjuman, S.Ag. M.Ag
Tanggal :13.....Maret.....2020.....

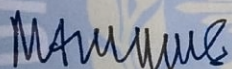

Rifma Ghulam Dzaljad, S.Ag. M.Ag
Tanggal :16.....Maret.....2020.....

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF DR. HAMKA

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Proposal : Manajemen Komunikasi Dakwah Masjid dalam Membina
Jamaah Milenial (Studi Kasus Masjid Nurul Iman Blok M
Square)
Nama : Dewi Nursyamsiah
NIM : 1406015160
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Manajemen Komunikasi

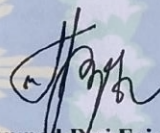
Telah dipertahankan di hadapan penguji pada sidang skripsi yang dilaksanakan
pada hari Rabu, 12 Februari 2020 dan dinyatakan LULUS.



Dr. Syaiful Rohim, M.Si

Penguji I

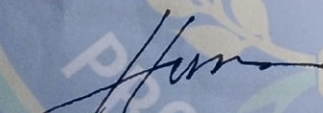
Tanggal : 14-03-2020



**Muhammad Dwi Fajri, S.Sos.I,
M.Pd.I**

Penguji II

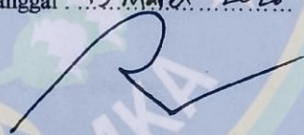
Tanggal : 13 Maret 2020



Husna Nurjuman, S.Ag, M.Ag

Pembimbing I

Tanggal : 14 Maret 2020



Rifma Ghulam Dzaljad, S.Ag, M.Ag

Pembimbing II

Tanggal : 16 Maret 2020

Mengetahui,
Dekan



Dra. Tallys Corliana, M. Hum

Tanggal : 26 November 2020

ABSTRAK

Judul : Manajemen Komunikasi Dakwah Masjid dalam Membina Jamaah Milenial (Studi Kasus Masjid Nurul Iman Blok M Square)

Nama : Dewi Nursyamsiah

NIM : 1406015160

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Peminatan : Manajemen Komunikasi

Halaman : 186 + xxxv halaman + 3 tabel + 10 gambar

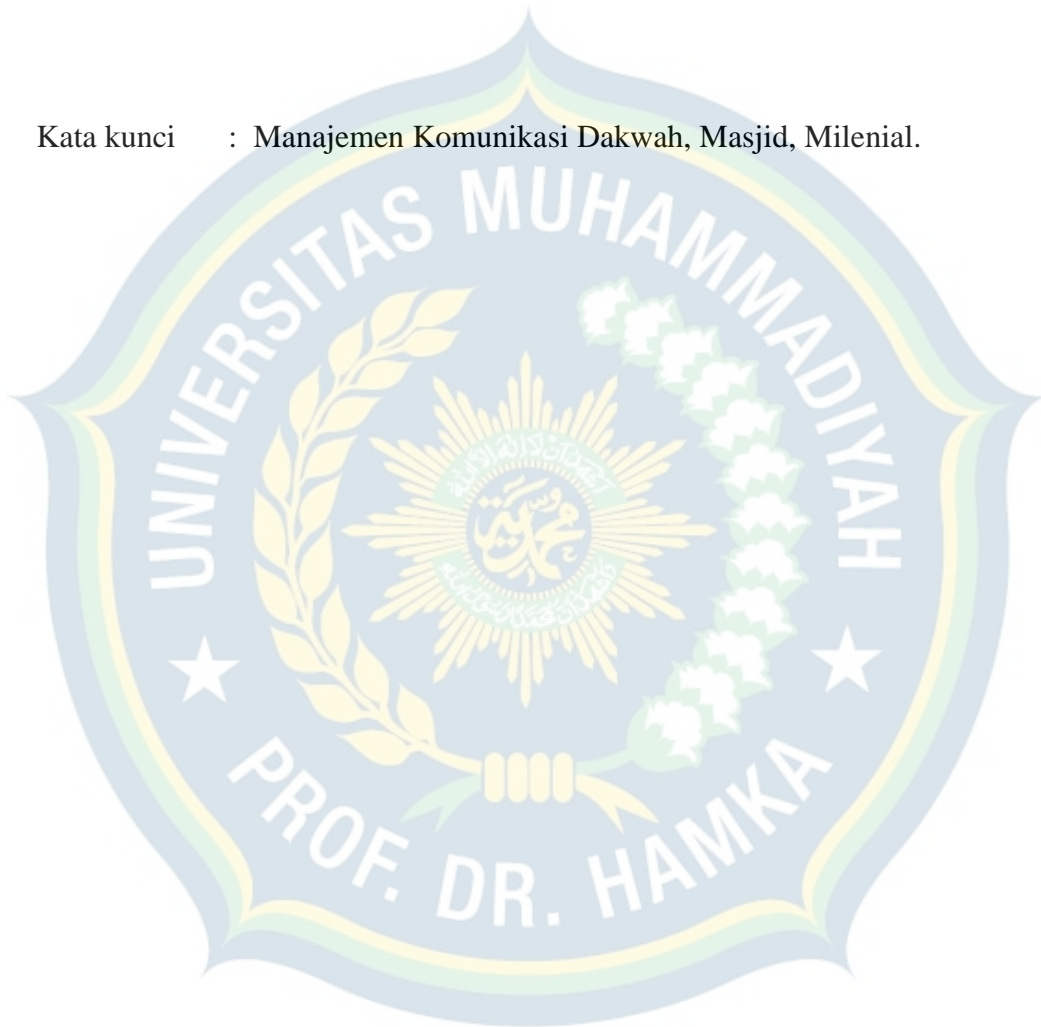
Manajemen komunikasi dakwah adalah proses koordinasi yang dibangun melalui interaksi antar manusia demi tercapainya tujuan dakwah. Digitalisasi dakwah menjadi salah satu cara agar pesan-pesan dakwah tetap bisa eksis dan menarik dikonsumsi oleh generasi pada masanya. Keberadaan masjid menjadi pusat kegiatan keagamaan berlaku di semua tempat, termasuk masjid dalam area mal. Pada umumnya, kendala masjid terletak pada tata kelola manajemen dalam organisasi, tidak memiliki jamaah tetap dan regenerasi yang lambat.

Penelitian ini berupaya menjelaskan dan menganalisis manajemen komunikasi dakwah yang dilakukan oleh DKM Nurul Iman yang meliputi kegiatan perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan dan pengendalian. Menggunakan pendekatan kualitatif-deskriptif dengan metode studi kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan berasal dari hasil wawancara, observasi, studi literatur, dan dokumen pendukung lainnya. Aktifitas media sosial Masjid Nurul Iman Blok M Square pun tidak luput dari hal yang diteliti.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kegiatan manajemen komunikasi dakwah yang dilakukan oleh DKM Nurul Iman adalah berkat kerjasama dengan mitra-mitra dakwah, seperti mubalig, majelis taklim dan komunitas kajian yang dikelola oleh anak muda (milenial). Dalam setiap tahapan proses kegiatan mulai

dari kegiatan perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan dan pengendalian, DKM Nurul Iman selalu mengajak mitra dakwah untuk berpartisipasi. Masjid sebagai fasilitator kegiatan dawah berkolaborasi dengan ide-ide kreatif milenial menghasilkan materi dakwah yang mampu merubah kecenderungan perilaku negatif milenial menjadi lebih konservatif dalam balutan nilai-nilai islami.

Kata kunci : Manajemen Komunikasi Dakwah, Masjid, Milenial.



DAFTAR ISI

PERNYATAAN BUKAN PLAGIAT	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	13
1.3 Pembatasan Masalah	13
1.4 Tujuan Penelitian	14
1.5 Kontribusi Penelitian	14
1.6 Kelemahan dan Keterbatasan Penelitian	15
1.7 Sitematika Penulisan	15
BAB II	
2.1 Kajian Penelitian Terdahulu	17

2.2	Paradigma Konstruktivisme	25
2.3	Hakekat Komunikasi	28
2.3.1	Definisi Komunikasi	28
2.3.2	Unsur Komunikasi	30
2.3.3	Model Komunikasi.....	31
2.3.4	Fungsi dan Tujuan Komunikasi	34
2.3.5	Konteks Komunikasi.....	35
2.4	Manajemen Komunikasi Dakwah	36
2.4.1	Manajemen Komunikasi	40
2.4.2	Manajemen Dakwah.....	42
2.5	Komunikasi Organisasi	49
2.5.1	Definisi Komunikasi Organisasi	50
2.5.2	Unsur Komunikasi Organisasi	51
2.5.3	Fungsi Komunikasi Organisasi	55
2.6	Teori Informasi Organisasi.....	57
2.6.1.	Definisi Teori Informasi Organisasi	58
2.6.2.	Asumsi Teori Informasi Organisasi	60
2.6.3.	Konsep Kunci dan Mengkonseptualisasikan Informasi.....	62

2.7	Teori Generasi Strauss-Howe.....	67
2.7.1.	Generasi Milenial.....	71
2.8	Bagan Kerangka Pemikiran.....	74
 BAB III		
3.1.	Pendekatan, Jenis dan Metode penelitian.....	75
3.1.1.	Pendekatan Kualitatif.....	75
3.1.2.	Jenis Penelitian.....	77
3.1.3.	Studi Kasus.....	79
3.2.	Informan Penelitian.....	82
3.3.	Metode Pengumpulan Data.....	88
3.4.	Analisa Data.....	90
3.5.	Bagan Alur Penelitian.....	92
3.6.	Lokasi Penelitian dan Jadwal Penelitian.....	93
 BAB IV		
4.1.	Deskripsi Subjek Penelitian.....	94
4.1.1.	Sejarah Masjid Nurul Iman Blok M Square.....	94
4.1.2.	Dewan Kemakmuran Masjid Nurul Iman Blok M Square.....	103
4.1.3.	Mubalig, Majelis Taklim dan Komunitas Pengajian.....	121

4.1.4.	Jamaah Milenial	131
4.2.	Deskripsi Hasil Penelitian	137
4.2.1.	Manajemen Komunikasi Dakwah Masjid dalam Membina Jamaah Milenial	138
4.2.2.	Faktor-Faktor Pendukung dan Penghambat	162
4.3.	Pembahasan	169
4.3.1.	Manajemen Komunikasi Dakwah dalam Perspektif Teori Informasi Organisasi	169
4.3.2.	Manajemen Komunikasi Dakwah bagi Sasaran Milenial Muslim Perkotaan (Trend Hijrah)	177
BAB V		
5.1.	Simpulan	181
5.2.	Saran-saran rekomendasi	186
DAFTAR PUSTAKA		xvii
LAMPIRAN		xxv

DAFTAR TABEL

Table 2. 1 Tabel Pembagi Generasi	70
Table 3. 1 Jadwal Penelitian	93
Table 4. 1 Jadwal Kajian Rutin Masjid Nurul Iman	111



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Westley & McLean.....	32
Gambar 2. 2 Bagan Kerangka Pemikiran.....	74
Gambar 3. 1 Bagan Alur Penelitian	92
Gambar 4. 1 Logo Masjid Nurul Iman.....	97
Gambar 4. 2 Penampakan Masjid Nurul Iman dari atas sebelum perluasan.....	98
Gambar 4. 3 Penampakan suasana kajian di Masjid Nurul Iman area Ka’bah, halaman masjid.	100
Gambar 4. 4 Penampakan suasana kajian di Masjid Nurul Iman area ruang salat utama Ikhwan.....	101
Gambar 4. 5 Penampakan suasana kajian di Masjid Nurul Iman area ruang salat utama Akhwat	101
Gambar 4. 6 Struktur Organisasi.....	108
Gambar 4. 7 Peserta tahsin di Masjid Nurul Iman.....	117

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam kehidupan sehari-hari komunikasi menjadi bagian terpenting untuk membangun kedekatan dengan individu lainnya. Komunikasi merupakan suatu proses saling memengaruhi dengan memberikan stimulus-stimulus yang dalam perkembangannya akan menimbulkan interaksi antara mereka yang terlibat dalam komunikasi. Makna pesan yang tersampaikan oleh komunikator tidak hanya menghasilkan satu pesan, tapi beberapa pesan dan berlangsung dua-arah. Dalam masa yang sama, pelaku komunikasi, baik komunikan maupun komunikator memperhitungkan pengalaman keduanya.

Dakwah adalah salah satu kegiatan komunikasi. Pada dasarnya, komunikasi dakwah memiliki persamaan dengan bentuk kegiatan komunikasi yang lain, sama-sama berlandaskan prinsip yang ada pada teori komunikasi. Perbedaannya terdapat pada pesan yang disampaikan, nilai-nilai kebenaran dan keteladanan Islam. (Ilaihi, 2010:24) Dalam implementasinya, dakwah merupakan kerja dan karya besar manusia, baik secara personal maupun kelompok, yang dipersembahkan untuk Allah dan sesama manusia. Sebagai agama yang komprehensif, Islam

memerintahkan kepada setiap pemeluknya untuk berpegang teguh kepada syariat yang telah dibawa oleh *Nabi Muhammad Shalallahu 'Alaihi Wasallam* dan menyebarkan ajaran tersebut. Mengkaji kitab-kitab yang ditulis oleh generasi terbaik dalam Islam, menjaga akhlak dan adab kepada seluruh makhluk ciptaan-Nya adalah beberapa contoh yang bisa diterapkan. Dalam sejarah penyebarannya, Islam dibawa oleh para sahabat atas perintah *Nabi Muhammad Shalallahu 'Alaihi Wasallam*. Kemudian para sahabat (*tabi'in*) ditugaskan oleh Nabi untuk datang ke beberapa tempat, mendakwahi masyarakat dan mengajak mereka agar beriman kepada *rabbul'alamiin*, Tuhan seluruh alam. Cara tersebut berlanjut hingga ke seluruh penjuru muka bumi, termasuk Indonesia.

Hasil Sensus penduduk tahun 2010 menyatakan bahwa 87,18 persen penduduk Indonesia adalah muslim. Jika jumlah penduduk Indonesia adalah 237 juta jiwa, berarti ada sekitar 207 juta jiwa pemeluk Islam di Indonesia. Hal ini yang membuat Indonesia menjadi Negara dengan jumlah pemeluk Islam terbesar di dunia. Demi memenuhi kebutuhan beribadah, fasilitas ibadah umat muslim seperti masjid atau musala tersedia di banyak tempat, yang disediakan pemerintah, swasta maupun dibangun swadaya oleh masyarakat. Dikutip dari Provinsi DKI Jakarta Dalam Angka 2017, total ada 3.047 masjid dan 5.620 mushola yang telah dibangun di Provinsi ini. Data tersebut diperoleh dari Kanwil

Departemen Agama Provinsi DKI Jakarta pada 2014 dan jumlah tersebut stagnan sejak 2011.

Masjid itu adalah rumah Allah di atas bumi ini. Maka menjadi hak bagi Allah memuliakan setiap orang yang ziarah ke rumah-Nya. Masjid juga dapat diartikan sebagai tempat atau bangunan untuk melakukan segala aktivitas yang mengandung kepatuhan kepada Allah semata. Namun, saat ini ada kecenderungan di masyarakat jika masjid hanya difungsikan sebagai tempat ritual ibadah. Masjid kehilangan eksistensinya sebagai salah satu simbol kemajuan peradaban. Sebut saja 3 masjid pertama yang dibangun langsung oleh Rasulullah, Masjid Quba di Quba, Masjid Nabawi di Madinah, Masjidil Haram di Makkah.

Dalam sejarah, masjid-masjid ini telah mencetak banyak tokoh cendekiawan muslim yang hasil pemikirannya memberikan maslahat untuk seluruh dunia. Al-Kindi dengan ilmu kedokteran dan Al-Jabbar dengan ilmu berhitung adalah dua dari ribuan cendekiawan muslim yang tercatat dalam sejarah dunia. Hal ini bisa terjadi karena selain sebagai tempat ibadah, masjid juga berperan aktif sebagai lembaga kajian ilmu pengetahuan, pendidikan, pemerintahan, perang, dan terutama tentang ilmu-ilmu syariat Islam.

Pembangunan lokasi masjid juga melihat kebutuhan masyarakat. Fokus utamanya adalah di tempat-tempat umum yang terindikasi dikunjungi oleh banyak orang seperti: gedung perkantoran, area pemukiman, apartemen, tempat wisata, pusat perbelanjaan, dan mal.

Untuk mengatur keberadaan masjid di dalam lokasi mal, Pemerintah Kota Bandung baru saja mengesahkan Peraturan Daerah Nomor 14 tahun 2018 tentang Bangunan dan Gedung Pasal 31 yang mengatur ketersediaan ruang ibadah.¹ Ruang ibadah dalam Perda tersebut yakni ruangan pada bangunan gedung yang digunakan secara tetap untuk melaksanakan ibadah. Beberapa kriteria juga harus dipenuhi pengelola untuk menjaga kenyamanan beribadah, mulai dari lokasi ruang ibadah tidak boleh berada di basement, perbandingan luas bangunan, kuota pengunjung yang datang, dan lain sebagainya. Sedangkan dalam skala nasional, keberadaan masjid/ruang ibadah tertera pada Undang-undang Nomor 28 Tahun 2002 tentang Bangunan Gedung, pada pasal 5 ayat (7), disebutkan bahwa fungsi gedung meliputi fungsi hunian, keagamaan, usaha, sosial dan budaya, serta fungsi khusus. Ini berarti dalam satu bangunan dapat memiliki lebih dari satu fungsi. Jikapun terjadi perubahan fungsi, maka harus mendapatkan persetujuan dan penetapan kembali oleh Pemerintah Daerah.²

Keberadaan mal atau pusat perbelanjaan erat kaitannya dengan gaya hidup konsumtif masyarakat urban. Turunnya daya beli masyarakat dan menjamurnya platform belanja online, membuat mal sepi pengunjung. Untuk menjaga eksistensinya, mal berlomba menyajikan daya tarik yang

¹ <http://humas.bandung.go.id/humas/berita/2019-02-07/perda-baru-tentang-bangunan-gedung-tegas-soal-ruan> diakses pada 18 Mei 2019 pukul 23.57 WIB

² <https://www.hukumonline.com/klinik/detail/lt58e36ec9dd7b3/hukumnya-mendirikan-rumah-ibadat-di-mal> diakses pada 19 July 2019 pukul 16.55 WIB

lain dengan bertransformasi dari segi fungsi, bukan hanya sebagai pusat perbelanjaan tapi juga sebagai pusat kegiatan. Beberapa agenda kegiatan pun digelar untuk menarik minat pengunjung. Seperti event mingguan, festival makanan, bazar buku dan pakaian, konser dan *midnight sale*. Uniknya, beberapa mal juga mulai melirik kegiatan keagamaan sebagai salah satu agenda yang mereka pilih.

Mal dan pusat perbelanjaan di Jakarta juga mulai memperhatikan kenyamanan beribadah pengunjungnya. Masjid didesain indah, lapang, memiliki arsitektur unik, karpet yang empuk dan peralatan salat yang bersih. Kegiatan keagamaan khususnya kajian, pun sering digelar dengan tema pembahasan yang beragam. Mulai dari ilmu fikih, tauhid, muamalah, adab dan akhlak.

Beberapa masjid dalam mal yang memiliki kriteria diatas, diantaranya: Masjid Pasar Tanah Abang Blok A yang terletak di lantai teratas Pusat Perbelanjaan Grosir Tanah Abang yang memiliki kajian rutin pekanan, Masjid Al-Hidayah yang luas dan nyaman meski dekat dengan area parkir di lantai 4 Mal Gandaria City juga sering mengundang ustaz kondang, Masjid Trans Studio Bandung yang berdiri megah di dekat pintu masuk kawasan wisata terpadu indoor Trans Studio Bandung yang sering mengundang Ustaz Hanan, *founder* gerakan pemuda hijrah, SHIFT, dan Masjid Nurul Iman dengan luas

total mencapai 6000 meter per segi³ yang berada di *rooftop* Mal Blok M Square. Berbeda dari yang lain, setiap harinya masjid ini menyelenggarakan kajian sunah yang gratis dan terbuka untuk umum.

Masjid megah di dalam area mal di kota-kota besar pun menjadi sorotan. Walikota Jakarta Selatan, Marullah Matali, dikutip dari portal berita online, mengatakan bahwa biasanya orang pergi ke pasar kan belanja. Tapi sekarang orang ke pasar dengan paradigma berbeda, buat ikut majelis taklim.⁴

Geliat fenomena hijrah mulai menjamah masyarakat perkotaan Indonesia sejak tahun 1980-an. Gejala sosial ‘untuk lebih religus’ itu semakin masif di beberapa tahun belakangan.⁵ Pengajian-pengajian berteman anak muda banyak bermunculan. Judul kajian yang menggelitik, persona pemateri yang tidak menggurui tapi memiliki ilmu yang mumpuni, hingga pilihan tempat-tempat yang menjadi lokasi pengajian yang ‘kekinian’ membuat anak muda nyaman untuk datang menghadiri kajian, baik sendiri, atau pun berkelompok.

Yuswohady, penulis buku “*Millenial's Kill everything*”, sering melakukan kajian terkait dunia marketing dan lifestyle masa kini. Dalam satu kajian nya, ia membagi gaya hidup muslim masa kini menjadi tiga

³ <https://wartakota.tribunnews.com/2019/04/05/masjid-megah-bakal-dibangun-di-lantai-atas-blok-m-square> diakses pada 26 Februari 2020 pukul 15.36 WIB

⁴ <https://wartakota.tribunnews.com/2019/04/05/masjid-megah-bakal-dibangun-di-lantai-atas-blok-m-square> diakses pada 26 Februari 2020 pukul 15.36 WIB

⁵ <https://www.cnnindonesia.com/nasional/20190514213319-20-394907/geliat-penyebaran-hijrah-ala-salafi-di-indonesia> diakses pada 18 July 2019 pukul 23.24 WIB

dimensi, yaitu dimensi spiritual (keislaman), fungsional (teknologi), dan emosional (*leisure*).⁶ Pada dimensi spiritual, ada gerakan hijrah. Gerakan berubah ke arah yang lebih baik dalam konteks keislaman. Menariknya, *hijrah movement* ini menjadi sesuatu yang keren dan melahirkan tren baru di kalangan anak muda, *tren hijrah*. Di mana anak muda masa kini, atau generasi milenial mulai menyadari kekosongan ruhnya dan mempelajari agama mereka untuk lebih religius.

Dikutip dari tirto.id, milenial atau nama lainnya Generasi Y (kelahiran tahun 1980an–2000an). Menurut Karl Mannheim, generasi ini disebut milenial karena satu-satunya generasi yang pernah hidup melewati milenium kedua.⁷ Generasi ini tumbuh pada era komputerisasi-multimedia. Pragmatis dan ingin segala sesuatu yang instan. Kemudahan-kemudahan yang didapat sekarang menimbulkan budaya konsumerisme yang terlihat dari konsumtifnya generasi milenial. Dengan dalih kekinian, makanan, minuman, tempat nongkrong, barang mewah dan media sosial jadi komponen wajib generasi ini. Dalam sebuah survei keuangan pada tahun 2015 yang dilakukan oleh Manulife Investor Sentiment Index, diperoleh data sebanyak 53% dari responden

⁶ <https://www.yuswohady.com/2019/05/11/muslim-4-0-hijrahdigitalleisure/> diakses pada 21 November 2019 pukul 04.04 WIB

⁷ <https://tirto.id/selamat-tinggal-generasi-milenial-selamat-da-tang-generasi-z-cnzX> diakses pada 21 November 2019 pukul 04.04 WIB

menghabiskan 70% dari penghasilan mereka untuk berbelanja, dan 10% dari responden menghabiskan 90% dari penghasilannya untuk belanja.⁸

Shelina Janmohamed, dalam bukunya, “*Generation M: Young Muslim Changing The World*”, menambahkan kategori generasi milenial, yaitu M Generation atau Muslim Milenial sebagai generasi yang bangga dengan sistem kepercayaan yang mereka anut dan menunjukkan identitasnya sebagai muslim/muslimah di mana pun mereka berada.⁹ Hal itu senada dengan apa yang ditemukan oleh IDN Research Institute saat mengelompokkan milenial. Di mana milenial konservatif ditunjukkan dengan perubahan penampilan yang lebih agamais, pergi ke pengajian sebagai agenda rutin, dan tidak ragu menyuarakan pendapatnya. 19,5% milenial menyatakan Indonesia lebih ideal menjadi negara khilafah. Sayangnya, dalam uraian disampaikan bahwa milenial yang mendukung khilafah lebih berpotensi terpapar radikalisme (dengan cara kekerasan). Sisi baiknya, hasil riset menandakan jika euforia hijrah yang marak sejak beberapa tahun terakhir merupakan bukti bahwa muslim Indonesia kian mendalam kadar keislamannya.

Melihat target dakwah saat ini, tidak heran jika kini lembaga-lembaga dakwah bertransformasi ke arah yang lebih modern dan

⁸ <https://www.quareta.com/post/budaya-konsumerisme-generasi-milenial> diakses pada 22 November 2019 pukul 16.51 WIB

⁹ <https://www.republika.co.id/berita/pniysn385/ltemgtyoung-muslimltemgt-fenomena-sosialita-taklim> diakses pada 19 Juli 2019 pukul 00.31 WIB

profesional baik dari segi teknik penyampaian informasi, *packaging* kegiatan ataupun metode dakwah yang akan digunakan tanpa mengurangi esensi dari dakwah itu sendiri. Tema dan pesan dakwah harus bergeser dari simbol-simbol kesalehan ke makna yang lebih ke substantif, nilai-nilai spiritual dalam diri seperti penguatan moral, etos kerja, dan karakter individu yang lebih baik. Menambahkan elemen digitalisasi dakwah sebagai media untuk menyebarkan pesan-pesan dakwah pun harus dilakukan oleh lembaga-lembaga dakwah, tak terkecuali oleh Dewan Kemakmuran Masjid (DKM).

Derasnya arus informasi di internet membuat Muslim Milenial lebih selektif memilih tempat belajar Islam, agar mereka tidak tersesat dan sesuai dengan syariat. Tidak mengherankan memang, karena saat ini banyak sekali oknum tidak bertanggungjawab yang mengeluarkan fatwa-fatwa sesat. Belum lagi dengan kasus *hoax*, fitnah, *fake news* dan ujaran kebencian yang tersebar di media sosial mampu menggiring reaksi negatif masyarakat kepada ustaz tertentu. Kasus pembubaran kajian oleh organisasi masyarakat pun tidak terhitung jumlahnya. Terlebih sentimen negatif yang selalu mengaitkan muslim dengan teroris dan radikal.

Masjid Nurul Iman adalah salah satu masjid yang tidak terlalu memperdulikan isu negatif yang beredar. Dewan Kemakmuran Masjid yang terletak di lantai 7 Mal Blok M Square ini, telah memiliki standar tertentu dalam memilih ustaz yang akan mengisi kajian di masjid mereka. Di atas bangunan seluas 4000 meter per segi, Masjid Nurul

Iman bisa menampung sekitar 5.000-6.000 jamaah.¹⁰ Mengundang *asaatiz* (jamak dari ustaz) yang video ceramahnya banyak beredar di media sosial, membuat jamaah berdatangan dari kalangan muda, milenial, di seluruh Jabodetabek. Membludaknya jamaah membuat DKM Nurul Iman melakukan perluasan di sisa lahan *rooftop* Mal Blok M Square seluas 2000 meter per segi.¹¹

Kegiatan kajian di Masjid Nurul Iman telah berjalan selama belasan tahun membuat DKM Nurul Iman menemukan formula mutakhir, yaitu kembali ke hal *basic*, ilmu-ilmu dasar di mana Islam pernah berjaya di masanya. Membahas kitab-kitab klasik yang ditulis para sahabat, mengkaji dan menjaga muruah dari suasana kajian dilakukan oleh DKM Nurul Iman dalam sebelas tahun terakhir. DKM Nurul Iman sangat terbuka dengan semua *manhaj* selama masih berpegang pada al-Quran dan Hadis serta memiliki pemahaman sesuai dengan pemahaman para sahabat Nabi, *Ash-Salaf Ash-Shalih*.¹²

Digitalisasi dakwah juga dilakukan oleh DKM Nurul Iman. Media sosial DKM juga membagikan info terbaru dari semua program DKM. *Instagram, Facebook, YouTube*, bahkan nomor *WhatsApp* dari sekretaris DKM bisa langsung di akses dengan mudah oleh jamaah karena tertera di poster kajian. Hampir seluruh program pengajian yang dilakukan oleh

¹⁰ Fauzar Nazarudin, Sie. Dakwah DKM Nurul Iman. Wawancara pribadi (Jakarta: 05 Feb 2019)

¹¹ <https://kongkrit.com/nurul-iman-masjid-diatas-mal-terbesar-di-indonesia/> diakses pada tanggal 20 Desember 2019 pukul 07.35 WIB

¹² Fauzar Nazarudin, Sie. Dakwah DKM Nurul Iman. Wawancara pribadi (Jakarta: 05 Feb 2019)

DKM Nurul Iman tidak dipungut biaya. Gratis. Semua berasal dari infak jamaah yang dikelola dengan baik oleh DKM agar bisa digunakan kembali untuk kebutuhan dakwah. Tidak heran jika Masjid Nurul Iman bertransformasi menjadi destinasi religi muslim milenial ibukota, karena selain judul dan tema kajian yang menarik, beberapa ustaz yang rutin jadi pembicara juga telah memiliki basis jamaah dan mayoritas dari mereka adalah anak milenial yang sering mengakses potongan-potongan ceramah para ustaz yang mudah ditemukan di akun-akun dakwah di media sosial. Beberapa motif dari jamaah yang datang ke Masjid Nurul Iman, mulai dari kebutuhan ruhani, cocok dengan persona ustaz pembicara, hingga rasa penasaran akan *vibe* kajian jika datang langsung, karena biasanya selalu akses lewat *YouTube* dan *Instagram*.¹³

Banyak program yang telah dijalankan oleh DKM Nurul Iman, mulai dari *tahsin*, kajian rutin, kajian tematik, dan PAUD. Program-program tersebut ada yang gratis dan berbayar untuk menggaji guru yang bersangkutan. Khusus untuk kajian rutin dan tematik, DKM Nurul Iman kerjasama dengan beberapa mubalig, majelis taklim, dan komunitas pengajian yang mayoritas digawangi oleh anak muda (dengan rentang usia 20-40 tahun) untuk menyelenggarakan acara kajian. Jadwal kajian tersusun dengan rapih dan secara berkala dibagikan lewat media sosial. Uniknya, jamaah akan semakin ramai jika akhir pekan tiba, pada hari

¹³ Jamaah Akhwat yang datang ke Masjid Nurul Iman. Wawancara pribadi (Jakarta: 17 Juli 2019)

Sabtu dan Ahad. Seperti yang dikatakan oleh Pak Fauzar (Sie. Dakwah DKM Nurul Iman):

“..bahkan dari Sabtu dan Ahad itu seperti pesantren disini. Kajian dari pagi sampai malam, *full-day*. Kita jadikan *weekend*-nya kaum muslimin bukan ke yang lain-lain tapi ke masjid.” (Wawancara 23 Maret 2019)

Kesuksesan Dewan Kemakmuran Masjid (DKM) Nurul Iman dalam mengelola kegiatan pengajian hingga mendapatkan animo besar dari masyarakat, pasti memiliki proses manajemen yang panjang. Proses perencanaan, pengorganisasian, kepemimpinan dan pengendalian tersusun dengan tersusun rapih membuat kesan profesional muncul dalam setiap kegiatan. Menariknya, struktur dan fungsi pengurus inti dalam DKM Nurul Iman hampir tidak berubah sejak tahun 2009, saat masjid baru pindah ke lantai 7 gedung baru Blok M Square, di mana para anggota DKM adalah pedagang yang memiliki kios di bawah dan memiliki darah minang. Atas izin Allah Subhanahu Wa Ta’ala, didukung dengan kecakapan anggota dalam mengatur sumber daya yang dimiliki, dan kejelian dalam membaca situasi, DKM Nurul Iman dapat melaksanakan kegiatan dakwah yang berdampak positif di masyarakat. Khususnya bagi milenial.

Dari permasalahan di atas, kasus ini menarik diteliti untuk mencari tahu tentang bagaimana manajemen komunikasi dakwah diterapkan oleh anggota Dewan Kemakmuran Masjid Nurul Iman sehingga bisa

mendapatkan animo yang besar dari masyarakat. Adapun judul yang diajukan peneliti adalah **“Manajemen Komunikasi Dakwah Masjid dalam Membina Jamaah Milenial (Studi Kasus Masjid Nurul Iman Blok M Square)”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dideskripsikan diatas, dapat disimpulkan beberapa pertanyaan penelitian, yaitu:

1. Bagaimana manajemen komunikasi dakwah dilakukan masjid dalam membina jamaah milenial?
2. Faktor-faktor pendukung dan penghambat dari kegiatan yang manajemen komunikasi dakwah dilakukan masjid dalam membina jamaah milenial.

1.3 Pembatasan Masalah

Peneliti memberikan batasan terhadap penelitiannya dengan maksud agar tidak terjadi perluasan permasalahan dan persoalan yang dibahas dalam penelitian. Dua masalah yang ada di dalam penelitian:

1. Strategi manajemen komunikasi dakwah yang dijalankan DKM Nurul Iman
2. Kegiatan dakwah yang dilakukan oleh Masjid Nurul Iman Blok M Square

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah untuk menjelaskan penerapan manajemen komunikasi dakwah yang dijalankan oleh Dewan Kemakmuran Masjid Nurul Iman Blok M Square sehingga bisa membina jamaah milenial.

1.5 Kontribusi Penelitian

1. Kontribusi Akademis

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan pemahaman terhadap teori informasi organisasi dalam sebuah organisasi sosial dan dapat memberikan sumbangan ilmu pengetahuan di bidang komunikasi organisasi khususnya dalam pengelolaan informasi.

2. Kontribusi Metodologis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman mengenai penggunaan metode observasi yang membutuhkan kejelian peneliti terhadap objek yang diteliti. Kepekaan peneliti terhadap situasi sosial juga menjadi titik berat dalam observasi.

3. Kontribusi Praktis

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan sumbangsih untuk masyarakat yang berkecimpung didunia organisasi dalam mengelola dan memahami informasi yang diterima, baik dari lingkungan eksternal maupun internal sehingga dapat mengurangi ketidakjelasan informasi di antara para anggota organisasi,

khususnya untuk lembaga-lembaga dakwah seperti Dewan Kemakmuran Masjid.

4. Kontribusi Sosial

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan pemahaman ke masyarakat tentang bagaimana pengelolaan informasi di organisasi yang baik dan benar, membangun komunikasi yang efektif antar sesama pengurus organisasi ataupun dengan jamaah.

1.6 Kelemahan dan Keterbatasan Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini hanya sebatas kegiatan manajemen komunikasi dakwah yang dilakukan oleh Dewan Kemakmuran Masjid Nurul Iman Blok M Square.

1.7 Sitematika Penulisan

Untuk mempermudah memahami penulisan pada skripsi ini, berikut penjelasan ringkas tentang sistematika dalam penulisan yang digunakan dalam penelitian ini:

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang penelitian, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, kontribusi penelitian, kelemahan dan keterbatasan penelitian serta sistematika penelitian.

BAB II LANDASAN PEMIKIRAN

Berisi tentang penjelasan tentang kajian penelitian terdahulu, paradigma konstruktivisme, hakikat komunikasi, manajemen komunikasi dakwah,

komunikasi organisasi, teori informasi organisasi, dan teori generasi oleh Strauss dan Howe.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Berisi penjelasan tentang pemilihan kualitatif sebagai pendekatan dalam penelitian, jenis penelitian yang dipilih adalah deskriptif dengan studi kasus sebagai metodenya. Pemilihan informan penelitian juga dibahas dalam BAB III, metode pengumpulan data berasal dari berbagai sumber agar peneliti mendapat keutuhan dari subjek penelitian, analisa data, bagan alur penelitian, serta lokasi dan jadwal penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Berisi tentang deskripsi subjek penelitian, mulai dari sejarah masjid, DKM Nurul Iman, mitra-mitra yang bekerja sama (mubaligh, majelis taklim, dan komunitas kajian) dan jamaah milenial. Kemudian penjelasan dari hasil penelitian, dan terakhir pembahasan penelitian.

BAB V KESIMPULAN

Berisi tentang kesimpulan yang diambil oleh peneliti secara keseluruhan dari penelitian yang telah dilakukan serta saran-saran rekomendasi yang mungkin bisa dipertimbangkan baik untuk DKM Nurul Iman ataupun masjid-masjid yang lain dalam membina jamaah milenial.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

Abidin, Yusuf Zainal. 2015. *Manajemen Komunikasi: Filosofi, Konsep dan Aplikasi*. Bandung: Pustaka Setia.

Afrizal. 2016. *Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif Dalam Berbagai Disiplin Ilmu*. Jakarta: RajaGrafindo Persada. Cet-3

Ali, Hasanuddin & Lilik Purwandi. 2017. *Millennial Nusantara: Pahami Karakternya, Rebut Simpatinya*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Aliyudin, Enjang AS. 2009. *Dasar-Dasar Ilmu Dakwah*. Bandung: Widya Padjajaran.

Al-Quran dan terjemahan.

Ar-rifa'i, Muhammad Nasib. 1989. *Kemudahan dari Allah: Ringkasan Tafsir Ibnu Katsir*. Terjemahan oleh Syihabuddin. 1999. Jakarta: Gema Insani Press.

Amin, Samsul Munir. 2009. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: AMZAH.

Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta. 2017. *Jakarta Dalam Angka 2017*. Jakarta: Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta.

Bungin, Burhan. 2010. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, Dan Ilmu Sosial Lainnya*. (Ed. 1) Jakarta: Kencana. Cet. ke-4

Bungin, Burhan. 2013. *Metodologi Penelitian Sosial Dan Ekonomi: Format-Format Kuantitatif Dan Kualitatif Untuk Studi Sosiologi, Kebijakan, Publik, Komunikasi, Manajemen Dan Pemasaran*. (Ed. 1) Jakarta: Kencana.

Cangara, Hafied. 2017. *Perencanaan dan Strategi komunikasi*. Jakarta: RajaGrafindo Persada. Cet. ke-3

Effendy, Onong Uchjana. 1997. *Ilmu Komunikasi dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Faules, Don & R. Wyne Pace. 2013. *Komunikasi Organisasi, Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

HAMKA, 1985. *Tafsir Al-Azhar Juzu' 9-10*. Jakarta: Pustaka Panjimas. Cet-1.

Husain, Huri Yasin. 2011. *Fikih Masjid* (Khalifurrahman Fath & Fathur Rahman Nizar Az-zainaby, Penerjemah) Jakarta: Al-Kautsar.

Ilaihi, Wahyu dan Muhammad Munir. 2015. *Manajemen Dakwah*. Jakarta: Kencana. Cet ke-4.

Ismail, Ilyas. 2018. *The True Da'wa: Menggagas Paradigma Baru Dakwah Era Milenial*. (Ed.1) Jakarta: Kencana.

- Kaye, Michael. 1994. *Communication Management*. Sydney: Prentice Hall.
- Mulyana, Deddy. 2001. *Metodologi Penelitian Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya. Cet-1
- Mulyana, Deddy. 2011. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Morisann. 2009. *Teori Komunikasi Organisasi*. Bogor: Ghalia Indonesia. Cet-1
- Morissan, 2015. *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana.
- Pemerintah Daerah Jawa Barat. 2018. *Peraturan Daerah Kota Bandung Nomor 14 tahun 2018 tentang Bangunan dan Gedung. Lembaran Daerah Kota Bandung Tahun 2018*. Sekretariat Daerah. Bandung.
- Pemerintah Indonesia. 2002. *Undang-Undang No.28 Tahun 2002 tentang Bangunan Gedung*. Lembaran Negara RI Tahun 2002. Sekretariat Negara. Jakarta.
- Profil Generasi Milenial. 2018. *Statistik Tematik: Profil Generasi Milenial Indonesia*. Jakarta: Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak.
- Pujileksono, Sugeng. 2015. *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Malang: Intrans Publishing.
- Qomar, Mujamil. 2015. *Dimensi Manajemen Pendidikan Islam*. Jakarta: Emir.

Robbins, Stephen P. 2003. *Perilaku Organisasi*. (Ed.1) Jakarta: Indeks

Robbins, Stephen P & Mary Coulter. 2016. *Manajemen*. (Ed.1) Jakarta: Erlangga. Cet-13

Ruslan, Rosady. 2014. *Manajemen Public Relation dan Media Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.

Soedarsono, Dewi K. 2009. *Sistem Manajemen Komunikasi: Teori, Model dan Aplikasinya*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Sulaksana, Uyung. 2003. *Mengasah Kompetensi Manajemen Melalui Bedah Kasus*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Suyuti, Imam. 2017. *Asbabun Nuzul: Sebab-Sebab Turunnya Ayat al-Qur'an*. Jakarta: Qisthi Press.

Turner, Lynn H. & Richard West. 2011. *Pengantar Teori Komunikasi, Analisis dan Aplikasi*. (Ed. 3) Jakarta: Salemba Humanika.

JURNAL

Ahmad, Nur. 2014. *Tantangan Dakwah Di Era Teknologi dan Informasi: Formulasi Karakteristik popularitas dan materi di jalan dakwah*. Jurnal ADDIN Vol. 8 No. 2 <https://media.neliti.com/media/publications/53406-ID-tantangan-dakwah-di-era-teknologi-dan-in.pdf> (diakses pada 02 Desember 2019 pukul 02.06 WIB)

Devi, Nur Ratih dan Meria Octavianti. 2019. *Komunikasi Dakwah Pemuda Hijrah*. Jurnal Manajemen Komunikasi Vol. 3 No. 2 (Ed. April).
<http://jurnal.unpad.ac.id/manajemen-komunikasi/article/view/20492>
(diakses pada 12 Maret 2020)

Mukrodi. 2014. *Analisis Manajemen Masjid Dalam Optimalisasi Peran dan Fungsi Masjid*. Jurnal KREATIF Vol. 2 No. 1 Ed. Oktober.
<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/kreatif/article/download/452/372> (diakses pada 10 Maret 2020)

IDN Research Institute. 2019. *Indonesia Millennial Report*.
<https://cdn.idntimes.com/content-documents/indonesia-millennial-report-2019-by-idn-times.pdf> (diakses pada 23 Januari 2019)

IDN Research Institute. 2020. *Indonesia Millennial Report*.
<https://ims.idntimes.com/report> (diakses pada 27 Januari 2020)

Nugroho, Reynaldi Satrio. 2016. *Pengantar Teori Generasi Strauss-Howe*.
Majalah Ganesha. Edisi 22 Mei <http://www.majalahganesha.id/pengantar-teori-generasi-strauss-howe/amp/> (diakses pada 2 Juni 2018)

Putra, Yanuar Surya. 2016. *Theoretical Review: Teori Perbedaan Generasi*.
Jurnal Among Makarti, Vol.9 No.18. <https://jurnal.stieama.ac.id/index.php/ama/article/view/142> (diakses pada 2 Juni 2018)

SKRIPSI

Hidayatullah, Muhammad Syarif. 2018. *Manajemen Program Kampanye Komunitas Ganespa dalam Penolakan Pembangunan Tol Cinere-*

Serpong di Situ Sasak Pamulang. Skripsi tidak diterbitkan. Jakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UHAMKA.

Irawan, Bambang. 2010. *Manajemen masjid Blok A Tanah Abang dalam meningkatkan aktivitas keagamaan pedagang pada pusat perbelanjaan grosir tanah abang Jakarta Pusat*. Tangerang: Fakultas Ilmu Dakwah dan Komunikasi UIN Jakarta. (<http://www.repository.uinjkt.ac.id>)

Rohimah, Siti. 2016. *Efektifitas Manajemen Komunikasi Dakwah melalui Grup WhatsApp Messenger*. Skripsi tidak diterbitkan. Bandung: Fakultas Dakwah Universitas Islam Bandung.

Wijayanti, Nadia Kusuma. 2013. *Analisis proses informasi organisasional dengan pendekatan Karl Weick tentang perkembangan Indonesia WIFI di divisi wireless broadband area Yogyakarta*. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta. (<http://www.e-journal.uajy.ac.id>)

LAMAN

<http://humas.bandung.go.id/humas/berita/2019-02-07/perda-baru-tentang-bangunan-gedung-tegas-soal-ruan> diakses pada tanggal 18 Mei 2019 pukul 23.57 WIB

<https://www.hukumonline.com/klinik/detail/lt58e36ec9dd7b3/hukumnya-mendirikan-rumah-ibadat-di-mal> diakses pada tanggal 19 July 2019 pukul 16.55 WIB

KBBI Daring <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/mal> diakses pada tanggal 01 Oktober 2019 pukul 21.00 WIB

<https://kumparan.com/@kumparanstyle/7-mal-di-jakarta-dengan-musala-yang-nyaman-untuk-salat> diakses pada tanggal 21 Maret 2019 pukul 17.48 WIB

<https://www.cnnindonesia.com/nasional/20190514213319-20-394907/geliat-penyebaran-hijrah-ala-salafi-di-indonesia> diakses pada tanggal 18 July 2019 pukul 23.24 WIB

<https://www.yuswohady.com/2019/05/11/muslim-4-0-hijrahdigitalleisure/> diakses pada tanggal 21 November 2019 pukul 04.04 WIB

<https://tirto.id/selamat-tinggal-generasi-milenial-selamat-datang-generasi-z-cnzX> diakses pada tanggal 21 November 2019 pukul 04.04 WIB

<https://www.quireta.com/post/budaya-konsumerisme-generasi-milenial> diakses pada tanggal 22 November 2019 pukul 16.51 WIB

<https://www.republika.co.id/berita/pniysn385/ltemgtyoung-muslimltemgt-fenomena-sosialita-taklim> diakses pada tanggal 19 Juli 2019 pukul 00.31 WIB

<https://khazanah.republika.co.id/berita/oh6yf6313/masjid-nurul-iman-terinspirasi-tiga-masjid-suci> diakses pada tanggal 20 Desember 2019 pukul 07.32 WIB

<https://kongkrit.com/nurul-iman-masjid-diatas-mal-terbesar-di-indonesia/>

diakses pada tanggal 20 Desember 2019 pukul 07.35 WIB

<https://wartakota.tribunnews.com/2019/04/05/masjid-megah-bakal-dibangun-di-lantai-atas-blok-m-square> diakses pada 26 Februari 2020 pukul 15.36 WIB

<https://muslimah.or.id/4365-pentingnya-mengenal-para-salaf.html> diakses pada tanggal 22 Januari 2020 pukul 04.23 WIB

<https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/mubalig> diakses pada tanggal 24 Januari 2020 pada pukul 14.53 WIB

