

## PERBANDINGAN EFEKTIVITAS PENGGUNAAN TEGURAN DAN AJAKAN DALAM PENGUMUMAN MASJID

Syarah Siti Maesyaroh

Rifainstitut

Email: [ssyarah077@gmail.com](mailto:ssyarah077@gmail.com)

### Abstract

*The mosque announcement is an important communication instrument to remind worshippers about worship activities and mosque regulations. This study aims to identify the influence of the use of words reprimand and invitation in mosque announcements on the perception and behavior of worshippers, as well as to prepare recommendations for mosque administrators in choosing more effective words. The research used a qualitative approach with a case study design in Mosque X, involving 6 mosque administrators and 12 worshippers as participants. Data was collected through in-depth interviews, participatory observations, and analysis of announcement documents, then analyzed using thematic analysis. The results showed that announcements with an invitation approach were more effective than reprimands in increasing congregational participation, with an average attendance rate of 35 percent higher. Invitational announcements generate positive perceptions in all pilgrims and arouse stronger intrinsic motivation, while reprimands cause feelings of discomfort in 75 percent of pilgrims. This study concludes that an inclusive, positive, and harmonious approach to invitation that is in harmony with theological and cultural values is more optimal in achieving the goal of mosque communication. Research recommends the use of the call-to-action approach as the primary strategy, with reprimands only used in situations that require assertiveness.*

**Keywords:** Mosque Announcements, Persuasive Communication, Reprimands, Invitations, Congregational Participation

### Abstrak

Pengumuman masjid merupakan instrumen komunikasi penting untuk mengingatkan jamaah tentang kegiatan ibadah dan peraturan masjid. Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi pengaruh penggunaan kata-kata teguran dan ajakan dalam pengumuman masjid terhadap persepsi dan perilaku jamaah, serta menyusun rekomendasi untuk pengurus masjid dalam memilih kata-kata yang lebih efektif. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus di Masjid X, melibatkan 6 pengurus masjid dan 12 jamaah sebagai partisipan. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan analisis dokumen pengumuman, kemudian dianalisis menggunakan analisis tematik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengumuman dengan pendekatan ajakan lebih efektif dibandingkan teguran dalam meningkatkan partisipasi jamaah, dengan tingkat kehadiran rata-rata 35 persen lebih tinggi. Pengumuman berajakan menghasilkan persepsi positif pada seluruh jamaah dan membangkitkan motivasi intrinsik yang

lebih kuat, sementara teguran menimbulkan perasaan tidak nyaman pada 75 persen jamaah. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pendekatan ajakan yang inklusif, positif, dan selaras dengan nilai-nilai teologis serta kultural lebih optimal dalam mencapai tujuan komunikasi masjid. Penelitian merekomendasikan penggunaan pendekatan ajakan sebagai strategi utama, dengan teguran hanya digunakan pada situasi yang memerlukan ketegasan.

**Kata kunci:** Pengumuman Masjid, Komunikasi Persuasif, Teguran, Ajakan, Partisipasi Jamaah

Diserahkan: 03-07-2024; Diterima: 10-07-2024; Diterbitkan: 23-07-2024

## PENDAHULUAN

Masjid sebagai pusat kegiatan ibadah umat Islam memiliki peran penting tidak hanya sebagai tempat pelaksanaan shalat, tetapi juga sebagai ruang komunikasi dan pembinaan jamaah (Fauzan, 2024); (Hidayat, Al-Aziz, Imyansah, Marzila, & Wismanto, 2024). Dalam konteks ini, pengumuman masjid menjadi salah satu instrumen komunikasi yang strategis untuk mengingatkan jamaah tentang berbagai kegiatan ibadah, peraturan, dan tata tertib yang berlaku di lingkungan masjid. Pengumuman yang disampaikan dengan tepat dapat memengaruhi kesadaran dan kepatuhan jamaah terhadap ajaran agama serta norma-norma yang berlaku di masjid.

Dalam praktiknya, pengumuman di masjid dapat menggunakan dua pendekatan utama yang berbeda, yaitu pendekatan teguran dan pendekatan ajakan (Bashori, 2022); (Nursaptini & Widodo, 2020). Pendekatan teguran cenderung menekankan pada peringatan, larangan, atau sanksi atas pelanggaran tertentu, sementara pendekatan ajakan lebih bersifat persuasif dengan mendorong partisipasi aktif dan tindakan positif dari jamaah (Kharimah & Hasmawati, 2024); (TRIMARYANI, 2024). Perbedaan pendekatan ini tidak hanya terletak pada pilihan kata, tetapi juga pada dampak psikologis yang ditimbulkan terhadap penerima pesan (Mailani, Nuraeni, Syakila, & Lazuardi, 2022). Penelitian dalam bidang komunikasi persuasif menunjukkan bahwa penggunaan bahasa yang positif cenderung lebih efektif dalam mengubah perilaku dibandingkan dengan ancaman atau peringatan negatif (HAIRUL, 2024); (Safiaji & Aggasi, 2023).

Peran penting kata-kata yang digunakan dalam pengumuman tidak dapat diabaikan, karena pemilihan diksi yang tepat dapat mempengaruhi persepsi, sikap, dan tindakan jamaah secara signifikan. Menurut teori pragmatik, konteks dan cara penyampaian pesan memiliki pengaruh besar terhadap bagaimana pesan tersebut diterima dan diinterpretasikan oleh audiens (Nasarudin et al., 2024); (Evizariza, 2024); (Estuningtyas, 2021).

Dalam konteks religius, sensitivitas terhadap pilihan kata menjadi semakin penting karena berkaitan dengan nilai-nilai kesopanan, rasa hormat, dan pendekatan dakwah yang sesuai dengan ajaran Islam. Penggunaan kata-kata yang kasar atau terlalu memaksa dapat menimbulkan resistensi, sementara kata-kata yang lembut dan mengajak dapat membangkitkan motivasi intrinsik jamaah untuk berbuat baik.

Masjid X dipilih sebagai studi kasus dalam penelitian ini karena masjid tersebut representatif dalam menggambarkan dinamika penggunaan pengumuman dengan variasi pendekatan komunikasi. Sebagai masjid yang memiliki jamaah dengan latar belakang sosial, ekonomi, dan pendidikan yang beragam, Masjid X menghadapi tantangan dalam menyampaikan pesan-pesan pengumuman yang dapat diterima dan dipahami oleh seluruh lapisan jamaah. Observasi awal menunjukkan bahwa terdapat variasi dalam respons jamaah terhadap pengumuman yang menggunakan teguran dibandingkan dengan ajakan, sehingga perlu dilakukan kajian mendalam untuk memahami efektivitas masing-masing pendekatan. Tujuan penelitian ini adalah mengidentifikasi dan menganalisis pengaruh penggunaan kata-kata teguran dan ajakan dalam pengumuman masjid terhadap persepsi dan perilaku jamaah di Masjid X. Membandingkan tingkat efektivitas kedua pendekatan komunikasi tersebut dalam mencapai tujuan pengumuman, baik dari aspek kepatuhan terhadap peraturan maupun partisipasi dalam kegiatan masjid

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus untuk mengeksplorasi secara mendalam efektivitas penggunaan teguran dan ajakan dalam pengumuman masjid. Fokus penelitian ini tertuju pada pengumuman-pengumuman yang menggunakan kata-kata teguran (yang menekankan peringatan, larangan, atau konsekuensi negatif) dan ajakan (yang mendorong partisipasi positif dan motivasi intrinsik) di Masjid X. Penelitian dilaksanakan selama periode empat bulan, dari Februari hingga April 2024, untuk memastikan pengumpulan data yang komprehensif dan memadai.

Penelitian ini dilaksanakan di Masjid X yang berlokasi di wilayah Baleendah, Kabupaten Bandung dengan karakteristik jamaah yang heterogen dari segi usia, latar belakang pendidikan, dan status sosial-ekonomi. Pemilihan Masjid X sebagai lokasi penelitian didasarkan pada pertimbangan bahwa masjid tersebut aktif dalam menggunakan pengumuman sebagai media komunikasi dengan jamaah, serta memiliki variasi pendekatan komunikasi yang dapat diamati. Pengumpulan data dilakukan pada bulan Februari hingga April 2024

Kelompok pertama adalah pengurus masjid yang berjumlah 6 orang. Kelompok kedua adalah jamaah masjid yang berjumlah 12 orang dengan karakteristik yang beragam untuk memperoleh perspektif yang komprehensif. Wawancara mendalam semi-terstruktur dilakukan dengan seluruh partisipan menggunakan panduan wawancara yang telah disiapkan sebelumnya. Wawancara dengan pengurus masjid bertujuan untuk menggali informasi mengenai: (1) proses penyusunan pengumuman, (2) alasan dan pertimbangan di balik pemilihan kata-kata teguran atau ajakan, (3) tujuan yang ingin dicapai melalui pengumuman, (4) evaluasi terhadap respons jamaah, dan (5) tantangan dalam menyampaikan pesan kepada jamaah yang heterogen.

Wawancara dengan jamaah masjid difokuskan untuk memahami: (1) persepsi mereka terhadap pengumuman yang menggunakan kata-kata teguran versus ajakan, (2) respons emosional dan kognitif terhadap berbagai jenis pengumuman, (3) pengaruh

pengumuman terhadap perilaku dan kepatuhan mereka, (4) preferensi terhadap gaya komunikasi tertentu, dan (5) saran untuk perbaikan pengumuman di masa mendatang.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Pengumuman dengan Kata Teguran

Analisis terhadap 45 dokumen pengumuman yang dikumpulkan selama periode penelitian menunjukkan bahwa 18 pengumuman (40%) menggunakan pendekatan teguran, sementara 27 pengumuman (60%) menggunakan pendekatan ajakan. Pengumuman dengan kata teguran ditandai oleh penggunaan kalimat imperatif negatif, penekanan pada larangan, dan penyebutan konsekuensi negatif atas pelanggaran aturan. Beberapa contoh frasa yang teridentifikasi dalam kategori teguran meliputi: "dilarang keras," "jangan," "tidak boleh," "akan dikenakan sanksi," "harus segera," dan "wajib mematuhi."

Hasil wawancara dengan pengurus masjid mengungkapkan bahwa penggunaan kata teguran umumnya dipilih ketika menghadapi situasi yang dianggap mendesak atau ketika telah terjadi pelanggaran berulang. Salah satu pengurus masjid (P1) menyatakan:

*"Kami menggunakan kata-kata yang tegas seperti 'dilarang' atau 'wajib' ketika masalahnya sudah berulang kali terjadi. Misalnya jamaah yang parkir sembarangan sampai menghalangi jalan, sudah beberapa kali diingatkan dengan baik-baik tapi tidak ada perubahan. Jadi kami merasa perlu menggunakan kata-kata yang lebih keras supaya mereka sadar."*

Observasi lapangan menunjukkan bahwa pengumuman berteguran paling sering digunakan dalam konteks: (1) tata tertib parkir kendaraan (6 pengumuman), (2) larangan merokok di area masjid (4 pengumuman), (3) kewajiban merapikan sandal dan sepatu (3 pengumuman), (4) larangan membawa anak kecil ke shaf depan (2 pengumuman), dan (5) peringatan terkait kebersihan toilet (3 pengumuman).

### Karakteristik Pengumuman dengan Kata Ajakan

Pengumuman dengan pendekatan ajakan menunjukkan karakteristik linguistik yang berbeda, yaitu penggunaan kalimat positif, bahasa yang lebih halus, dan penekanan pada manfaat atau pahala dari tindakan yang diharapkan. Frasa-frasa yang teridentifikasi meliputi: "mari bersama-sama," "ayo kita," "diharapkan," "mohon partisipasi," "marilah," "mari beramal," "jadilah bagian dari," dan "ikutlah serta dalam."

Pengurus masjid menjelaskan bahwa pendekatan ajakan dipilih untuk menciptakan suasana yang lebih ramah dan membangun motivasi intrinsik jamaah. Pengurus (P3) menyampaikan:

*"Sebetulnya kami lebih suka menggunakan bahasa ajakan karena sesuai dengan nilai-nilai Islam yang mengajarkan untuk menyampaikan dengan cara yang baik. Ketika kita mengajak dengan lembut, jamaah merasa dihargai dan lebih termotivasi untuk mengikuti."*

### **Tanggapan Jamaah terhadap Pengumuman Teguran dan Ajakan**

Wawancara mendalam dengan jamaah mengungkapkan persepsi yang beragam namun menunjukkan kecenderungan negatif terhadap pengumuman berteguran. Dari 12 jamaah yang diwawancarai, 9 jamaah (75%) menyatakan bahwa pengumuman dengan kata teguran menimbulkan perasaan tidak nyaman, tertekan, atau bahkan tersinggung. Jamaah (J4) menyampaikan:

*"Ketika saya mendengar pengumuman yang menggunakan kata 'dilarang keras' atau 'akan dikenakan sanksi,' saya merasa seperti dianggap sebagai anak kecil yang harus dimarahi. Padahal saya datang ke masjid untuk ibadah dan mencari ketenangan, bukan untuk diomeli."*

Dalam konteks masjid, jamaah yang datang dengan niat ibadah mengharapkan suasana yang damai dan penuh dengan nilai-nilai kasih sayang, sehingga bahasa yang keras atau bersifat mengancam dapat menimbulkan resistensi psikologis. Namun, perlu dicatat bahwa tidak semua jamaah memberikan respons negatif terhadap teguran. Tiga jamaah (25%) berpendapat bahwa teguran diperlukan dalam situasi tertentu, terutama ketika pelanggaran sudah sangat mengganggu. Jamaah (J8) menjelaskan:

*"Saya pribadi tidak masalah dengan kata-kata yang tegas. Malah kadang memang perlu, karena ada jamaah yang kalau tidak ditegur dengan keras tidak akan berubah. Yang penting tegurannya wajar dan ada alasan yang jelas."*

Analisis lebih lanjut menunjukkan bahwa persepsi terhadap teguran dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain: (1) tingkat pendidikan jamaah, di mana jamaah dengan pendidikan tinggi cenderung lebih sensitif terhadap gaya bahasa yang digunakan; (2) usia, di mana jamaah yang lebih muda lebih terbuka terhadap kritik konstruktif namun resisten terhadap perintah otoriter; dan (3) frekuensi kehadiran, di mana jamaah rutin lebih memahami konteks pengumuman dan lebih toleran terhadap variasi gaya komunikasi.

Berbeda dengan pengumuman berteguran, pengumuman dengan pendekatan ajakan mendapat respons yang jauh lebih positif. Seluruh jamaah yang diwawancarai (100%) menyatakan bahwa mereka lebih nyaman dan termotivasi ketika pengumuman disampaikan dengan kata-kata ajakan. Jamaah (J2) menjelaskan:

*"Ketika pengumuman menggunakan kata 'mari' atau 'ayo kita bersama-sama,' saya merasa lebih dihargai sebagai bagian dari komunitas. Saya merasa diajak untuk berbuat baik, bukan dipaksa. Ini membuat saya lebih ikhlas untuk mengikuti."*

Pengumuman berajakan memberikan ruang bagi jamaah untuk merasakan otonomi dalam mengambil keputusan, merasa kompeten dalam berkontribusi, dan merasakan keterkaitan dengan komunitas masjid. Jamaah (J6) menambahkan perspektif yang menarik mengenai dimensi spiritual dari ajakan:

*"Dalam Islam kan kita diajarkan untuk menyampaikan kebaikan dengan cara yang ma'ruf, yang baik. Ketika pengurus masjid menggunakan kata-kata yang lembut dan mengajak, saya merasa ini lebih sesuai dengan akhlak Islam. Bahkan Rasulullah SAW mengajarkan kita untuk menyampaikan dengan lemah lembut."*

Observasi lapangan mendukung temuan wawancara ini, di mana terlihat bahwa jamaah menunjukkan ekspresi wajah yang lebih rileks dan terbuka ketika mendengar pengumuman berajakan, dibandingkan dengan ekspresi tegang atau acuh tak acuh saat mendengar pengumuman berteguran.

### **Pengaruh terhadap Keputusan Partisipasi**

Aspek krusial dari penelitian ini adalah bagaimana pengumuman memengaruhi keputusan aktual jamaah untuk berpartisipasi dalam kegiatan masjid. Data wawancara menunjukkan pola yang konsisten bahwa pengumuman berajakan lebih efektif dalam mendorong partisipasi dibandingkan dengan teguran.

Dari 12 jamaah yang diwawancarai, 10 jamaah (83,3%) menyatakan bahwa mereka lebih cenderung menghadiri kegiatan atau mematuhi himbauan ketika disampaikan dengan ajakan. Jamaah (J3) menjelaskan:

*"Ketika ada pengumuman kajian dengan kata-kata 'mari kita sama-sama menuntut ilmu' atau 'ayo ramaikan kajian kita,' saya merasa tertarik untuk datang. Tapi kalau pengumumannya seperti 'jamaah wajib hadir' atau 'yang tidak hadir rugi sendiri,' malah saya jadi malas dan merasa terbebani."*

Menariknya, beberapa jamaah (J5, J7, J11) melaporkan bahwa pengumuman berteguran justru dapat menghasilkan efek sebaliknya, yaitu mengurangi motivasi mereka untuk berpartisipasi. Jamaah (J5) menceritakan pengalamannya:

*"Pernah ada pengumuman yang bunyinya 'jamaah yang tidak ikut kerja bakti akan dicatat namanya.' Bukannya termotivasi, saya malah kesal. Akhirnya saya datang tapi dengan hati yang berat, tidak ikhlas. Padahal kalau diajak dengan baik, saya pasti datang dengan senang hati."*

Namun, terdapat nuansa penting yang perlu dipertimbangkan. Untuk isu-isu terkait kepatuhan terhadap peraturan dasar (seperti parkir, kebersihan, dan tata tertib), beberapa jamaah mengakui bahwa meskipun teguran terasa tidak menyenangkan, hal tersebut terkadang diperlukan untuk mengubah perilaku. Jamaah (J9) menyatakan:

*"Untuk hal-hal seperti parkir yang tertib, saya akui memang perlu ada ketegasan. Tapi caranya bisa dibuat lebih halus. Misalnya 'mari kita tertibkan parkir demi kenyamanan bersama' lebih enak didengar daripada 'dilarang parkir sembarangan, pelanggar akan ditindak.'"*

### **Dampak Penggunaan Kata Teguran dan Ajakan pada Partisipasi Jamaah**

Analisis mendalam terhadap data wawancara, observasi, dan dokumen menghasilkan temuan yang signifikan mengenai efektivitas komparatif antara pengumuman berteguran dan berajakan. Terdapat bukti kuat yang menunjukkan bahwa pengumuman dengan kata ajakan lebih efektif dalam meningkatkan partisipasi jamaah dibandingkan dengan kata teguran, terutama untuk kegiatan yang bersifat sukarela. Pengurus masjid (P2) memberikan testimoni berdasarkan pengalaman mereka:

*"Kami pernah mencoba dua cara berbeda untuk mengajak jamaah ikut kajian rutin. Yang pertama kami buat pengumuman 'jamaah wajib menghadiri kajian, yang tidak hadir tanpa alasan akan dicatat.' Hasilnya yang datang hanya sekitar 30 orang dan suasananya terasa kaku. Kemudian kami ubah pendekatannya menjadi 'mari kita ramaikan kajian kita, ada ilmu bermanfaat yang sayang jika dilewatkan.' Hasilnya yang datang meningkat menjadi 50-an orang dan suasananya lebih cair dan antusias."*

Pengamatan terhadap tingkat partisipasi jamaah dalam berbagai kegiatan selama periode penelitian menunjukkan pola yang mendukung temuan wawancara. Kegiatan yang dipromosikan dengan pengumuman berajakan menunjukkan tingkat kehadiran rata-rata 35% lebih tinggi dibandingkan dengan kegiatan serupa yang dipromosikan dengan pengumuman berteguran. Kata-kata seperti "mari kita bersama-sama" atau "ayo ramaikan masjid kita" menekankan kolektivitas dan membuat jamaah merasa menjadi bagian penting dari komunitas, yang pada gilirannya meningkatkan keinginan mereka untuk berkontribusi. Ketika jamaah merasa memiliki pilihan dan tidak dipaksa, mereka lebih cenderung mengembangkan motivasi intrinsik untuk berpartisipasi. Sebaliknya, teguran yang bersifat memaksa dapat menimbulkan controlled motivation yang lemah dan tidak berkelanjutan. Ketiga, dari perspektif komunikasi persuasif, ajakan menggunakan strategi elaboration yang memfasilitasi pemrosesan informasi yang lebih mendalam. Jamaah (J1) menjelaskan:

*"Ketika pengumuman mengatakan 'mari kita infak untuk pembangunan masjid, setiap rupiah adalah investasi akhirat kita,' saya jadi berpikir tentang manfaatnya. Tapi kalau pengumumannya 'wajib infak minimal sekian,' saya tidak merasa termotivasi untuk memikirkan hikmahnya, hanya merasa terbebani."*

Meskipun ajakan terbukti lebih efektif secara umum, analisis lebih mendalam mengungkapkan bahwa konteks memainkan peran penting dalam memoderasi efektivitas kedua pendekatan. Terdapat situasi tertentu di mana teguran mungkin lebih diperlukan, meskipun tetap perlu disampaikan dengan cara yang bijaksana. Pengurus masjid (P4) menjelaskan dilema yang mereka hadapi:

*"Kami sebenarnya lebih suka menggunakan ajakan untuk semua hal. Tapi ada masalah-masalah tertentu yang kalau hanya diajak, jamaah tidak merespons."*

*Misalnya masalah parkir yang menghalangi jalan, sudah berbulan-bulan kami ajak dengan baik tapi tetap ada yang parkir sembarangan. Akhirnya kami terpaksa menggunakan kata-kata yang lebih tegas."*

Jamaah (J10) memberikan perspektif yang menarik mengenai hal ini:

*"Menurut saya, teguran itu perlu tapi harus ada tingkatannya. Pertama ajak dengan baik dulu, kalau masih ada yang bandel baru ditegur. Dan tegurannya juga jangan yang kasar atau mengancam, tapi tetap tegas dan jelas alasannya."*

Temuan ini mengindikasikan bahwa pendekatan yang paling efektif mungkin bukan memilih salah satu antara teguran atau ajakan, tetapi menggunakan pendekatan bertahap yang dimulai dari ajakan dan hanya menggunakan teguran ketika memang diperlukan.

### **Dimensi Teologis dan Kultural**

Aspek penting yang muncul dari wawancara adalah dimensi teologis dan kultural yang memengaruhi penerimaan jamaah terhadap gaya komunikasi pengumuman. Beberapa jamaah secara eksplisit mengaitkan preferensi mereka terhadap ajakan dengan nilai-nilai Islam dan contoh teladan Nabi Muhammad SAW. Jamaah (J12) yang merupakan seorang ustadz menyampaikan:

*"Dalam Al-Quran, Allah SWT berfirman dalam Surat An-Nahl ayat 125, 'Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik.' Ayat ini mengajarkan kita untuk menyampaikan dengan cara yang bijaksana dan baik. Demikian pula Rasulullah SAW diutus sebagai rahmatan lil alamin, beliau selalu menyampaikan dengan lemah lembut. Jadi menurut saya, pengurus masjid harus mencontoh akhlak ini dalam berkomunikasi dengan jamaah."*

Perspektif teologis ini menambahkan dimensi normatif pada temuan empiris penelitian. Efektivitas ajakan bukan hanya didukung oleh bukti psikologis dan komunikasi, tetapi juga selaras dengan nilai-nilai teologis Islam yang dianut oleh jamaah. Hal ini menunjukkan bahwa dalam konteks komunikasi keagamaan, kesesuaian antara bentuk komunikasi dengan nilai-nilai agama yang dianut dapat memperkuat efektivitas pesan. Dari perspektif kultural Indonesia, penggunaan bahasa yang halus dan tidak konfrontatif juga selaras dengan nilai-nilai budaya yang menekankan harmoni sosial dan penghindaran konflik langsung. Jamaah (J7) menjelaskan:

*"Orang Indonesia itu lebih suka diajak daripada diperintah. Kita budayanya kan gotong royong, musyawarah mufakat. Jadi kalau pengumumannya menggunakan*



*kata 'mari kita' atau 'ayo bersama-sama,' itu lebih cocok dengan budaya kita. Kalau terlalu otoriter, malah orang bisa ilfeel."*

### **Implikasi untuk Strategi Komunikasi Masjid**

Temuan-temuan penelitian ini memiliki implikasi praktis yang signifikan untuk strategi komunikasi masjid. Pengurus masjid (P6) mengakui bahwa mereka selama ini belum melakukan evaluasi sistematis terhadap efektivitas pengumuman:

*"Selama ini kami membuat pengumuman lebih berdasarkan feeling saja, tidak ada evaluasi khusus apakah pengumuman kami efektif atau tidak. Melalui penelitian ini kami jadi lebih aware bahwa ternyata pemilihan kata sangat berpengaruh terhadap respons jamaah."*

Berdasarkan analisis data yang komprehensif, dapat disimpulkan bahwa pengumuman dengan kata ajakan secara konsisten menunjukkan efektivitas yang lebih tinggi dibandingkan dengan teguran dalam konteks Masjid X. Efektivitas ini termanifestasi dalam tiga aspek utama: (1) persepsi yang lebih positif dari jamaah, (2) motivasi yang lebih tinggi untuk berpartisipasi, dan (3) tingkat kehadiran aktual yang lebih besar dalam kegiatan-kegiatan masjid. Namun, temuan penelitian juga menunjukkan bahwa efektivitas tidak bersifat absolut dan perlu mempertimbangkan konteks. Untuk isu-isu yang terkait dengan keselamatan, ketertiban umum, atau pelanggaran yang berulang, penggunaan bahasa yang lebih tegas mungkin diperlukan. Yang penting adalah bahwa ketegasan tersebut tetap disampaikan dengan cara yang menghormati martabat jamaah dan disertai dengan penjelasan yang rasional.

Secara teoretis, temuan ini memperkaya literatur komunikasi persuasif dengan memberikan bukti empiris dalam konteks komunikasi keagamaan di Indonesia. Penelitian ini menunjukkan bahwa prinsip-prinsip komunikasi persuasif yang telah mapan dalam literatur Barat juga berlaku dalam konteks masjid di Indonesia, dengan tambahan dimensi teologis dan kultural yang perlu dipertimbangkan. Temuan penelitian ini juga menegaskan pentingnya pendekatan komunikasi yang berpusat pada jamaah (congregation-centered communication), di mana pengurus masjid tidak hanya menyampaikan pesan berdasarkan kepentingan administratif, tetapi juga mempertimbangkan bagaimana pesan tersebut diterima dan dirasakan oleh jamaah.

Pendekatan ini sejalan dengan prinsip komunikasi empatik yang menekankan pada pemahaman perspektif audiens dan penyesuaian strategi komunikasi berdasarkan kebutuhan dan karakteristik mereka.

### **KESIMPULAN**

Temuan utama menunjukkan bahwa pengumuman dengan pendekatan ajakan secara konsisten lebih efektif dalam mencapai tujuan komunikasi masjid dibandingkan dengan pendekatan teguran. Hal ini terbukti dari tiga aspek kunci: pertama, pengumuman berajakan menghasilkan persepsi yang jauh lebih positif dari jamaah (100% responden

menyatakan lebih nyaman dengan ajakan, berbanding 75% yang merasa tidak nyaman dengan teguran); kedua, ajakan mampu membangkitkan motivasi intrinsik yang lebih kuat untuk berpartisipasi dalam kegiatan masjid; dan ketiga, tingkat kehadiran aktual jamaah dalam kegiatan yang dipromosikan dengan ajakan rata-rata 35% lebih tinggi dibandingkan dengan yang menggunakan teguran. Efektivitas ajakan ini dapat dijelaskan melalui mekanisme psikologis yang meliputi pemenuhan kebutuhan akan otonomi, peningkatan sense of belonging, dan kesesuaian dengan nilai-nilai teologis serta kultural yang dianut oleh jamaah.

Meskipun ajakan terbukti lebih efektif secara umum, penelitian ini juga mengungkapkan bahwa konteks memainkan peran penting dalam menentukan pendekatan komunikasi yang optimal. Untuk isu-isu terkait keselamatan, ketertiban umum, atau pelanggaran yang telah berulang kali terjadi, penggunaan bahasa yang lebih tegas tetap diperlukan, meskipun harus disampaikan dengan cara yang bijaksana dan tetap menghormati martabat jamaah. Temuan ini mengindikasikan bahwa pendekatan komunikasi yang paling efektif adalah pendekatan bertahap (*graduated response*), yang dimulai dengan ajakan yang persuasif dan hanya menggunakan teguran yang tegas ketika memang diperlukan. Dimensi teologis dan kultural yang muncul dalam penelitian ini juga menegaskan bahwa efektivitas komunikasi dalam konteks masjid tidak hanya ditentukan oleh aspek linguistik dan psikologis, tetapi juga oleh kesesuaian dengan nilai-nilai Islam dan budaya Indonesia yang menekankan pada harmoni sosial, musyawarah, dan komunikasi yang santun.

Berdasarkan temuan-temuan tersebut, penelitian ini merekomendasikan agar pengurus masjid memprioritaskan penggunaan pendekatan ajakan dalam menyusun pengumuman, dengan menggunakan frasa-frasa yang bersifat inklusif, positif, dan memberdayakan seperti "mari bersama-sama," "ayo kita," dan "marilah berpartisipasi." Penggunaan teguran sebaiknya dibatasi pada situasi yang benar-benar memerlukan ketegasan, dan bahkan dalam situasi tersebut, teguran perlu disampaikan dengan disertai penjelasan rasional dan tetap menggunakan bahasa yang santun. Implementasi strategi komunikasi yang berpusat pada jamaah (*congregation-centered communication*) dengan mempertimbangkan aspek psikologis, teologis, dan kultural akan berkontribusi pada terciptanya lingkungan masjid yang lebih kondusif, meningkatkan partisipasi jamaah, dan memperkuat fungsi masjid sebagai pusat pembinaan umat yang ramah dan inklusif.

## BIBLIOGRAFI

- Bashori, Abdul Hamid. (2022). Gaya Komunikasi Da'i Dalam Kegiatan Dakwah. *El-Fatih: Jurnal Dakwah Dan Penyuluhan Islam*, 1(1), 1–30.
- Estuningtyas, Retna Dwi. (2021). Strategi komunikasi dan dakwah pada kalangan milenial di era modernisasi. *Muttaqien; Indonesian Journal of Multidisciplinary Islamic Studies*, 2(1), 75–86.
- Evizariza, M. (2024). *PRAGMATIK: TEORI DAN PENERAPANNYA*. GEMILANG PRESS INDONESIA.
- Fauzan, Ahmad. (2024). Masjid Sebagai Media Komunikasi Islam untuk Meningkatkan Efektivitas Dakwah di Kalangan Generasi Muda. *Jurnal An-Nasyr: Jurnal Dakwah Dalam Mata Tinta*, 11(2), 270–283.
- HAIRUL, HAIRUL IMAM MUSTAFA. (2024). Komunikasi Persuasif Aparatur Pemerintah dalam Mewujudkan Partisipasi Masyarakat (Studi Kasus di Desa Bulangan Barat Pegantenan Pamekasan). *Dakwatul Haq: Journal of Da'wah and Islamic Communication*, 1(2), 21–31.
- Hidayat, Awaluddin, Al-Aziz, Muhammad Alif, Imyansah, Mega Utami, Marzila, Lili, & Wismanto, Wismanto. (2024). Masjid sebagai Sentral Komunikasi Sosial dalam Penyebaran Informasi untuk Mendukung Pembangunan Masyarakat Islam. *Moral: Jurnal Kajian Pendidikan Islam*, 1(4), 51–60.
- Kharimah, Iha Nur, & Hasmawati, Fifi. (2024). Peran Komunikasi Persuasif Dalam Membina Kedisiplinan Siswa Di SMPN 17 Oku Desa Marga Mulya Kabupaten Ogan Komering Ulu. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Sosial Politik*, 1(3), 407–418.
- Mailani, Okarisma, Nuraeni, Irna, Syakila, Sarah Agnia, & Lazuardi, Jundi. (2022). Bahasa sebagai alat komunikasi dalam kehidupan manusia. *Kampret Journal*, 1(2), 1–10.
- Nasarudin, Nasarudin, Yulisna, Risa, Sartika, Rina, Sari, Asri Wahyuni, Satini, Ria, Anggraini, Dian, Nurjannah, Nurjannah, Susanti, Susi, Rahmi, Afrini, & Saerudin, Sahur. (2024). *Pragmatik*. Yayasan Tri Edukasi Ilmiah.
- Nursaptini, Nursaptini, & Widodo, Arif. (2020). Komunikasi persuasif dalam dakwah bil hikmah: upaya pembentukan karakter anak tuna laras di madrasah inklusi. *MAGISTRA: Media Pengembangan Ilmu Pendidikan Dasar Dan Keislaman*, 11(2).
- Safiaji, Achmad, & Aggasi, Abbyzar. (2023). KOMUNIKASI PERSUASIF HABIB HUSEIN JA'FAR DALAM MEMANFAATKAN MEDIA BARU SEBAGAI ALAT PENYEBARAN PESAN DAKWAH (Analisis Semiotika Roland Barthes Pada Konten# LogIndiCloseTheDoor Episode 17). *KAGANGA KOMUNIKA: Journal of Communication Science*, 5(2), 196–207.
- TRIMARYANI, NANDA SEPTY. (2024). *PENERAPAN KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM MENEGAKKAN LARANGAN MEROKOK DI LINGKUNGAN KAMPUS UNIVERSITAS NASIONAL*. Universitas Nasional.

---

**First publication right:**

Jurnal Syntax Fusion: Jurnal Nasional Indonesia

**This article is licensed under:**

