

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Remaja adalah masa transisi yang penuh dinamika di mana orang mulai membangun identitas diri mereka dan menghadapi berbagai tantangan psikologis dan sosial yang kompleks. Karena itu, mereka mengalami perubahan besar secara fisik, emosional, dan sosial, sehingga mereka membutuhkan pemahaman dan dukungan yang tepat agar mereka dapat berkembang secara optimal dalam menghadapi tekanan lingkungan dan menemukan jati diri mereka (Pramudito, 2018). Partisipasi remaja dalam kegiatan keagamaan tidak hanya membantu mereka menjadi lebih baik secara moral dan spiritual, tetapi juga membantu mencegah perilaku negatif seperti kenakalan remaja dan penyalahgunaan narkoba (Hidayat, 2019). Oleh karena itu, salah satu fokus utama dalam pengembangan sumber daya manusia yang berakhlak mulia adalah meningkatkan keterlibatan remaja dalam kegiatan keagamaan.

Generasi muda memiliki potensi besar untuk membangun karakter dan prinsip keagamaan, tetapi mereka sering tidak terlibat dalam kegiatan keagamaan. Tingkat partisipasi remaja dalam kegiatan keagamaan lokal seperti musholla atau masjid menurun sebesar 15–20 persen dalam beberapa tahun terakhir, terutama di daerah perkotaan seperti Kota Cirebon, menurut data dari Kementerian Agama Republik Indonesia (2022). Ini dapat disebabkan oleh banyak hal, seperti kurangnya strategi komunikasi dakwah yang efektif dari pengurus lembaga keagamaan, teknologi digital yang mengalihkan perhatian remaja dari aktivitas sosial-keagamaan, dan kurangnya keterlibatan remaja dalam merencanakan kegiatan yang sesuai dengan minat mereka.

Namun, dalam kenyataannya, ada banyak tantangan yang menghalangi remaja untuk berpartisipasi dalam kegiatan keagamaan di berbagai komunitas. Kendala utama termasuk kurangnya minat, pengaruh lingkungan sosial, dan pendekatan dakwah yang tidak menarik (Nurhadi, 2020). Pendekatan dakwah konvensional seringkali gagal menarik perhatian remaja karena mereka lebih banyak menghabiskan waktu dengan media sosial dan teknologi di era komputer

dan internet saat ini (Putra & Sari, 2021). Oleh karena itu, agar pesan keagamaan dapat tersampaikan dengan baik dan mampu meningkatkan partisipasi remaja, strategi komunikasi dakwah yang inovatif dan adaptif diperlukan.

Dakwah memainkan peran penting dalam kehidupan masyarakat Islam sebagai cara untuk menyebarkan nilai-nilai agama dan membangun karakter umat. Sebagai tempat ibadah dan pusat kegiatan keagamaan, Musholla memiliki tujuan yang direncanakan untuk meningkatkan keimanan dan meningkatkan partisipasi jamaah, terutama remaja. Dibutuhkan strategi komunikasi dakwah yang efektif untuk menarik minat dan keterlibatan remaja dalam kegiatan keagamaan karena remaja merupakan generasi penerus yang sangat rentan terhadap dampak negatif modernisasi dan globalisasi.

Berfungsi sebagai pusat kegiatan keagamaan, musholla memiliki kemampuan strategis untuk membentuk karakter dan meningkatkan kesadaran religius masyarakat, khususnya generasi muda. Dalam era kontemporer ini, semakin sulit untuk mendorong remaja untuk berpartisipasi secara aktif dalam kegiatan keagamaan. Faktor-faktor seperti pergeseran gaya hidup, pengaruh teknologi, dan berbagai aktivitas sosial yang kompetitif mempengaruhi keinginan remaja untuk mengikuti kegiatan keagamaan di musholla.

Musholla Al-Barokah, salah satu pusat kegiatan keagamaan di Kelurahan Kalijaga, Kecamatan Harjamukti, Kota Cirebon, menghadapi masalah serupa. Pengurus musholla sering menggunakan metode komunikasi dakwah konvensional yang tidak menarik bagi remaja, seperti ceramah satu arah tanpa interaksi interaktif atau media sosial. Akibatnya, remaja kurang terlibat dalam kegiatan sosial-keagamaan seperti pengajian, sholat berjamaah, atau hal-hal lainnya. Ini dapat membahayakan kelangsungan nilai-nilai agama di generasi muda. Karena belum banyak penelitian yang mempelajari strategi komunikasi dakwah khusus di tingkat musholla untuk meningkatkan partisipasi remaja, masalah ini menjadi fokus penelitian. Ini terutama penting dalam konteks tahun 2025, yang diproyeksikan sebagai periode transisi setelah pandemi COVID-19 dengan peningkatan penggunaan teknologi.

Namun, di era globalisasi dan kemajuan teknologi informasi yang pesat, minat remaja dan keterlibatan mereka dalam kegiatan keagamaan di musholla menghadapi beberapa tantangan yang cukup besar. Remaja seringkali mengabaikan kegiatan keagamaan karena pengaruh luar seperti media sosial, gaya hidup kontemporer, dan aktivitas sosial lainnya. Oleh karena itu, agar pesan-pesan keagamaan dapat tersampaikan dengan baik dan menarik minat remaja untuk berpartisipasi secara aktif, strategi komunikasi dakwah yang inovatif dan efektif diperlukan.

Musholla Al-Barokah, yang terletak di Kalijaga, Kecamatan Harjamukti, Kota Cirebon, adalah tempat yang sering mengadakan acara dakwah dan pembinaan remaja. Data internal menunjukkan bahwa partisipasi remaja dalam kegiatan keagamaan di musholla tersebut masih belum optimal. Hal ini memerlukan evaluasi dan pembuatan metode komunikasi dakwah yang lebih efisien yang sesuai dengan sifat remaja saat ini (Musholla Al-Barokah, 2023).

Musholla Al-Barokah Kalijaga, Kec. Harjamukti, Kota Cirebon, aktif melakukan dakwah dan kegiatan keagamaan. Namun, partisipasi remaja masih belum optimal. Hal ini menyebabkan perlunya penyelidikan tentang metode komunikasi dakwah yang digunakan oleh pengurus musholla untuk melibatkan dan mengajak remaja secara lebih efektif.

Agar pesan keagamaan dapat diterima dan merespon positif oleh remaja, strategi komunikasi dakwah yang tepat sangat penting. Selain itu, penting untuk menganalisis apa yang mendukung dan menghambat keterlibatan remaja dalam kegiatan musholla. Oleh karena itu, dakwah yang dilakukan dapat dinilai berdasarkan peningkatan kesadaran religius remaja dan partisipasi mereka yang lebih aktif dalam kegiatan keagamaan.

Strategi komunikasi dakwah sangat penting untuk menyampaikan pesan keagamaan dengan efektif. Menurut Rahman (2017), Komunikasi dakwah harus dapat menyesuaikan metode dan media dengan audiens yang dituju agar pesan dapat diterima dan diinternalisasi dengan baik. Untuk remaja, sangat disarankan untuk menggunakan pendekatan partisipatif, menggunakan media digital, dan menyampaikan pesan yang berkaitan dengan kehidupan sehari-hari mereka (Sari

& Wibowo, 2019). Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana Musholla Al-Barokah menggunakan strategi komunikasi dakwah untuk meningkatkan partisipasi remaja dalam kegiatan keagamaan pada tahun 2025.

Dengan demikian komunikasi dakwah dan pengembangan masyarakat memerlukan penelitian ini. Secara akademis, temuan penelitian dapat memperkaya literatur tentang strategi komunikasi dakwah yang efektif di era digital, khususnya dalam konteks remaja perkotaan. Dengan mengintegrasikan teori komunikasi seperti model Lasswell atau teori persuasi, temuan penelitian dapat memperkaya literatur ini. Di antara manfaat praktisnya termasuk memberikan saran strategis kepada pengurus musholla dan lembaga keagamaan serupa tentang cara meningkatkan partisipasi remaja.

Dengan cara ini, nilai keagamaan dapat dijaga di kalangan generasi muda. Penelitian ini juga membantu pembangunan sosial di Kota Cirebon dengan mendorong remaja untuk berpartisipasi dalam kegiatan keagamaan, yang dapat meningkatkan solidaritas masyarakat dan mengurangi risiko perilaku negatif seperti kenakalan remaja. Selain itu, penelitian ini relevan untuk rencana jangka panjang untuk mengatasi tantangan digitalisasi dan globalisasi. Maka penulis tertarik untuk meneliti guna mengetahui bagaimana "Strategi Komunikasi Dakwah Pengurus Musholla Al-Barokah Kalijaga dalam Meningkatkan Partisipasi Remaja pada Kegiatan Keagamaan Tahun 2025 Kel. Kalijaga, Kec. Harjamukti, Kota Cirebon"

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, terdapat beberapa permasalahan yang perlu dikaji dalam penelitian ini, yaitu:

1. Strategi Komunikasi Dakwah yang Digunakan.
2. Faktor Pendukung dan Penghambat Keterlibatan Remaja.
3. Efektivitas Dakwah dalam Meningkatkan Kegiatan Keagamaan Remaja.
4. Pengaruh media sosial dan teknologi yang mengalihkan perhatian.
5. Kurangnya partisipasi remaja dalam perencanaan acara.

6. Kurangnya penelitian yang dilakukan tentang metode dakwah di tingkat musholla.

C. Pembatasan Masalah

Agar penelitian ini dapat berjalan dengan fokus dan terarah, maka pembatasan masalah yang ditetapkan adalah sebagai berikut:

1. Fokus penelitian ini adalah strategi komunikasi dakwah yang digunakan oleh pengurus Musholla Al-Barokah Kalijaga, Kec. Harjamukti, Kota Cirebon, untuk mendorong remaja untuk berpartisipasi dalam aktivitas keagamaan pada unsur perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi.
2. Penelitian ini berfokus pada remaja berusia 13 hingga 18 tahun yang berpartisipasi dalam kegiatan keagamaan di Musholla Al-Barokah pada tahun 2025.
3. Kegiatan keagamaan seperti : Marhabanan, Tadarus Qur'an, Maulid Nabi, Isra' Mi'raj, dan Pengajian.
4. Jumlah remaja yang menjadi objek penelitian berjumlah 7 orang.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah dan perumusan masalah di atas, dapat dirumuskan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi komunikasi dakwah yang digunakan pengurus musholla untuk melibatkan remaja dalam kegiatan keagamaan di Musholla Al-Barokah?
2. Bagaimana Faktor yang mendukung dan menghambat keterlibatan remaja dalam kegiatan musholla?
3. Bagaimana efek komunikasi dakwah pengurus musholla terhadap peningkatan partisipasi remaja dalam kegiatan keagamaan di Musholla Al-Barokah?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, dapat diuraikan tujuan penelitian sebagai berikut ini:

1. Untuk mengidentifikasi dan mempelajari strategi komunikasi dakwah yang digunakan oleh pengurus musholla untuk melibatkan remaja dalam aktivitas keagamaan.
2. Untuk menemukan elemen yang mendukung dan mencegah remaja terlibat dalam aktivitas keagamaan di musholla.
3. Untuk mengetahui efek komunikasi dakwah pengurus musholla terhadap peningkatan partisipasi remaja dalam kegiatan keagamaan di Mushollah Al-Barokah.

F. Kegunaan Penelitian

Karya tulisan ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan solusi, khususnya di Musholla Al-Barokah Kalijaga, Kec. Harjamukti Kota Cirebon, manfaat lainnya yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Keilmuan tentang komunikasi dakwah telah berkembang secara signifikan berkat penelitian ini, khususnya berkaitan dengan era digital dan masalah partisipasi remaja di lingkungan perkotaan. Penelitian ini menambah literatur tentang metode komunikasi dakwah yang kreatif dan berhasil karena latar belakangnya menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti teknologi, globalisasi, dan pendekatan dakwah konvensional yang kurang adaptif menyebabkan remaja kurang terlibat dalam kegiatan keagamaan. Secara teoritis, hasil penelitian dapat digunakan untuk mengintegrasikan dan menguji model komunikasi seperti model Lasswell (1948), yang menjelaskan elemen komunikasi (siapa, apa yang dikatakan, melalui saluran apa, kepada siapa, dan dengan efek apa), serta teori persuasi (seperti Model Elaboration Likelihood oleh Petty dan Cacioppo, 1986). Dalam hal ini, mereka dapat menganalisis bagaimana pesan dakwah dapat

disampaikan dengan persuasif kepada remaja melalui media digital dan partisipatif.

Penelitian ini sebagian besar berfokus pada meningkatkan pengetahuan tentang adaptasi dakwah di era modern, di mana remaja sebagai generasi digital lebih terbuka untuk pendekatan interaktif dan terkait dengan kehidupan sehari-hari. Ini melengkapi kekurangan literatur yang masih membahas strategi dakwah di tingkat musholla, terutama dalam konteks remaja perkotaan seperti di Kota Cirebon. Penelitian ini, dengan menggabungkan teori komunikasi, dapat menawarkan perspektif baru tentang bagaimana elemen seperti partisipasi dalam proses, penggunaan media sosial, dan penyampaian pesan yang terkait dengan masalah psikologis dan sosial remaja dapat meningkatkan internalisasi nilai keagamaan. Selain itu, penelitian ini menyelidiki tantangan seperti kurangnya minat dan efek lingkungan sosial. Ini membantu mengembangkan teori komunikasi dakwah, meningkatkan pemahaman kita tentang seberapa efektif dakwah dalam membangun karakter dan mencegah perilaku buruk di kalangan generasi muda.

Secara keseluruhan, penelitian ini menambah wawasan di bidang agama, komunikasi, dan pengembangan masyarakat, terutama dalam menangani tantangan globalisasi dan digitalisasi setelah pandemi COVID-19. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar untuk penelitian lebih lanjut yang memeriksa model dakwah adaptif dalam berbagai konteks budaya dan geografis. Ini akan membantu mengembangkan teori yang lebih luas dan relevan untuk mendukung nilai keagamaan di era kontemporer.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Bagi Penulis penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan ilmu komunikasi dakwah, terutama mengenai metode komunikasi yang efektif untuk melibatkan remaja dalam kegiatan keagamaan.

b. Bagi Pembaca

Menambah pemahaman pembaca untuk meningkatkan pengetahuan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keterlibatan remaja dalam kegiatan dakwah di lingkungan musholla.

c. Bagi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya teori tentang bagaimana dakwah dapat meningkatkan kegiatan keagamaan, terutama di kalangan remaja. Sehingga dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk penelitian lanjutan.

d. Bagi Pengelola

Membantu pengurus musholla menemukan hal-hal yang mendukung dan menghambat keterlibatan remaja sehingga mereka dapat mengatasi masalah tersebut. Dan, Memberikan saran strategis kepada pengurus Musholla Al-Barokah tentang cara membuat dan menerapkan komunikasi dakwah yang lebih baik untuk meningkatkan partisipasi remaja.