

Pendekatan Sentimental, Rasional, dan Indrawi dalam Dakwah Masjid: Studi Kasus Masjid Miftahul Jannah

Syifa Nursyamsiah *, Ida Afidah, Malki Ahmad Nasir

Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

syifanursyamsiah37@gmail.com, idaafidah26@gmail.com, malki.tea@unisba.ac.id

Abstract. This study explores the da'wah strategies implemented by the mosque Management Board (DKM) of Masjid Miftahul Jannah in Cibitung, Bekasi, to enhance congregational participation, particularly in the kajian subuh (dawn study sessions). The research employs a descriptive qualitative approach using observation, interviews, and documentation. The theoretical framework is based on Muhammad Al-Bayanuni's concept of da'wah strategies, which consists of three approaches: sentimental (emotional), rational (logical), and sensory (experiential). The findings indicate that the sentimental and sensory strategies have been effective. The emotional approach is carried out through heart-touching sermons, communal meals, and informal interactions between congregants, preachers, and mosque administrators. The sensory strategy utilizes visual media, such as short videos, to reinforce the message. These two approaches successfully create a warm and inclusive da'wah atmosphere, significantly increasing participation—especially in the fourth week of each month. However, the rational strategy still faces obstacles. Scripturally grounded materials, when delivered in a formal and technical manner, are not yet fully accessible to all congregants. Methodological adjustments are needed to make the delivery more contextual and engaging. This study contributes to the development of mosque-based da'wah strategies that are more adaptive to the diverse needs of contemporary congregants.

Keywords: *Da'wah strategy, Congregational Participation, Sentimental..*

Abstrak. Penelitian ini membahas strategi dakwah yang diterapkan oleh DKM Masjid Miftahul Jannah Cibitung Bekasi dalam meningkatkan partisipasi jamaah, khususnya pada program kajian subuh. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teori yang digunakan mengacu pada konsep strategi dakwah Muhammad Al-Bayanuni, yang mencakup tiga pendekatan: sentimental (emosional), rasional (logis), dan indrawi (pengalaman pancaindra). Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi sentimental dan indrawi telah berjalan efektif. Pendekatan emosional diterapkan melalui ceramah menyentuh hati, kegiatan makan bersama, dan interaksi informal antara jamaah, ustadz, serta pengurus masjid. Strategi indrawi diterapkan melalui media visual seperti video singkat yang mendukung materi ceramah. Kedua strategi ini terbukti menciptakan suasana dakwah yang hangat dan inklusif, sehingga mendorong peningkatan partisipasi jamaah secara signifikan, khususnya pada pekan keempat setiap bulan. Namun, strategi rasional masih menghadapi tantangan. Materi berdalil yang disampaikan secara formal dan teknis belum dapat diterima secara maksimal oleh seluruh jamaah. Diperlukan penyesuaian metode penyampaian agar lebih kontekstual dan komunikatif. Penelitian ini memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi dakwah berbasis masjid yang adaptif terhadap kebutuhan jamaah masa kini.

Kata Kunci: *Strategi Dakwah, Partisipasi Jamaah, Sentimental.*

A. Pendahuluan

Mengikuti kajian Islami perlu dan sangat penting untuk menjadikan sebuah gaya hidup masyarakat saat ini. Dalam upaya memperdalam pemahaman agama, maka perlu dilakukan secara konsisten dan istiqomah. Setidaknya sekali dalam sepekan baik mendatangi majelis pengajian secara langsung atau mengikuti kajian secara online. Awal mula terbentuknya majelis taklim ini merupakan upaya umat Islam dalam menyebarkan dakwah Islam melalui masjid. Masjid memiliki peran penting dalam kehidupan umat Islam sejak zaman Nabi Muhammad SAW. (Munawaroh, 2020)

Dalam mewujudkan misi dakwah yang sangat luhur, para aktivis dakwah akan berhadapan dengan tantangan dunia global, sebab masyarakat saat ini sudah sangat kritis dan sangat selektif, dalam menerima materi-materi dakwah, mereka kadang mempertanyakan apakah materi-materi dakwah tersebut sesuai dengan kebutuhan mereka atau tidak. (M Quraish Shihab, 1995) akan tetapi terdapat banyak konsep dakwah yang mengedepankan cara-cara simpatik bijaksana dan lebih humanis seperti pendekatan sosial dan budaya yang dapat diterima oleh masyarakat luas, memperhatikan ruang, waktu dan topik yang aktual, serta dapat menyentuh kebutuhan dasar mad'u dan isu-isu terkini masyarakat. (Auddah Mannan, 2021)

Masjid merupakan salah satu institusi sosial keagamaan yang memiliki peran strategis dalam membentuk moral dan spiritual umat Islam. Dalam konteks masyarakat modern yang semakin kompleks, masjid tidak hanya menjadi tempat ibadah ritual semata, tetapi juga pusat kegiatan sosial, pendidikan, dan dakwah. Namun demikian, tantangan dakwah di era sekarang cukup besar, termasuk menurunnya partisipasi jamaah dalam kegiatan-kegiatan keagamaan masjid, terutama di wilayah perkotaan dan pinggiran kota seperti Cibitung, Bekasi.

Fenomena menurunnya partisipasi jamaah ini tampak dalam berkurangnya jumlah kehadiran pada kegiatan rutin seperti kajian subuh, meskipun kegiatan tersebut telah dikemas secara menarik. Berdasarkan data observasi lapangan di Masjid Miftahul Jannah, peningkatan jumlah jamaah yang signifikan hanya terjadi pada pekan keempat setiap bulan, sedangkan di minggu-minggu lainnya cenderung sepi. Kondisi ini menunjukkan adanya tantangan dalam keberhasilan strategi dakwah yang dilakukan oleh pihak DKM. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji strategi dakwah apa yang berhasil dan relevan untuk meningkatkan partisipasi jamaah secara berkelanjutan.

Urgensi dakwah dalam kehidupan umat Islam telah ditegaskan dalam Al-Qur'an surat An-Nahl ayat 125 Allah SWT berfirman:

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

Serulah (manusia) kepada jalan Tuhanmu dengan hikmah dan pelajaran yang baik, dan bantahlah mereka dengan cara yang lebih baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui siapa yang tersesat dari jalan-Nya, dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapat petunjuk.

Ayat ini menjadi dasar bahwa dakwah harus disampaikan dengan pendekatan yang bijak, lembut, dan disesuaikan dengan kondisi objek dakwah. Dalam konteks masyarakat ini, pendekatan hikmah dan mau'idzhas hasanah tidak hanya dimaknai secara lisan, tetapi juga perlu diterjemahkan dalam bentuk strategi dakwah yang kontekstual dan relevan. Oleh karena itu, dibutuhkan metode dakwah yang mampu mengakomodasi keberagaman karakter jamaah serta menggerakkan partisipasi mereka secara aktif dalam kehidupan keagamaan, khususnya di lingkungan masjid.

Muhammad Al-Bayanuni mengemukakan bahwa strategi dakwah mencakup tiga pendekatan utama, yaitu sentimental (menyentuh perasaan), rasional (mengedepankan logika), dan indrawi (menggunakan pancaindra). Strategi ini menekankan bahwa komunikasi dakwah yang berhasil adalah yang mampu menyentuh berbagai dimensi manusia, tidak hanya aspek intelektual tetapi juga emosional dan pengalaman indrawi. Dalam praktiknya, ketiga pendekatan ini sering kali tidak digunakan secara seimbang oleh para dai atau pengelola masjid, sehingga pesan dakwah tidak tersampaikan secara optimal. (AL-Bayanuni, 2002)

Menurut Hasanuddin, keberhasilan dakwah di lingkungan masjid sangat bergantung pada kemampuan pengelola dalam menyesuaikan metode dakwah dengan karakteristik audiensnya. (Hasanuddin, 2020; Rahman A, 2021) Hal ini sejalan dengan temuan dalam jurnal oleh Rahman dan Sutisna, yang menyebutkan bahwa partisipasi jamaah sangat dipengaruhi oleh pendekatan personal, kedekatan emosional, serta kemasan dakwah yang relevan dengan konteks kehidupan sehari-hari. Maka dari itu, penerapan strategi dakwah yang adaptif menjadi suatu keniscayaan, terlebih dalam konteks urban society yang cenderung dinamis dan kritis terhadap pendekatan formal yang terlalu akademis. (Rahman A, 2021)

Partisipasi masyarakat merupakan konsep penting dalam keberhasilan pelaksanaan program sosial, termasuk dalam kegiatan dakwah berbasis masjid. Dakwah partisipasi merupakan proses terjadinya kegiatan komunikasi dalam bentuk dakwah yang mengajak para audiens untuk berpartisipasi di dalamnya dari mulai ikut merencanakan, melaksanakan hingga mengevaluasi kegiatan dakwah yang dilaksanakan. (Soetandyo Wignyosoebroto, 2005)

(Cohen dan Uphoff, 1977) menyebutkan bahwa partisipasi masyarakat tidak hanya terbatas pada keterlibatan fisik, tetapi mencakup empat dimensi utama, yaitu partisipasi masyarakat dalam pengambilan keputusan (perencanaan), pelaksanaan, pemanfaatan hasil, dan evaluasi. (Cohen JM, 1997) Dalam konteks dakwah, partisipasi jamaah dapat diartikan sebagai keterlibatan mereka dalam merancang kegiatan keagamaan, menghadiri dan mengikuti kajian, serta merasakan manfaat dari kegiatan tersebut dalam kehidupan sehari-hari.

(Menurut effendy, 2019) keberhasilan dakwah sangat tergantung pada partisipasi audiens dalam menerima, memahami dan merespons pesan dakwah yang disampaikan. Oleh karena itu pengukuran partisipasi dalam penelitian ini tidak hanya dilihat dari kehadiran secara kuantitatif, tetapi juga bagaimana jamaah secara aktif terlibat dalam proses dan merasakan dampak dari dakwah yang dilakukan. (Effendy, 2019)

Dalam penelitian ini, kerangka partisipasi masyarakat digunakan untuk menganalisis keterkaitan antara strategi dakwah sentimental, rasional, dan indrawi dengan tingkat keterlibatan jamaah dalam tiga tahap utama: perencanaan, pelaksanaan, dan pemanfaatan. Pemahaman ini menjadi penting agar strategi dakwah tidak hanya berfokus pada penyampaian pesan, tetapi juga pada sejauh mana pesan tersebut menggerakkan jamaah untuk terlibat dan berkontribusi secara nyata.

Masjid Miftahul Jannah sebagai objek penelitian berada di tengah-tengah masyarakat urban yang heterogen. Meski telah melaksanakan berbagai kegiatan dakwah secara rutin, DKM masih menghadapi tantangan dalam menjaga konsistensi partisipasi jamaah. Salah satu masalah yang teridentifikasi adalah penyampaian dakwah yang terlalu berat atau terlalu tekstual, sehingga tidak semua jamaah dapat memahami atau merasa terlibat secara aktif. Hal ini menimbulkan urgensi untuk meneliti lebih dalam mengenai strategi dakwah yang selama ini diterapkan, serta mengukur efektivitasnya terhadap peningkatan partisipasi jamaah. Maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi dakwah sentimental, rasional, dan indrawi diterapkan oleh DKM Masjid Miftahul Jannah?
2. Sejauh mana strategi tersebut mampu meningkatkan partisipasi jamaah dalam kegiatan kajian subuh?

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan menganalisis strategi dakwah yang digunakan oleh DKM Masjid Miftahul Jannah, serta mengevaluasi dampaknya terhadap tingkat partisipasi jamaah. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis bagi pengelola masjid lain dalam merancang strategi dakwah yang lebih kontekstual dan efektif. Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memperkaya khazanah keilmuan dalam bidang komunikasi dakwah, khususnya dalam penerapan strategi dakwah berbasis pendekatan humanistik dan partisipatif.

Dari sisi kebaruan (novelty), penelitian ini menonjolkan pendekatan integratif antara teori dakwah Al-Bayanuni dengan teori partisipasi masyarakat, serta memberikan gambaran nyata bagaimana strategi-strategi tersebut diimplementasikan dalam kegiatan dakwah di tingkat lokal. Temuan ini dapat menjadi rujukan untuk mengembangkan model dakwah yang lebih inklusif dan relevan bagi masyarakat masa kini.

Masjid sebagai institusi keagamaan memiliki peran sentral dalam membentuk moral dan spiritual umat Islam, khususnya dalam konteks masyarakat urban yang kompleks. Namun, tantangan modern seperti menurunnya partisipasi jamaah dalam kegiatan dakwah memerlukan strategi komunikasi yang lebih adaptif dan humanistik. Strategi dakwah yang efektif tidak hanya bertumpu pada penyampaian pesan secara lisan dan tekstual, tetapi juga harus mampu menyentuh sisi emosional, logika, dan pengalaman indrawi jamaah. Pendekatan integratif seperti yang ditawarkan oleh Al-Bayanuni yakni sentimental, rasional, dan indrawi menjadi solusi yang menjanjikan dalam merespons kebutuhan dakwah kontemporer. Di sisi lain, tingkat partisipasi jamaah tidak hanya dapat diukur dari kehadiran fisik, tetapi juga dari keterlibatan mereka dalam perencanaan, pelaksanaan, hingga pemanfaatan hasil dakwah. Oleh karena itu, penting untuk mengevaluasi strategi dakwah yang digunakan oleh pengelola masjid secara menyeluruh agar mampu meningkatkan kualitas dan kuantitas partisipasi jamaah. Penelitian ini pun diarahkan untuk menjawab tantangan tersebut dengan fokus pada strategi dakwah yang diterapkan oleh DKM Masjid Miftahul Jannah dalam upaya membangun dakwah yang lebih kontekstual, efektif, dan inklusif.

B. Metode

Penelitian ini termasuk dalam kategori original research karena menyajikan hasil penelitian lapangan yang bertujuan untuk mengeksplorasi dan menganalisis strategi dakwah yang diterapkan oleh DKM Masjid Miftahul Jannah dalam meningkatkan partisipasi jamaah. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif deskriptif, yang bertujuan untuk menggambarkan secara menyeluruh fenomena yang terjadi di lapangan dengan memanfaatkan data non-numerik seperti wawancara, observasi, dan dokumentasi. (Moleong, 2015)

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Strategi Dakwah DKM Masjid Miftahul Jannah

Strategi dakwah yang diterapkan oleh DKM Masjid Miftahul Jannah meliputi strategi sentimental, rasional, dan indrawi. Strategi sentimental tampak dari pendekatan emosional yang dilakukan ustadz dan pengurus DKM terhadap jamaah. Kegiatan seperti kajian dengan bahasa yang menyentuh hati, sapaan personal, hingga kebersamaan makan bersama usai kajian, menjadi bentuk nyata dari pendekatan ini.

Data wawancara menunjukkan bahwa jamaah merasa lebih terikat secara emosional dan termotivasi untuk hadir kembali ketika ini kajian menyentuh realitas kehidupan sehari-hari mereka. (Madi, 2024) Hal ini sejalan dengan teori Al-Bayanuni yang menyatakan bahwa pendekatan sentimental dalam dakwah mampu menggerakkan hati dan mendorong kesadaran keagamaan secara alami. Suasana kekeluargaan yang diciptakan dalam dakwah terbukti menjadi kunci keberhasilan strategi ini. (Muklis, 2018) Hasil observasi dan wawancara juga menunjukkan bahwa pekan keempat, yang biasanya diisi dengan pendekatan lebih humanis dan santai, selalu mengalami lonjakan jumlah kehadiran jamaah secara signifikan. (Kosim, 2024)

Strategi ini terbukti efektif dalam menciptakan suasana kajian yang akrab, membangun ikatan emosional antara jamaah dan pengurus, serta meningkatkan kenyamanan dan loyalitas jamaah untuk terus hadir dalam kegiatan dakwah. Sentuhan emosional ini menjadi daya tarik tersendiri yang mendorong partisipasi tanpa paksaan.

Selain pendekatan emosional dan visual, terdapat pula inisiatif kolaboratif yang dilakukan oleh DKM dalam bentuk kegiatan dakwah berbasis komunitas. Misalnya, pengurus DKM bekerja sama dengan kelompok remaja masjid untuk menyelenggarakan kajian tematik dan kegiatan sosial keagamaan, seperti bakti sosial dan buka puasa bersama. Kegiatan ini bukan hanya memperluas jangkauan dakwah, tetapi juga menciptakan rasa memiliki terhadap masjid di kalangan generasi muda. Strategi ini memperkuat pendekatan sentimental dan indrawi secara bersamaan, karena menyentuh sisi emosional dan keterlibatan langsung jamaah dalam kegiatan nyata yang relevan dengan nilai-nilai Islam.

Sementara itu, strategi indrawi diwujudkan melalui pemanfaatan media visual yang mendukung tema kajian. Strategi ini menarik perhatian jamaah dan mempermudah pemahaman materi yang disampaikan. Pendekatan visual ini sangat membantu jamaah yang memiliki gaya belajar visual. Strategi dakwah ijamaah indrawi ditunjukkan melalui penggunaan media visual dan metode ceramah yang diselingi dengan tayangan gambar, video pendek, atau papan tulis untuk menjelaskan materi. Ustadz yang bertugas memanfaatkan media ini untuk memperjelas pesan dakwah dan menjangkau jamaah dengan gaya belajar yang berbeda.

Berdasarkan dokumentasi dan observasi, jamaah tampak lebih fokus dan mudah memahami materi ketika pendekatan visual digunakan beberapa jamaah bahkan menyampaikan bahwa metode ini membuat mereka merasa tidak bosan dan lebih mudah mengingat isi ceramah. Penemuan ini memperkuat pendapat Al-Bayanuni bahwa pendekatan indrawi mampu menangkap atensi dan memperdalam pemahaman terhadap pesan dakwah. Strategi ini juga memperlihatkan keberhasilan dalam menjangkau kalangan muda dan orang tua secara bersamaan, karena menyentuh pengalaman konkret yang bisa dirasakan secara langsung.

Berbeda dengan dua strategi sebelumnya, strategi rasional menggunakan pendekatan argumentatif dan sistematis dengan disertai dalil aqli dan naqli. Namun, sebagian jamaah menganggap materi yang disampaikan terlalu berat, bahkan membingungkan. Ini menunjukkan bahwa strategi rasional memerlukan penyesuaian dalam penyampaian agar lebih mudah dipahami oleh jamaah dengan latar belakang pendidikan yang beragam.

Pengaruh Strategi terhadap Partisipasi Jamaah

Strategi dakwah tersebut memberikan pengaruh berbeda terhadap tingkat partisipasi jamaah dalam kegiatan dakwah. Strategi sentimental dan indrawi memiliki dampak yang paling nyata dalam mendorong kehadiran jamaah, khususnya pada tahap pelaksanaan kegiatan seperti kajian subuh. Kedekatan emosional dan daya tarik visual menjadi faktor penting yang membuat jamaah merasa nyaman dan terdorong untuk hadir.

Partisipasi juga terlihat dalam tahap pemanfaatan, di mana jamaah mampu mengaplikasikan materi dakwah dalam kehidupan sehari-hari, seperti meningkatkan ibadah, menjadi silaturahmi, dan menumbuhkan semangat kebersamaan. Hal ini menunjukkan bahwa dakwah yang menyentuh hati dan mudah dipahami memberikan efek yang lebih luas.

Dalam tahap perencanaan, strategi sentimental turut berkontribusi meskipun secara tidak langsung. Jamaah yang merasa dekat dengan pengurus DKM cenderung lebih terbuka untuk memberi masukan atau menyampaikan kebutuhan keagamaan mereka. Hal ini menjadi modal sosial yang penting dalam membangun partisipasi kolaboratif.

Sebaliknya, strategi rasional belum menunjukkan dampak signifikan terhadap partisipasi jamaah. Materi yang padat dan cara penyampaian yang akademik membuat sebagian jamaah pasif. Mereka cenderung hadir, namun tidak aktif terlibat dalam diskusi ataupun menyampaikan umpan balik. Oleh karena itu, pendekatan rasional perlu disesuaikan agar dapat mengakomodasi kapasitas pemahaman jamaah dan tetap mendorong partisipasi aktif.

Menurut teori partisipasi masyarakat, keterlibatan jamaah tidak hanya ditentukan oleh isi program, tetapi juga oleh kemampuan program tersebut untuk menjangkau kebutuhan dan cara berfikir audiensnya. (Rachmad Gunawan, 2021) Dengan demikian, strategi rasional memerlukan penyesuaian gaya komunikasi agar lebih dialogis dan komunikatif. Jamaah membutuhkan penjelasan yang relevan dengan konteks kehidupan mereka, bukan hanya informasi berbasis dalil tanpa penjabaran praktis.

Temuan di lapangan juga mengisyaratkan bahwa latar belakang jamaah yang beragam turut memengaruhi daya tangkap terhadap strategi dakwah yang diterapkan. Dalam suasana kajian, terlihat bahwa sebagian jamaah merasa lebih nyaman dan antusias ketika pendekatan yang digunakan bersifat personal dan komunikatif. Pendekatan ini umumnya lebih mudah diterima oleh jamaah yang memiliki kebiasaan belajar secara praktis dan aplikatif dalam kehidupan sehari-hari. Oleh sebab itu, penyusunan materi dakwah yang mempertimbangkan variasi karakteristik jamaah menjadi penting agar strategi yang disampaikan dapat diterima secara lebih luas dan mampu membangun suasana kajian yang inklusif dan partisipatif.

D. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi dakwah yang diterapkan oleh DKM Masjid Miftahul Jannah mencerminkan pendekatan multidimensional yang terdiri dari strategi sentimental, rasional, dan indrawi sebagaimana dikemukakan oleh Al-Bayanuni. Strategi sentimental dilakukan melalui pendekatan emosional dan interaksi personal antara pengurus masjid, ustadz, dan jamaah. Pendekatan ini menciptakan rasa kekeluargaan dan kedekatan emosional yang mampu menarik dan mempertahankan kehadiran jamaah dalam kegiatan dakwah. Strategi indrawi diwujudkan dengan pemanfaatan media visual seperti tayangan video, ilustrasi, dan gambar yang mendukung penyampaian pesan dakwah secara lebih menarik dan mudah dipahami. Sementara itu, strategi rasional, yang mengedepankan argumentasi logis dan dalil aqli serta naqli, belum dapat diterima secara optimal oleh jamaah karena penyampaiannya yang dianggap terlalu berat dan cenderung bersifat akademis.
2. Ketiga strategi dakwah tersebut memberikan pengaruh yang berbeda terhadap partisipasi jamaah dalam kegiatan keagamaan di Masjid Miftahul Jannah. Strategi sentimental dan indrawi menunjukkan pengaruh yang signifikan, terutama dalam tahap pelaksanaan dan pemanfaatan hasil dakwah. Keduanya terbukti mampu meningkatkan kehadiran jamaah, memperkuat pemahaman terhadap materi, serta mendorong penerapan nilai-nilai keagamaan dalam kehidupan sehari-hari. Partisipasi pada tahap perencanaan juga mulai tumbuh, meskipun masih bersifat informal, melalui komunikasi antara jamaah dan pengurus masjid. Di sisi lain, strategi rasional belum memberikan kontribusi signifikan terhadap partisipasi jamaah. Hal ini disebabkan oleh rendahnya minat dan daya serap jamaah terhadap materi dakwah yang disampaikan secara terlalu kompleks. Oleh karena itu, dibutuhkan pendekatan rasional yang lebih komunikatif, interaktif, dan kontekstual agar strategi ini dapat berjalan seimbang dengan dua strategi lainnya dalam meningkatkan partisipasi jamaah secara menyeluruh dan berkelanjutan.

Saran untuk Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan temuan dan keterbatasan dalam penelitian ini, maka diperlukan beberapa pertimbangan untuk pengembangan studi sejenis di masa yang akan datang. Oleh karena itu, peneliti memberikan beberapa saran berikut bagi penelitian selanjutnya:

1. Penelitian ini memiliki keterbatasan dalam hal ruang lingkup dan fokus kajian yang hanya membahas strategi dakwah sentimental, rasional, dan indrawi di satu masjid, yaitu Masjid Miftahul Jannah di Cibitung, Bekasi. Oleh karena itu, disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk memperluas objek penelitian ke beberapa masjid lain dengan latar belakang sosial budaya jamaah yang berbeda, sehingga dapat diperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai efektivitas strategi dakwah dalam berbagai konteks.
2. Selain itu, peneliti selanjutnya dapat mengembangkan metode penelitian dengan pendekatan kuantitatif atau campuran (*mixed methods*) agar dapat mengukur secara lebih terperinci pengaruh masing-masing strategi dakwah terhadap partisipasi jamaah. Penambahan instrumen seperti kuesioner atau skala persepsi jamaah juga dapat memperkaya data dan memungkinkan dilakukan analisis statistik yang lebih kuat.

3. Peneliti lanjutan juga dapat memperdalam kajian pada dimensi komunikasi dakwah digital atau penggunaan media sosial sebagai bagian dari strategi dakwah kontemporer. Hal ini penting mengingat pola interaksi keagamaan masyarakat saat ini semakin dipengaruhi oleh perkembangan teknologi informasi. Dengan demikian, peneliti-peneliti berikutnya diharapkan mampu memberikan kontribusi yang lebih luas dalam mengembangkan strategi dakwah yang adaptif dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat modern.

Ucapan Terimakasih

Terima kasih kepada pihak-pihak terkait yang telah membantu dalam penelitian ini, yakni kepada:

1. Saya ucapkan terima kasih kepada Orang Tua saya atas segala restu serta doa yang tidak pernah terlewatkan disetiap sujud bahkan sepertiga malam dan dalam waktu apapun. Curahan cinta dan kasih sayang tulus yang tidak pernah terputus, dukungan penuh baik secara moril dan materi.
2. Yang terhormat ibu Dr. Ida Afidah, Dra., M. Ag., selaku Dekan Fakultas Dakwah Universitas Islam Bandung. Sekaligus Dosen Pembimbing 1 yang senantiasa memberikan arahan, dukungan, dan do'a, serta telah meluangkan waktu dan tenaga untuk membimbing peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi.
3. Yang terhormat Bapak Muhammad Fauzi Arif, S.Sos.I., M. I.Kom., selaku Wakil Dekan 1 Fakultas Dakwah yang senantiasa membantu dalam hal kemahasiswaan.
4. Yang terhormat Ibu Dr. Hj. Kurniati Syam, Dra., M.Si., selaku Wakil Dekan 2 Fakultas Dakwah yang membantu dalam keuangan perkuliahan.
5. Yang terhormat Bapak Malki Ahmad Nasir, S.Ag., M.Irk., Ph.D. selaku Ketua Program Studi sekaligus pembimbing II yang juga senantiasa telah memberikan arahan, dukungan, dan do'a, serta telah memberikan waktu dan tenaganya untuk membimbing penulis sehingga penulis dalam menyelesaikan skripsi.
6. Bapak Dr. Ahmad Muttaqien, S.Th.I., M.Ag. selaku sekretaris Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam
7. Yang terhormat Ibu Dr. Parihat Kamil, Dra., M.Si. selaku wali dosen yang telah memberi arahan dan masukan kepada penulis terkait perkuliahan.
8. Dosen Fakultas dakwah dan para staf di dalamnya yang senantiasa membantu peneliti dalam memenuhi kebutuhan administrasi.
9. Terimakasih kepada pihak Masjid Miftahul Jannah yang telah memeberikan waktu untuk saya penelitian dan observasi.
10. Terimakasih kepada semua pihak yang terlibat dalam penelitian ini.

Daftar Pustaka

- AL-Bayanuni. (2002). *Ilmu Dakwah: Menurut Al-Qur'an dan Sunnah*. Gema Insani.
- Andhiya, S., Shaleh, K., & Natsir, M. A. (n.d.). *Penerapan Nilai-Nilai Dakwah dalam Pemasaran Produk Busana Muslimah Guna Meraih Keberkahan pada Brand Jamise Syar'i*. <https://journals.sangkuriangpublisher.com/person>
- Auddah Mannan. (2021). *Strategi Pengembangan Dakwah*. Alauddin University Press.
- Cohen JM. (1997). Uphoff NT. Participation's Place in rural developement: seeking calrity through specificity. *Journal Word Development*, 3.
- Effendy, O. U. (2019). *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*. Remaja Rosdakarya.
- Halwa Sri Wulandari, & Malki Ahmad Nasir. (2024). Strategi Dakwah YouTube Darussurur Media dalam Meningkatkan Pemahaman Agama. *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam*, 47–52. <https://doi.org/10.29313/jrkpi.v4i1.3903>

- Hasanuddin, M. (2020). Strategi Dakwah dalam Meningkatkan Partisipasi Jamaah, jurnal ilmu dakwah. *. Jurnal Ilmu Dakwah, 1*.
- M Quraish Shihab. (1995). *Lenteras Hati: Kisah dan Hikmah Kehidupan*. Mizan.
- Moleong, L. J. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Muhammad Zaenal Muttaqin, & Komarudin Shaleh. (2023). Strategi Dakwah Ustadz Ramdan Fawzi di Masa Pandemi. *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam*, 43–48. <https://doi.org/10.29313/jrkpi.vi.2274>
- Muklis. (2018). Strategi Dakwah al-bayanuni (analisis strategi muhammad abu fattah Al-Bayanuni Dalam Kitab Al Mikdhal Ila Ilmi Dakwah. *Journal Islamic Communication, 3*.
- Munawaroh, B. Z. (2020). Peran Majelis Taklim dalam Meningkatkan Pemahaman Keagamaan Masyarakat. *Jurnal Penelitian, 14*.
- Rachmad Gunawan. (2021). Wahyu Subandi, Bentuk-Bentuk Partisipasi Masyarakat dalam Pembangunan Bak Air di Rt 15 Desa Kapar Kecamatan Murung Pudak Kabupaten Tabalong. *Jurnal Stiatabalong, 4*.
- Rahman A, S. E. (2021). Komunikasi Dakwah dan Partisipasi Jamaah: Studi di Masjid Perkotaan. *Prossiding Konferensi Nasional Dakwah Dan Komunikasi, 1*.
- Soetandyo Wignyosoebroto. (2005). *MPA Dakwah Pemberdayaan Masyarakat: Paradigma Aksi Metodologi*. Pustaka Pesantren.
- Wianda Anisya Salsabila, & Bambang Saiful Ma'arif. (2024). Strategi Komunikasi Pemasaran Dakwah dalam Menjual Produk Sustainable Fashion di Tiktok. *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam*, 73–80. <https://doi.org/10.29313/jrkpi.v4i2.4999>