

STRATEGI DAKWAH DALAM MENINGKATKAN MOTIVASI BERIBADAH JAMAAH MASJID RABI'AH AL 'ADAWIYYAH PONOROGO

Eka Kurniawati¹, Nuraini², Syamsul Arifin³

^{1,2,3} Universitas Muhammadiyah Ponorogo

haloea21@gmail.com¹, nuraini@umpo.ac.id²,

syamsularifin8890@gmail.com³

Received: 10-01-2026

Revised: 25-01-2026

Approved: 08-02-2026

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi dakwah yang diterapkan di Masjid Rabi'ah Al 'Adawiyyah Ponorogo dalam meningkatkan motivasi beribadah jamaah, serta mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambat pelaksanaan strategi dakwah tersebut. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan desain fenomenologi, melalui teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi terhadap pengurus masjid, da'i, serta jamaah aktif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi dakwah di Masjid Rabi'ah Al 'Adawiyyah Ponorogo dilakukan melalui pendekatan segmentatif, komunikatif, kontekstual, dan berbasis komunitas, dengan pemanfaatan media sosial serta pelibatan generasi muda sebagai penggerak kegiatan, sehingga berdampak positif terhadap peningkatan motivasi beribadah jamaah baik secara kognitif, afektif, maupun perilaku. Simpulan, bahwa strategi dakwah yang adaptif, partisipatif, dan sesuai dengan kebutuhan jamaah terbukti efektif dalam meningkatkan motivasi beribadah serta memperkuat fungsi masjid sebagai pusat pembinaan spiritual dan sosial di era modern.

Kata Kunci: Strategi Dakwah, Motivasi Beribadah, Masjid, Jamaah, Dakwah Kontemporer

PENDAHULUAN

Islam adalah agama yang sempurna yang mengajarkan nilai-nilai kebaikan, kedamaian, dan keseimbangan dalam kehidupan manusia. Ajarannya tidak hanya mencakup hubungan antara manusia dengan Tuhan tetapi juga dengan sesama manusia dan alam semesta (Bastomi, 2018). Keseimbangan tersebut tercermin dalam ajaran dakwah, yakni aktivitas mengajak kepada kebaikan dan mencegah kemungkaran. Dakwah merupakan bagian integral dari ajaran Islam yang menjadi kewajiban setiap Muslim, sebagaimana firman Allah dalam QS. An-Nahl: 125 dan sabda Rasulullah SAW yang menyatakan, "Sampaikanlah dariku walau satu ayat" (Aziz, 2024). Dakwah merupakan proses penyampaian nilai-nilai Islam kepada masyarakat secara sistematis dan strategis. Aktivitas dakwah menjadi sarana penting untuk memperkuat spiritualitas umat sekaligus merespons berbagai tantangan sosial yang dihadapi (Mahagiyani & Sugiono, 2024). Dakwah seiring dengan perkembangan zaman menghadapi tantangan kompleks baik dari sisi audiens (*mad'u*), metode, maupun media penyampaian. Berdasarkan hal tersebut strategi dakwah yang efektif dan kontekstual sangat dibutuhkan agar pesan keagamaan dapat diterima dan diamalkan secara luas.

Pelaksanaan dakwah di masyarakat saat ini masih menghadapi berbagai kendala. Kegiatan dakwah di beberapa tempat bersifat monoton dan kurang menyentuh persoalan aktual umat. Pengajian dan ceramah sering kali tidak memperhatikan psikologi audiens dan tidak disertai pendekatan yang komunikatif, sehingga pesan dakwah tidak membekas dalam kehidupan sehari-hari jamaah (Pbnu, 2023). Pendakwah dan lembaga dakwah disisi lain banyak yang mulai menyadari pentingnya merancang strategi yang relevan dengan konteks sosial dan kultural jamaahnya. Fenomena yang berkembang salah satunya adalah munculnya dakwahtainment, yakni dakwah yang dikemas secara menarik melalui media sosial dan pendekatan populer. Pendekatan tersebut tidak selalu menjamin keberhasilan dakwah karena sering kali

lebih menonjolkan aspek hiburan daripada substansi (Ahmad, 2016). Strategi dakwah yang hanya mengejar popularitas tanpa memperhatikan kedalaman pesan justru dapat mengaburkan tujuan dakwah itu sendiri. Contoh keberhasilan strategi dakwah yang efektif dan berdampak nyata dalam meningkatkan motivasi beribadah masyarakat salah satunya ditunjukkan oleh Ustadz Onang Subarkah di Kampung Bukit Aman yang berhasil membangkitkan semangat ibadah remaja melalui pendekatan personal, diskusi terbuka, dan pemanfaatan media sosial secara bijak (Hermawan, 2024). Pendekatan dakwah yang mengedepankan kedekatan emosional dan relasi yang akrab dengan jamaah terbukti mampu menumbuhkan kesadaran spiritual yang lebih mendalam.

Dakwah berbasis komunitas dengan pendekatan dialogis juga diterapkan melalui kegiatan Ngopi Senja yang menyasar generasi muda dalam forum diskusi keagamaan yang dikemas secara santai dan kontekstual. Pemanfaatan media digital, pemilihan tema yang dekat dengan realitas anak muda, serta gaya penyampaian yang tidak menggurui menjadikan kegiatan ini efektif dalam menumbuhkan religiusitas dan motivasi beribadah generasi milenial (Lestari et al., 2024). Contoh lain adalah Masjid Jogokariyan di Yogyakarta yang menerapkan strategi dakwah berbasis komunitas dengan pendekatan partisipatif. Pengelolaan masjid yang transparan, program sosial yang menyentuh kebutuhan masyarakat, serta kegiatan keagamaan yang terintegrasi dengan pembangunan sosial menjadikan masjid ini sebagai model keberhasilan dakwah kontemporer (Fauzi & Muhyani, 2019). Keberhasilan strategi dakwah juga terlihat pada Masjid Al Jihad Muhammadiyah di Banjarmasin yang mampu menjadi pusat pembinaan akhlak, pemberdayaan remaja, dan layanan sosial, sehingga dinobatkan sebagai Masjid Percontohan Nasional oleh Pimpinan Pusat Muhammadiyah (Jateng, 2024).

Masjid sebagai lembaga keagamaan memiliki peran sentral dalam membina spiritualitas umat. Masjid selain sebagai tempat ibadah juga merupakan pusat pendidikan, informasi, dan pelayanan sosial. Pengurus masjid perlu merancang strategi dakwah yang relevan, kreatif, dan partisipatif agar fungsi dakwah masjid dapat dijalankan secara optimal (Castrawijaya, 2019). Strategi tersebut harus mempertimbangkan faktor-faktor seperti kondisi sosial jamaah, dinamika masyarakat, serta perkembangan teknologi informasi yang mengubah cara masyarakat mengakses informasi keagamaan. Nilai-nilai dakwah melalui pendidikan dapat diajarkan secara sistematis baik secara formal di sekolah maupun nonformal di masjid dan majelis taklim. Strategi dakwah yang mengintegrasikan pendekatan edukatif, komunikatif, dan partisipatif cenderung lebih berhasil membangun motivasi beragama yang kuat (Daryanto & Ernawati, 2024). Motivasi beribadah adalah dorongan internal maupun eksternal yang membuat seseorang konsisten menjalankan perintah agama, baik dalam ibadah wajib maupun sunnah. Motivasi tersebut sangat dipengaruhi oleh kualitas dakwah yang diterima oleh jamaah. Dakwah yang menyentuh aspek emosional, rasional, dan spiritual cenderung lebih efektif dalam membentuk kesadaran beribadah. Pemilihan strategi dakwah yang tepat oleh karenanya menjadi hal yang sangat krusial dalam meningkatkan kualitas keagamaan masyarakat (Mahagiyani & Sugiono, 2024).

Penelitian ini dilakukan untuk menggali lebih dalam mengenai strategi dakwah yang diterapkan di Masjid Rabi'ah Al 'Adawiyah Ponorogo, serta dampaknya terhadap motivasi beribadah jamaah. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mendukung dan menghambat pelaksanaan strategi tersebut. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi lembaga keagamaan lain dalam merancang strategi dakwah yang lebih efektif dan kontekstual.

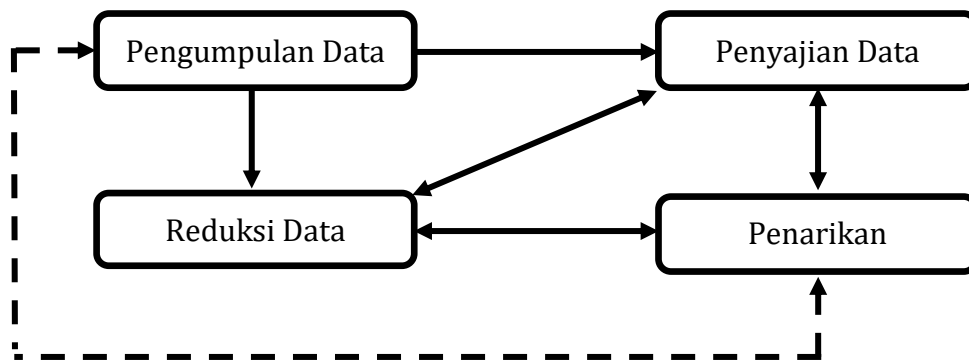
METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain fenomenologi, yang bertujuan untuk menggali pengalaman mendalam terkait strategi dakwah dalam meningkatkan motivasi beribadah jamaah Masjid Rabi'ah Al 'Adawiyyah Ponorogo. Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mendapatkan pemahaman yang lebih dalam mengenai fenomena sosial yang terjadi tanpa terjebak pada angka atau statistik. Menurut Sugiyono (2020), pendekatan kualitatif digunakan untuk memahami fenomena dalam konteks yang alami, sehingga dapat memberikan wawasan yang lebih kaya tentang subjek yang diteliti (Sugiyono, 2020). Pendekatan tersebut memungkinkan peneliti untuk menggali makna dari pengalaman jamaah dalam mengikuti strategi dakwah yang diterapkan oleh pengurus masjid. Penelitian ini termasuk dalam kategori penelitian fenomenologi, yaitu penelitian yang berfokus pada pemahaman mendalam terhadap pengalaman subjektif individu. Fenomenologi berusaha menggali makna yang terkandung dalam pengalaman hidup seseorang, serta bagaimana pengalaman tersebut membentuk pandangan terhadap dunia (Moleong, 2018). Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana jamaah Masjid Rabi'ah Al 'Adawiyyah memaknai dan merespons berbagai strategi dakwah yang diterapkan untuk meningkatkan motivasi beribadah jamaah.

Penelitian ini menggunakan beberapa teknik pengumpulan data yang relevan dengan pendekatan kualitatif, antara lain: (1) Wawancara mendalam dilakukan dengan pengurus masjid, *da'i*, dan jamaah aktif. Teknik wawancara ini memungkinkan peneliti untuk menggali pandangan, pengalaman, serta persepsi informan terkait strategi dakwah yang diterapkan di Masjid Rabi'ah Al 'Adawiyyah. Wawancara ini dilakukan dengan cara terbuka untuk memberikan ruang bagi informan untuk berbagi pengalaman mereka secara bebas dan mendalam. Teknik ini sesuai dengan pendapat Mamik (2015) yang menyatakan bahwa wawancara mendalam memungkinkan penggalian makna secara lebih lengkap dan autentik (Mamik, 2015). (2) Observasi partisipatif yakni peneliti terlibat langsung dalam kegiatan dakwah di Masjid Rabi'ah Al 'Adawiyyah dengan tujuan untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai konteks dan dinamika yang terjadi dalam kegiatan dakwah tersebut. Observasi ini melibatkan pengamatan terhadap interaksi jamaah dengan pengurus masjid, cara penyampaian materi dakwah, serta partisipasi jamaah dalam berbagai kegiatan. Observasi dilakukan secara berulang untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan valid dan dapat menggambarkan kondisi yang sebenarnya (Sugiyono, 2020). (3) Teknik dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data terkait dengan materi dakwah yang digunakan, jadwal kegiatan, serta dokumentasi kegiatan di masjid. Teknik dokumentasi dilakukan untuk memberikan konteks lebih dalam terhadap kegiatan dakwah yang diterapkan, serta memberikan gambaran lebih jelas mengenai bagaimana kegiatan tersebut dilaksanakan dan didokumentasikan.

Data yang digunakan dalam penelitian ini berasal dari dua sumber utama, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari informan melalui wawancara mendalam dan observasi partisipatif. Informan yang dipilih adalah pengurus masjid, *da'i*, dan jamaah aktif yang terlibat dalam kegiatan dakwah. Informan dipilih dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu pemilihan informan berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Data sekunder diperoleh melalui dokumentasi terkait kegiatan dakwah yang ada di masjid, seperti materi kajian, rekaman ceramah, dan publikasi masjid. Data sekunder juga mencakup literatur yang relevan dengan teori dakwah dan motivasi beribadah yang digunakan

untuk memperkaya pemahaman tentang konsep-konsep yang berkaitan dengan penelitian ini. Dalam menganalisis data penelitian ini menggunakan model analisis data interaktif yang dikembangkan oleh Miles dan Huberman (2014). Model ini terdiri dari tiga tahapan utama yaitu (1) Reduksi data yakni data yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumentasi akan direduksi dengan memilih informasi yang relevan dan mengeliminasi data yang tidak berkaitan dengan fokus penelitian. Reduksi data ini bertujuan untuk menyaring informasi yang paling penting dan sesuai dengan tujuan penelitian. (2) Penyajian data yakni informasi yang relevan setelah direduksi akan disajikan dalam bentuk narasi deskriptif yang akan memberikan gambaran yang jelas tentang strategi dakwah yang diterapkan, implikasinya terhadap jamaah, serta faktor pendukung dan penghambatnya. Penyajian data ini akan dilengkapi dengan tabel dan diagram untuk mempermudah pemahaman. (3) Penarikan kesimpulan yang dilakukan dengan cara menganalisis hubungan antara data yang telah disajikan dan mencari pola atau tema yang muncul dalam hasil penelitian. Verifikasi data dilakukan dengan cara membandingkan informasi dari berbagai sumber untuk memastikan keakuratan dan kredibilitas data yang diperoleh (Huberman, 2014).



Gambar 1. Teknik Analisis Data Teori Miles dan Huberman

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi dakwah yang diterapkan oleh pengurus Masjid Rabi'ah Al 'Adawiyah Ponorogo dilakukan melalui pendekatan yang segmentatif, komunikatif, kontekstual, dan berbasis komunitas. Strategi tersebut disusun untuk menjawab tantangan dakwah kontemporer serta memenuhi kebutuhan spiritual jamaah dari berbagai kalangan usia, gender, dan latar belakang sosial. Berikut ini adalah uraian temuan yang dikaji dan dibahas secara tematik berdasarkan data lapangan. Strategi segmentatif menjadi dasar dari pengelolaan kegiatan dakwah di Masjid Rabi'ah Al 'Adawiyah Ponorogo. Pengurus masjid secara sadar mengklasifikasikan jamaah ke dalam beberapa kelompok, yaitu anak-anak, remaja, dewasa, dan perempuan. Masing-masing kelompok ini mendapatkan pendekatan dakwah yang berbeda baik dari sisi konten materi, metode penyampaian, hingga waktu pelaksanaan. Contohnya adalah kegiatan Kajian Muslimah Talk, yaitu kajian tematik khusus perempuan yang dikemas ringan, santai, dan relevan dengan kebutuhan spiritual mereka. Strategi tersebut bertujuan untuk menumbuhkan minat sekaligus menjadikan masjid sebagai ruang aman dan nyaman bagi perempuan. Pengurus kajian menyatakan:

“Selama ini melihat dari respon jamaah, ya. Apalagi yang Muslimah Talk itu jamaah responnya bagus. Jamaahnya banyak. Terus tema-tema juga jamaah

responnya bagus.”

Program seperti Ngaji Stardaynite yang ditujukan untuk anak muda dilaksanakan pada malam akhir pekan dengan gaya penyampaian yang non-formal namun tetap berbobot. Kajian tersebut memadukan edukasi dengan interaksi dua arah yang hangat. Pengurus menyadari bahwa waktu dan gaya hidup anak muda perlu dipahami agar dakwah dapat diterima secara optimal. Segmentasi tersebut bukan hanya soal teknis, tapi merupakan strategi kultural yang menghargai keunikan *mad'u*. Pesan dakwah tidak disampaikan secara seragam, melainkan disesuaikan dengan konteks dan kebutuhan masing-masing kelompok jamaah. Kekuatan strategi dakwah di Masjid Rabi'ah Al 'Adawiyyah salah satunya adalah pemilihan materi dan pemateri yang tepat. Materi tidak hanya berisi aspek normatif keagamaan tetapi juga menyentuh sisi kehidupan sehari-hari seperti manajemen emosi, pergaulan, kesehatan mental, hingga pengelolaan waktu dalam perspektif Islam. Pemateri dipilih berdasarkan rekam jejak dan pendekatannya terhadap jamaah. Pengurus mencari pemateri yang komunikatif, terbuka terhadap diskusi, dan memiliki pendekatan empatik terhadap audiens. Salah satu jamaah perempuan dalam wawancaranya mengatakan:

“Untuk cara penyampaiannya tergantung dari pemateri ya. Kemarin yang paling sering kan saya Amah Hida ya. Kalau Amah, ya sepertimana yang kita tahu, Amah orangnya *fun*, kemudian bahasanya juga bahasa kekinian, yang bahasanya itu bisa kita tangkap secara enak, dan penyampaian materi itu jadinya gampang kita pahami.”

Pendekatan tersebut menciptakan suasana kajian yang akrab, tidak menggurui, dan membangun dialog dua arah. Jamaah merasa bahwa dakwah bukan hanya ceramah satu arah, tetapi ruang tumbuh bersama dalam semangat keislaman. Media sosial menjadi bagian integral dari strategi dakwah Masjid Rabi'ah Al 'Adawiyyah. *Instagram* dan *WhatsApp Group* digunakan secara aktif untuk menyebarkan informasi kajian, kutipan inspiratif dari ceramah, serta jadwal kegiatan. Era digital membuat kehadiran masjid di dunia maya menjadi penting agar dakwah bisa menjangkau jamaah secara luas dan cepat. Pengurus bidang kajian menyampaikan bahwa media sosial menjadi alat yang efektif untuk menarik minat anak muda. Beberapa jamaah awalnya mengenal Masjid Rabi'ah Al 'Adawiyyah melalui unggahan *reels* atau *story* teman-teman jamaah. Salah satu jamaah perempuan menyebut:

“Kalau untuk informasi, kebetulan saya juga punya beberapa teman yang aktif di Rabi'ah. Jadi terkadang ketika saya tidak aktif di *Instagram*, mereka ini mengajak. Tapi beberapa juga saya tahu itu dari *Instagram*, kemudian juga dari status WA teman-teman, yang kadang mempromosikan adanya kegiatan di Rabi'ah. Postingan-postingannya menarik, desainnya bagus, vibes-nya modern. Saya tertarik karena nggak kelihatan 'seram' seperti kajian kebanyakan. Begitu datang, ternyata memang menyenangkan itu.”

Strategi tersebut dinilai berhasil menjadikan masjid tidak hanya sebagai ruang fisik ibadah, tetapi juga sebagai ruang virtual penyemaian nilai-nilai Islam. Strategi dakwah di Masjid Rabi'ah Al 'Adawiyyah tidak hanya mengandalkan program kajian, tetapi juga mengintegrasikan aktivitas sosial dan komunitas. Masjid tidak berdiri sendiri

melainkan bekerja sama dengan komunitas lokal dan memberi ruang bagi anak muda untuk terlibat dalam kepanitiaan dan pelaksanaan program. Pendekatan berbasis komunitas tersebut meningkatkan rasa kepemilikan jamaah terhadap masjid. Jamaah merasa bukan hanya sebagai peserta tetapi bagian dari roda dakwah itu sendiri. Takmir masjid dan salah satu pemateri menyatakan:

“Instagram, TikTok, sama WA Group. Sama juga media partner. Media partner kayak misalkan Stardaynite kemarin itu kita menggandeng Ponorogo Update, kayak gitu. Terus kita juga collab sama Peta Project Channel, Podcast. Itu juga salah satu media untuk promo program kita yang Stardaynite kemarin.”

“Jadi akhirnya kita bikin kayak masjid itu, tagline-nya kan Masjid Ukhuwah. Berarti yaudah, Masjid Ukhuwah. Kita memiliki persatuan berarti nggak terlalu menekankan terkait salah satu organisasi dakwah Islam. Yang penting kita secara umum. Ini bukan berarti yang lainnya nggak baik, nggak, semuanya itu baik. Terus yang kedua, terkait usia mau nggak mau kita harus menyadari. Terus kita lihat hampir semua masjid itu dikenal aktif karena para sesepuh-sesepuhnya. Karena bapak-bapaknya. Terus di Ponorogo kita masih cari-cari yang literally banyak anak mudanya, berdominan anak mudanya masih dikit. Bahkan bisa dikatakan hampir tidak ada. Terus kita nyari yang nggak hanya pengurusnya tapi takmirnya. Juga pengelolanya termasuk. Jadi ya wes kita fokus karna tagline-nya anak muda, yaudah kita fokusin. Anak muda disini bukan berarti orang tua nggak boleh datang. Tapi intinya pengelola, pengurus, takmir itu dari anak-anak muda.”

Strategi tersebut memberikan efek ganda, jamaah bukan hanya datang untuk menerima dakwah tetapi juga ikut menjadi pelaksana dakwah. Keterlibatan tersebut turut membentuk motivasi spiritual yang lebih kokoh karena tumbuh dari rasa memiliki dan keinginan untuk berkontribusi. Kondusivitas lingkungan masjid juga menjadi penunjang utama keberhasilan strategi dakwah Masjid Rabi’ah Al ‘Adawiyah. Suasana yang bersih, tertib, dan ramah menjadikan jamaah betah berlama-lama di lingkungan masjid. Kondisi tersebut dirasakan langsung oleh beberapa jamaah. Salah satu jamaah perempuan menyampaikan:

“Kalau di Rabi’ah itu, Alhamdulillahnya kajiannya itu cukup menarik dan tidak membosankan dan juga panitianya ramah.”

Faktor non-verbal seperti keramahan pengurus, senyum, dan sambutan hangat ketika jamaah datang menjadi elemen penting dalam membentuk atmosfer spiritual yang kondusif dan menarik. Hasil observasi dan wawancara secara umum menunjukkan bahwa strategi dakwah yang diterapkan telah berdampak signifikan terhadap peningkatan motivasi ibadah jamaah. Informan sebagian besar menyatakan adanya peningkatan dalam kualitas ibadah, seperti ketepatan waktu salat, kebiasaan membaca Al-Qur’an, serta keikutsertaan dalam kajian dan kegiatan sosial. Salah satu jamaah menyampaikan:

“Banyak banget perubahannya. Perubahannya itu sebelum saya mengenal masjid Rabi’ah mungkin saya itu apa namanya kayak males-malesan banget salat. Ketika waktu azan itu biasanya masih leye-leye. Sekarang sudah langsung bergegas untuk menuju masjid. Ya beneran ini justru menambah semangat saya untuk

selalu beribadah kepada Allah.”

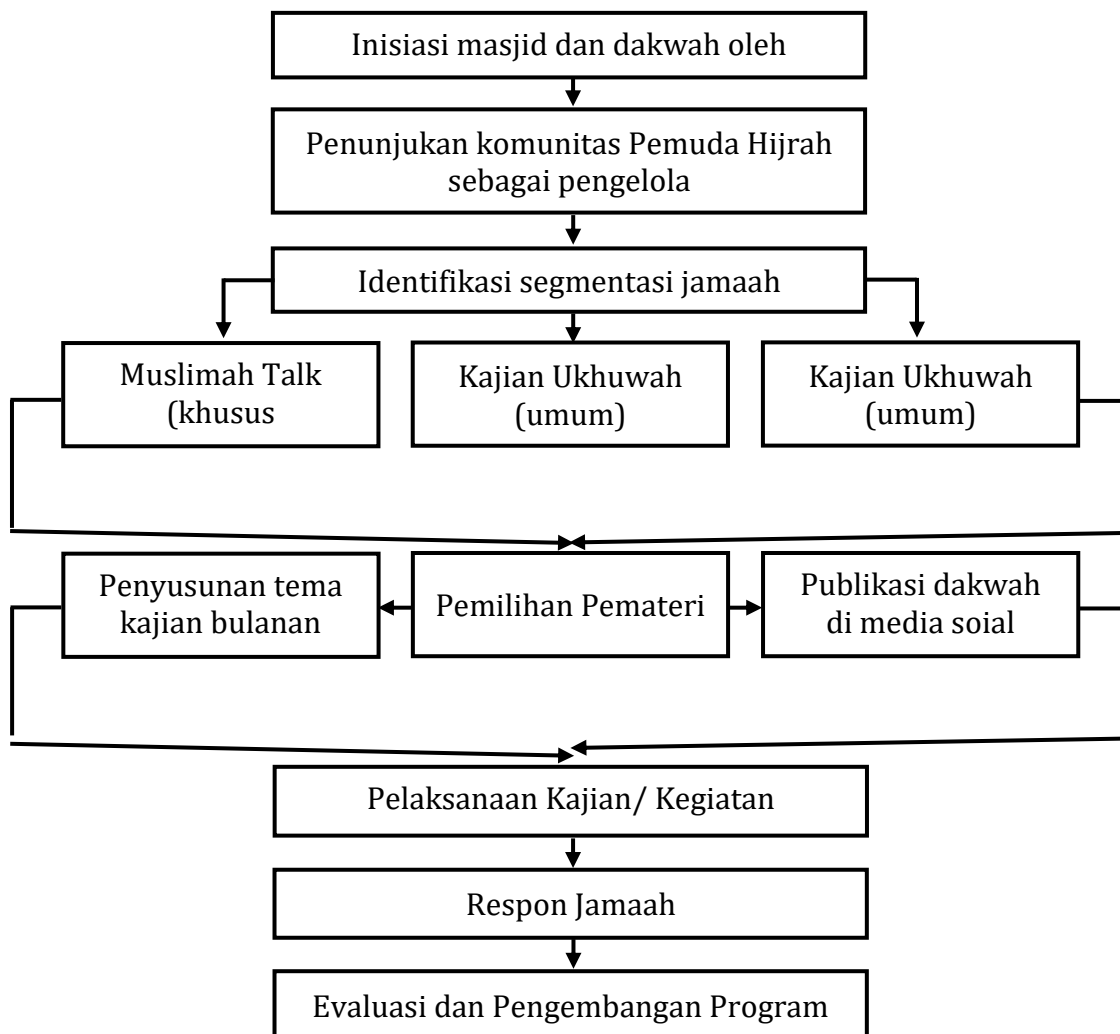
Informan juga ada yang menyatakan bahwa semangat untuk mengajak keluarga dan teman datang ke kajian menjadi kebiasaan baru. Kebiasaan baru tersebut menandakan bahwa strategi dakwah tidak hanya berdampak personal tetapi juga meluas ke ranah sosial dan keluarga. Strategi dakwah Masjid Rabi’ah Al ‘Adawiyah meskipun dinilai berhasil, pengurus tetap menghadapi beberapa kendala. Kendala tersebut di antaranya adalah keterbatasan waktu pengurus karena sebagian besar memiliki pekerjaan di luar, serta belum adanya sistem dokumentasi dan evaluasi kegiatan secara menyeluruh. Koordinasi internal juga menjadi tantangan tersendiri. Beberapa kegiatan juga masih berjalan tanpa sistem monitoring yang jelas. Evaluasi kegiatan sering dilakukan secara informal, dan belum dituangkan dalam laporan tertulis yang bisa menjadi dasar perbaikan ke depan. Peran kegiatan keagamaan berbasis majelis taklim dalam meningkatkan spiritualitas jamaah telah dibuktikan dalam berbagai penelitian. Pembinaan ibadah, keteladanan pemateri, serta pelaksanaan kegiatan keagamaan yang berkelanjutan berkontribusi terhadap peningkatan kesadaran beragama dan kualitas religiusitas jamaah dalam kehidupan sehari-hari.

Strategi dakwah di Masjid Rabi’ah Al ‘Adawiyah Ponorogo dibangun secara terencana dengan pendekatan segmentatif dan media digital yang kuat menjadikannya responsif terhadap kebutuhan spiritual generasi muda dan jamaah umum secara luas. Strategi dakwah yang diterapkan di Masjid Rabi’ah Al ‘Adawiyah Ponorogo menunjukkan kesesuaian yang kuat dengan pandangan M. Ali Aziz (2024) yang menyatakan bahwa strategi dakwah bukan hanya sebatas perencanaan, melainkan mencakup berbagai aktivitas yang dirancang secara spesifik untuk mencapai target dakwah (Aziz, 2024). Masjid Rabi’ah Al ‘Adawiyah dalam praktiknya tidak hanya menyusun program dakwah secara sistematis, tetapi juga secara sadar mempertimbangkan aspek audiens, metode penyampaian, serta media yang digunakan. Pemilihan tema kajian yang relevan dengan kebutuhan jamaah, penggunaan media sosial seperti *Instagram* dan *TikTok* untuk menjangkau kalangan muda, serta fleksibilitas dalam menyesuaikan format kegiatan dengan perkembangan zaman menjadi indikator kesadaran tersebut. Strategi yang diterapkan mencerminkan pendekatan dakwah yang adaptif, sesuai dengan karakteristik *mad’u*, serta responsif terhadap tantangan sosial dan teknologi sebagaimana ditegaskan dalam teori tersebut.

Temuan penelitian memperlihatkan bahwa strategi dakwah di Masjid Rabi’ah Al ‘Adawiyah dibangun atas dasar pendekatan segmentatif dan komunikatif. Segmentasi jamaah yang dilakukan seperti kajian Muslimah Talk untuk jamaah perempuan, kajian Ukhuwah untuk umum, kajian Sirah Nabawiyah, dan MRA Berkisah untuk anak-anak menunjukkan adanya pemetaan karakteristik *mad’u*. Pendekatan segmentatif dalam strategi dakwah Masjid Rabi’ah Al ‘Adawiyah sejalan dengan klasifikasi *mad’u* sebagaimana dikemukakan oleh M. Bahri Ghazali dalam Munir (2021) yang membagi objek dakwah ke dalam beberapa tipe (Amin, 2021). Penyesuaian program dakwah berdasarkan klasifikasi tersebut membantu agar pelaksanaan dakwah menjadi lebih efektif dan sesuai dengan karakter jamaah. Dakwah yang dilakukan tidak hanya berupa ceramah tetapi juga melibatkan diskusi dan partisipasi jamaah secara aktif. Strategi ini sejalan dengan prinsip dakwah *bi al-hikmah, al-mau’izhah al-hasanah, dan al-mujadalah* (Maulida et al., 2025). Pemateri kajian dalam praktiknya menggunakan metode interaktif, humoris, dan pendekatan visual.

Strategi yang diterapkan selain menunjukkan kesesuaian dengan teori strategi

dakwah menurut M. Ali Aziz, hasil wawancara dengan jamaah juga memperlihatkan bahwa strategi dakwah yang diterapkan menghasilkan dampak yang mencakup tiga aspek penting yaitu kognitif, afektif, dan perilaku (Aziz, 2024). Pernyataan jamaah menunjukkan bahwa kajian-kajian di Masjid Rabi'ah Al 'Adawiyah tidak hanya menambah wawasan keagamaan (efek kognitif), tetapi juga membangkitkan semangat beribadah dan meningkatkan kesadaran spiritual (efek afektif). Beberapa jamaah bahkan mengaku mengalami perubahan dalam kebiasaan, seperti lebih disiplin melaksanakan salat tepat waktu dan lebih aktif dalam kegiatan keislaman lainnya (efek *behavioral*). Temuan ini memperlihatkan bahwa strategi dakwah yang diterapkan memiliki pengaruh terhadap pengetahuan, sikap, dan perilaku jamaah.

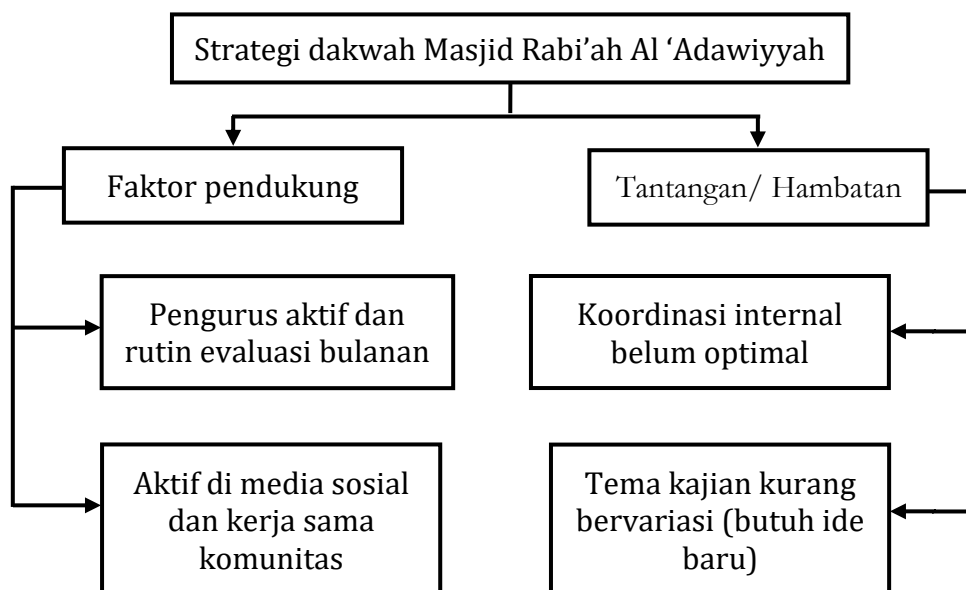


Gambar 2. Pola Strategi Dakwah Masjid Rabi'ah Al 'Adawiyah Ponorogo

Bahasa yang digunakan pemateri saat mengisi kajian bukan hanya formal tetapi bercampur dengan bahasa sehari-hari dan lokal (Indonesia, Jawa, bahkan sedikit Arab). Penggunaan bahasa tersebut secara psikologis menciptakan rasa aman dan diterima terutama bagi jamaah dari latar belakang pendidikan yang beragam. Masjid Rabi'ah Al 'Adawiyah memanfaatkan media sosial sebagai sarana dakwah yang mencerminkan strategi dakwah *bil qalam* dan *bil hal*, yaitu penyampaian pesan keagamaan melalui tulisan, desain visual, dan video pendek yang menarik (Enjang & Tajiri, 2009). Strategi

tersebut sejalan dengan hasil penelitian Kalia (2023) yang menunjukkan bahwa dakwah di era digital mampu meningkatkan pemahaman agama Islam khususnya jika disampaikan secara kreatif dan sesuai dengan kebutuhan generasi saat ini (Kalia, 2023).

Strategi dakwah yang dilakukan melalui komunitas dan pelibatan generasi muda juga sejalan dengan temuan Siti Khuzaemah dan Ahmad Zaini (2022) yang menyatakan bahwa strategi dakwah berbasis komunitas dan pelatihan generasi muda mampu membentuk karakter keagamaan yang lebih kuat dan berkelanjutan (Khuzaemah & Zaini, 2022). Pengelolaan dakwah oleh komunitas pemuda di Masjid Rabi'ah Al 'Adawiyyah terbukti mampu menyesuaikan diri dengan kebutuhan jamaah dan mudah diterima oleh berbagai kalangan. Hasil observasi dan wawancara peneliti juga menunjukkan bahwa pemilihan metode yang interaktif, humoris, dan visual oleh pemateri berdampak positif pada motivasi beribadah jamaah. Temuan Maskur dan Ula Masyrifatul Karimah (2024) memperkuat argumen tersebut dengan menyatakan bahwa metode dakwah *bil hikmah* dan *bil mau'izhah hasanah* secara konsisten mampu meningkatkan semangat beribadah jamaah di lingkungannya (Karimah et al., n.d., 2024). Temuan tersebut juga memperluas pemahaman terhadap pendapat yang dikemukakan oleh Rahmawati et al., (2024) di mana dakwah harus memperhatikan kondisi sosial, budaya, dan kebutuhan psikologis mad'u (Rahmawati et al., 2024). Strategi dakwah di Masjid Rabi'ah Al 'Adawiyyah tidak hanya berfokus pada penyampaian ilmu agama, tetapi juga menciptakan suasana yang menyenangkan dan terbuka serta mendorong jamaah untuk berkembang secara spiritual dan dalam hubungan sosialnya.

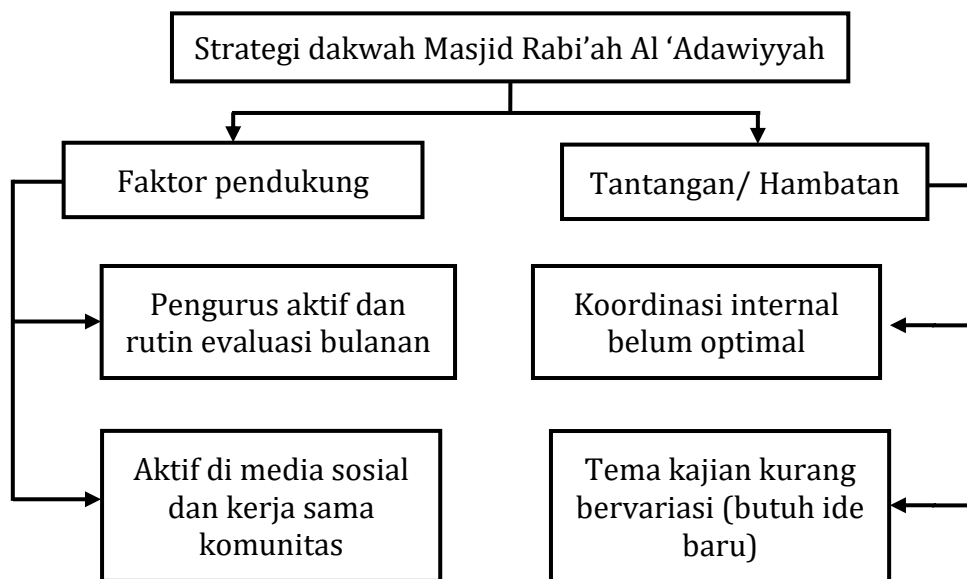


Gambar 3. Pola Faktor Pendukung dan Penghambat Penerapan Strategi Dakwah di Masjid Rabi'ah Al 'Adawiyyah

Perencanaan yang matang, koordinasi yang baik antar pengurus, serta keaktifan dalam menyusun tema dan bentuk kegiatan di Masjid Rabi'ah Al 'Adawiyyah sejalan dengan temuan Efendi (2024) dalam penelitiannya yang menekankan bahwa efektivitas dakwah di masjid sangat dipengaruhi oleh perencanaan program yang jelas, penguatan struktur organisasi, dan peningkatan kualitas sumber daya manusia (Efendi, 2024). Implikasi dari temuan tersebut menunjukkan bahwa dakwah berbasis komunitas

pemuda dapat menjadi model alternatif pengembangan masjid yang inklusif dan progresif. Transformasi spiritual jamaah Masjid Rabi'ah Al 'Adawiyyah tidak dapat dilepaskan dari strategi dakwah yang berorientasi pada komunitas. Pendekatan yang dilakukan tidak hanya menjadikan masjid sebagai pusat penyampaian ilmu keislaman, tetapi juga sebagai ruang pembentukan nilai dan perubahan perilaku secara kolektif. Kajian tematik yang interaktif, pelibatan generasi muda sebagai penggerak kegiatan, serta respon terbuka terhadap aspirasi jamaah, menjadikan Masjid Rabi'ah Al 'Adawiyyah menunjukkan wajah dakwah yang bersifat kolaboratif dan kontekstual. Pendekatan tersebut sejalan dengan temuan Khuzaemah & Zaini (2022) bahwa strategi dakwah yang berbasis komunitas mampu membentuk karakter keagamaan yang kuat dan berkelanjutan (Khuzaemah & Zaini, 2022).

Strategi dakwah Masjid Rabi'ah Al 'Adawiyyah mencerminkan prinsip dakwah *bil hal* sebagaimana dijelaskan oleh M. Ali Aziz (2024) yaitu dakwah yang tidak hanya melalui ucapan, tetapi melalui keteladanan dan aksi nyata yang dirasakan manfaatnya oleh jamaah (Prof. Dr. Moh. Ali Aziz, 2024). Pemanfaatan media sosial yang kreatif, transparansi keuangan, serta sistem evaluasi informal melalui respons jamaah memperlihatkan bahwa pengurus telah menjalankan dakwah secara menyeluruh. Strategi dakwah yang memperhatikan aspek sosial dan psikologis mad'u terbukti lebih efektif dalam membangun kesadaran beragama yang mendalam dan berkelanjutan. (Rahmawati et al., 2024)



Gambar 3. Pola Faktor Pendukung dan Penghambat Penerapan Strategi Dakwah di Masjid Rabi'ah Al 'Adawiyyah

Strategi dakwah yang dijalankan di Masjid Rabi'ah Al 'Adawiyyah Ponorogo dengan demikian bukan sekadar kegiatan keagamaan biasa, melainkan sebuah model dakwah yang holistik dan berorientasi jangka panjang. Model tersebut layak dijadikan rujukan bagi masjid-masjid lain yang ingin mengembangkan pendekatan dakwah yang adaptif, inklusif, dan berkelanjutan.

KESIMPULAN

Bahwa strategi dakwah yang diterapkan di Masjid Rabi'ah Al 'Adawiyyah

Ponorogo memiliki karakter khas yang menjadikannya relevan dengan kebutuhan jamaah masa kini. Strategi tersebut dirancang melalui pendekatan segmentatif, kontekstual, partisipatif, dan komunikatif, yang seluruhnya bertumpu pada prinsip dakwah yang kontekstual dan menjangkau berbagai lapisan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, N. (2016). Problematika Dakwahtainment Di Media Dakwah. *At-Tabsyir: Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam*, 4(2), 229–250. <https://doi.org/10.21043/At-Tabsyir.V5i2.3375>
- Amin, S. M. (2021). *Ilmu Dakwah*. Amzah.
- Aziz, M. A. (2024). *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*. Prenada Media.
- Bastomi, H. (2018). Keteladanan Sebagai Dakwah Kontemporer Dalam Menyongsong Masyarakat Modern. *Komunika: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 11(1), 1–19. <https://doi.org/10.24090/Kom.V11i1.1275>
- Castrawijaya, C. (2019). Manajemen Masjid Profesional Di Era Digital. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Nomor 1). http://sciteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/red2017-eng-8ene.pdf?sequence=12&isallowed=y%0ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_Sistem_Pembetulan_Terpusat_Strategi_Melestari
- Daryanto, D., & Ernawati, F. (2024). Integrasi Moral Dan Etika Dalam Pendidikan Agama Islam. *Dinamika: Jurnal Kajian Pendidikan Dan Keislaman*, 9(1), 15–31.
- Efendi, M. A. (2024). *Manajemen Dakwah Masjid Al-Iman Kabupaten Padang Lawas*. 5(1), 21–34.
- Enjang, A. S., & Tajiri, H. (2009). *Etika Dakwah*. Widya Padjadjaran.
- Fauzi, D., & Muhyani, M. (2019). Dakwah Berbasis Masjid: Studi Kasus Masjid Jogokariyan Yogyakarta. *Komunika: Journal Of Communication Science And Islamic Dakwah*, 3(2), 163. <https://doi.org/10.32832/Komunika.V3i2.4988>
- Hermawan, M. A. (2024). Strategi Dakwah Ustadz Onang Subarkah Dalam Meningkatkan Motivasi Semangat Ibadah Remaja Masjid Kampung Bukit Aman. *Jurnal Pelita Nusantara*, 2(1), 24–33. <https://doi.org/10.59996/Jurnalpelitanusantara.V2i1.517>
- Huberman, A. (2014). *Qualitative Data Analysis A Methods Sourcebook*.
- Jateng, P. (2024). *Hebat! Masjid Al Jihad Banjarmasin Raih Penghargaan Masjid Percontohan Nasional*. Pwm Jateng.
- Kalia, F. (2023). Strategi Dakwah Di Era Digital Dalam Meningkatkan Pemahaman Agama Islam. *Liwaul Dakwah: Jurnal Kajian Dakwah Dan Masyarakat Islam*, 13(1), 35–55. <https://doi.org/10.47766/Liwauldakwah.V13i1.2433>
- Karimah, U. M., Kh, U., Syafaat, M., & Banyuwangi, B. (N.D.). *Kebondalem*.
- Khuzaemah, S., & Zaini, A. (2022). Strategi Dakwah Takmir Masjid Raya Al-Falah Sragen Dalam Membina Generasi Muda. *Meyarsa: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Dakwah*, 3(1), 52–61.
- Lestari, C. P., Kurnianto, R., Syam, A. R., & Arifin, S. (2024). *Religious Educational Patterns Of The Millennial Generation Through Ngopi Senja Activities Chika*. 18(2).
- Mahagiyani, & Sugiono. (2024). *Buku Ajar Buku Ajar Penelitian*.
- Mamik, D. (2015). *Metodologi Kualitatif*. Zifatama Jawara.
- Maulida, S., Latavia, Z., Maharani, S., & Rasya, A. (2025). Tujuan Dan Prinsip-Prinsip Ilmu Dakwah Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Psikologi Dinamika*, 9(1).

- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Pbnu, L. D. (2023). *Empat Strategi Dakwah Di Era Digital Menurut Lembaga Dakwah Pbnu*. Nu Online. <https://www.nu.or.id/nasional/empat-strategi-dakwah-di-era-digital-menurut-lembaga-dakwah-pbnu-tltj4>
- Prof. Dr. Moh. Ali Aziz, M. A. (2024). *Ilmu Dakwah Edisi Revisi*. Prenada Media. <https://books.google.co.id/books?id=75gfeqaaqbaj>
- Rahmawati, Y., Hariyati, F., Abdullah, A. Z., & Nurmiarani, M. (2024). Gaya Komunikasi Dakwah Era Digital: Kajian Literatur. *Concept: Journal Of Social Humanities And Education*, 3(1), 266–279. <https://doi.org/10.55606/Concept.V3i1.1081>
- Sugiyono. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*.