

## KOMUNIKASI EKSTERNAL BADAN KEMAKMURAN MASJID

**Suroto**

Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Teungku Dirundeng Meulaboh  
suroto@staindirundeng.ac.id

### Abstrak

Komunikasi adalah suatu proses ketika seseorang atau beberapa orang, kelompok, organisasi, dan masyarakat menciptakan, dan menggunakan informasi agar terhubung dengan lingkungan dan orang lain. Badan Kemakmuran Masjid perlu komunikasi yang baik, salah satunya adalah komunikasi eksternal. Komunikasi eksternal adalah komunikasi yang dilakukan oleh pihak organisasi / perusahaan melalui kesepakatan manajemen untuk melakukan kegiatan komunikasi dengan pihak luar atau publik yang berada diluar organisasi yang tentunya menjadi perhatian. Dalam memakmurkan masjid dibutuhkan strategi komunikasi untuk menghidupkan program kegiatan di masjid, kemudian juga untuk mempengaruhi jama'ah tertarik untuk datang ke masjid. Sehingga, masjidpun menjadi makmur.

Badan kemakmuran masjid dapat melakukan komunikasi eksteral melalui majalah, Media release, pidato, brosur, poster, konferensi pers, bakti sosial dan pameran.

**Kata kunci:** Komunikasi Eksternal, Badan Kemakmuran Masjid

### Abstract

*Communication is a process when a person or several people, groups, organizations, and society create and use information to connect with the environment and other people. The Mosque Prosperity Board needs good communication, one of which is external communication. External communication is communication made by the organization / company through a management agreement to carry out communication activities with outside parties or the public outside the organization which is of course a concern. In prospering the mosque, a communication strategy is needed to revive the activity program at the mosque, then also to influence congregation to be interested in coming to the mosque. Thus, the mosque became prosperous. The mosque's welfare agency can conduct external communication through magazines, media releases, speeches, brochures, posters, press conferences, social services and exhibitions.*

**Keywords:** External Communications, Mosque Prosperity Agency

## PENDAHULUAN

Badan Kemakmuran Masjid (BKM), merupakan organisasi yang dikelola oleh jemaah muslim dalam melangsungkan aktivitas di masjid. Setiap masjid yang terkelola dengan baik memiliki BKM dengan strukturnya masing-

masing. Secara umum, pembagian kerjanya terbagi menjadi tiga yaitu Bidang <Idarah (administrasi manajemen masjid), Bidang <Imarah (aktivitas memakmurkan masjid) dan Bidang Ri>yah (pemeliharaan fisik masjid).

Pengurus masjid adalah sekumpulan

orang internal masjid yang sepenuhnya bertanggung jawab dalam mengelola masjid dan memiliki peranan yang sangat penting dalam memakmurkan masjid. Oleh karena itu, kegiatan di masjid tidak akan berjalan apabila tidak ada pengurus masjid, sebab hidup dan ramainya masjid ditentukan oleh para pengurus masjid. Dalam menjalankan segala bentuk aktivitas kegiatan di masjid tentu para takmir atau pengurus masjid memiliki strategi yang baik atau perencanaan yang tepat supaya program kegiatan di masjid berjalan dengan baik dan efektif.

Di era globalisasi ini, dalam memakmurkan masjid dibutuhkan kreasi yang brilliant supaya masjid lebih disenangi dan diminati oleh jama'ah untuk datang ke masjid dan betah berlama-lama untuk melakukan aktivitas di masjid, sehingga masjidpun menjadi makmur. Dengan demikian, maka diperlukan sekali komunikasi yang baik dan tepat sebagai strategi pengurus masjid untuk mempengaruhi jama'ah agar tertarik untuk datang meramaikan kegiatan di masjid. Memakmurkan masjid adalah mengisi masjid dengan kegiatan ibadah, keagamaan, pendidikan, sosial, dan memperindah masjid, serta menambah fasilitas masjid agar ibadah jadi lebih nyaman.

Masjid sebagai salah satu pusat pembinaan dan pengembangan masyarakat Islam menempati peranan penting dalam proses perubahan sosial, terutama dalam membangun aspek rohani.<sup>1</sup>

Di dalam upaya pembinaan pembangunan, kemakmuran dan pemeliharaan

---

<sup>1</sup> Syahidin, *Pemberdayaan Umat Berbasis Masjid*, (Bandung: Alfabeta, 2003), h. 30

yang lebih efektif dan efisien, diperlukan adanya pengurus yang mampu mengelola kegiatan kemasjidan secara menyeluruh dan bertanggung jawab. Pengurus dimaksud ditemukan hampir di setiap masjid, berbentuk badan yang bernama Badan Kemakmuran Masjid "BKM".

Menurut M. Quraish Shihab, masjid pada masa silam mampu berperan sedemikian luas, hal ini salah satunya disebabkan kemampuan pembina-pembina masjid menghubungkan kondisi social dan kebutuhan masyarakat dengan uraian dan kegiatan masjid.<sup>2</sup> Dengan demikian masjid mampu menunjukkan kiprahnya dalam membina dan mempersatukan umat.

Mengelola masjid pada zaman sekarang ini memerlukan ilmu dan keterampilan manajemen. Pengurus masjid harus mampu menyesuaikan diri dengan riak perkembangan zaman. Metode, perencanaan, strategi, dan model evaluasi yang dipergunakan merupakan alat bantu yang juga diperlukan dalam manajemen modern. Tidak ada alasan untuk mengelak. Sebab, bukan saatnya lagi kini pengurus mengandalkan system pengelolaan tradisional yang tanpa kejelasan perencanaan, tanpa pembagian tugas, tanpa laporan pertanggung jawaban keuangan, dan sebagainya.<sup>3</sup> Semua ini dilaksanakan oleh Badan Kemakmuran Masjid (BKM).

Semangat membangun masjid secara fisik masih belum diikuti dengan semangat untuk memakmurkannya, karena itu strategi pengelolaan masjid merupakan suatu hal yang perlu mendapatkan perhatian secara terus

---

<sup>2</sup> M. Quraish Shihab, *Wawasan al-Qur'an*, (Bandung: Mizan Pustaka, 2007), h. 462.

<sup>3</sup> M. Quraish Shihab, *Wawasan....*, h. 29.

menerus baik oleh pengelola maupun jama'ah sehingga kehadiran masjid dapat dirasakan manfaatnya secara signifikan oleh jama'ah terlebih lagi dalam menyahuti perkembangan masyarakat yang senantiasa dinamis dan kompleks.<sup>4</sup>

Agar tugas-tugas kemasjidan berjalan dengan baik, serta amanah dan bertanggung jawab, maka disusun Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga yang secara langsung akan menjadi pijakan dan landasan hukum bagi pengurus Badan Kemakmuran Masjid (BKM) dalam melaksanakan tugas-tugas kemasjidan secara menyeluruh, termasuk pelayanan dan kesejahteraan. Dengan segala upaya dan harapan, kiranya Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga ini dapat dilaksanakan dengan amanah dan konsisten.<sup>5</sup>

Dalam memakmurkan masjid pengurus masjid harus pandai dalam berkomunikasi, baik itu komunikasi dengan para pengurus maupun kepada para jama'ah. Sebab, jika kepengurusan masjid tidak dapat berkomunikasi dengan baik maka program kegiatan yang ada masjid tidak akan berjalan dengan baik dan tidak teratur. selanjutnya apabila pengurus masjid tidak dapat berkomunikasi dengan baik pada para jama'ah maka masjidpun tidak akan ramai oleh jama'ahnya. Oleh karena itu Badan Kemakmuran Masjid (BKM) perlu komunikasi yang baik, salah satunya adalah komunikasi eksternal.

## PEMBAHASAN

4 Syahidin, *Pemberdayaan Umat Berbasis Masjid*, (Bandung: Alfabeta, 2003), h. 30.

5 Ahmad Yani, *Panduan Memakmurkan Masjid*, (Jakarta: Al Qalam, 2009), h. 25.

### 1. Komunikasi

Komunikasi merupakan unsur utama dalam setiap organisasi. Tanpa komunikasi yang efektif baik secara verbal maupun nonverbal tidak akan terjadi hubungan dan kerjasama yang saling pengertian, sehingga tujuan organisasi pun tidak akan tercapai. Komunikasi itu sendiri merupakan suatu proses penyampaian informasi atau warta yang mengandung macam-macam keterangan dari seseorang kepada orang lain .

Dalam komunikasi terjadi penyalinan informasi secara cermat mengenai gagasan seseorang kedalam pikiran orang lain sehingga tercapai pengertian yang diperlukan atau menimbulkan tindakan yang diharapkan.

Dalam setiap organisasi, komunikasi memegang peranan yang sangat penting. Komunikasi merupakan unsur pertama dalam berbisnis. Murphy dan Peck dalam menyoroti masalah komunikasi, menegaskan bahwa “komunikasi merupakan darah sebagai suatu sumber kehidupan bagi setiap organisasi dan merupakan suatu kunci sukses dalam karir bisnis dan kehidupan pribadi.”. Lebih tegas dikatakan bahwa komunikasi itu sangat penting, sehingga apabila tidak ada komunikasi maka organisasi itu tidak akan berfungsi.<sup>6</sup>

Komunikasi mengandung makna bersama-sama (*common*). Istilah komunikasi atau *communication* berasal dari bahasa Latin, yaitu *communication* yang berarti pemberitahuan atau pertukaran. Kata sifatnya *communis*, yang bermakna umum atau bersama-sama.

Para ahli mendefinisikan komunikasi

6 Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeth, 2011), h. 190.

menurut sudut pandang mereka masing-masing. Ingat bahwa sejarah ilmu komunikasi, ia dikembangkan dari ilmuan yang berasal dari berbagai disiplin ilmu.

Sarah Trenholm dan Athur Jensen (1996:4) mendefinisikan komunikasi demikian: *“A process by which a source transmits a message to a receiver through some channel.”* (Komunikasi adalah suatu proses di mana sumber mentransmisikan pesan kepada penerima melalui beragam saluran.)

Everett M. Rogers dan Lawrence Kincaid (1981:18) menyatakan bahwa komunikasi adalah suatu proses di mana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi antara satu sama lain, yang pada gilirannya terjadi saling pengertian yang mendalam.

Menurut Bernard Berrelson Dan Gary A. Steiner (1964:527) mendefinisikan komunikasi adalah transmisi informasi, gagasan, emosi, keterampilan dan sebagainya. Tindakan atau proses transmisi itulah yang biasanya disebut komunikasi.

Definisi-definisi sebagaimana dikemukakan di atas, tentu belum mewakili semua definisi yang telah dibuat oleh para ahli. Namun, paling tidak kita telah memperoleh gambaran tentang apa yang dimaksud komunikasi, sebagaimana yang diungkapkan oleh Shannon dan Weaver (1949), bahwa komunikasi adalah bentuk interaksi manusia yang saling mempengaruhi satu sama lain, sengaja atau tidak disengaja dan tidak terbatas pada bentuk komunikasi verbal, tetapi juga

dalam hal ekspresi muka, lukisan, seni dan teknologi.<sup>7</sup>

## 2. Komunikasi Eksternal Badan Kemakmuran Masjid

Komunikasi eksternal dalam suatu organisasi merupakan kegiatan komunikasi antara organisasi dengan khalayak yang statusnya di luar lingkup organisasi. Komunikasi eksternal diperlukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh organisasi bagi lingkungan sekitar.

Dengan begitu, organisasi dapat mengevaluasi kinerjanya dan melihat bagaimana penilaian khalayak terhadap keberadaan organisasi tersebut. Karena pada dasarnya, organisasi dibentuk agar dapat memberikan manfaat dan kontribusi kepada lingkungan. Dan dengan memerhatikan pendapat khalayak, mereka akan merasa memiliki keterlibatan dan akan tercipta hubungan timbal balik antara organisasi dengan khalayak.

Selain sebagai hubungan timbal balik, peran komunikasi dalam organisasi yaitu untuk mengendalikan dan memantau organisasi agar tetap berada sesuai jalur dan tujuan awal.

Komunikasi eksternal ini bisa terwujud dalam berbagai bentuk, diantaranya adalah:

1. Komunikasi antara kantor (manajemen) dengan konsumen (customer), pelanggan atau pengguna jasa, bertujuan untuk:
  - a. Mengetahui tanggapan konsumen terhadap kualitas layanan dari organisasi.
  - b. Mengetahui harapan konsumen atau pengguna jasa terhadap produk atau jasa.

---

<sup>7</sup> Wiryanto, *Pengantar Ilmu Komunisasi*, (Jakarta: Grasindo, 2004), h. 5.

- c. Pemberitahuan adanya produk baru.
  - d. Pemberitahuan adanya perubahan tarif.
  - e. Mempertahankan dan meningkatkan jumlah konsumen.
  - f. Menampung kritik atau harapan dari pelanggan.
2. Komunikasi antara kantor dengan pemegang saham, bertujuan untuk:
    - a. Menggali informasi dan saran-saran dari pemegang saham.
    - b. Mengirimkan laporan (neraca keuangan)
    - c. Mendapatkan umpan balik untuk kemajuan kantor. Pemberitahuan pelaksanaan rapat pemegang saham.
  3. Komunikasi antara kantor dengan masyarakat umum, bertujuan untuk menjalin hubungan yang harmonis dengan masyarakat (khususnya masyarakat sekitar) sehingga dengan komunikasi ini diharapkan dapat menekan kemungkinan timbulnya konflik dengan lingkungan masyarakat. Proses komunikasi dengan masyarakat umum (terutama masyarakat sekitar kantor/ organisasi/perusahaan) dapat dilakukan dengan berbagai cara, antara lain:
    - a. Mengadakan anjingsana.
    - b. Mengundang masyarakat dalam acara tertentu.
    - c. Ikut berpartisipasi atau memberikan bantuan dalam kegiatan masyarakat.
    - d. Menyelenggarakan pasar murah untuk masyarakat sekitar
    - e. Menyelenggarakan pameran.
    - f. Menyelenggarakan acara kesenian atau panggung terbuka.
    - g. Menyalurkan beasiswa.
    - h. Memberikan sponsorship.
  4. Komunikasi antara kantor dengan pemerintah, bertujuan untuk menjalin hubungan baik dengan pemerintah. Bentuk-bentuk komunikasi antara organisasi dengan pemerintah, misalnya:
    - a. Pengurusan izin atau lisensi usaha.
    - b. Pembayaran pajak.
    - c. Permohonan bantuan administrative.
    - d. Permohonan dukungan legalitas.
  5. Komunikasi antara kantor dengan pers atau media, bertujuan untuk menjalin kerjasama dan memanfaatkan media pers sebagai sarana penyebaran informasi maupun sarana promosi. Komunikasi dengan pers dapat dilaksanakan dengan cara:
    - a. Mengadakan konferensi pers.
    - b. Menerbitkan keterangan pers (press release).
    - c. Pemasangan iklan.
    - d. Tindak public melalui pikiran pembaca.

Dalam melakukan komunikasi eksternal ini, organisasi berusaha memberikan informasi-informasi yang sekiranya dibutuhkan oleh pihak-pihak luar mengenai organisasi yang bersangkutan.

Pemberian informasi kepada publik ini banyak sekali tujuannya, diantaranya ialah untuk merubah sikap (persepsi) publik terhadap organisasi, misalnya untuk menambah kepercayaan orang atau kesan baik orang lain terhadap organisasi tersebut dengan meningkatnya kepercayaan publik, maka daya saing organisasi pun bisa lebih meningkat lagi.<sup>8</sup>

Berikut komunikasi eksternal yang dapat dilakukan oleh badan kemakmuran

---

<sup>8</sup> Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2005), h. 198-199.

masjid:

### 1. Majalah

Majalah merupakan salah satu media cetak yang dapat memuat tulisan maupun gambar. Dalam suatu organisasi, peran media massa ini yaitu untuk mempromosikan organisasi kepada khalayak sehingga mereka lebih mengenal organisasi tersebut.

Kolom-kolom majalah dapat diisi dengan rubrik yang bermacam-macam, misalnya visi-misi organisasi, rencana kegiatan organisasi, dan pencapaian organisasi.

Ada beberapa kelebihan majalah sebagai komunikasi eksternal suatu organisasi, yaitu lebih menarik, tahan lama, dan isinya bisa dibuat lebih detail dan lengkap. Namun kekurangannya, organisasi harus memiliki dana yang cukup untuk mencetak majalah secara berkala.

### 2. Press release/Media release

*Press release* dapat dimuat dalam majalah, namun majalah tidak selalu memuat *press release*. *Press release* adalah berita terbaru yang disampaikan suatu organisasi kepada khalayak. *Press release* dapat dipublikasikan dalam televisi, radio, media cetak, maupun media online.

Selain berita terbaru, *press release* dapat pula berisi informasi tentang organisasi yang belum banyak diketahui oleh khalayak. Biasanya *press release* hanya berfokus pada satu berita penting, sehingga berita dalam *press release* lebih mudah diingat oleh khalayak.

Contoh berita yang dapat disampaikan melalui *press release* adalah berita pencapaian organisasi, kegiatan terkini, dan lain sebagainya.

### 3. Pidato

Pidato merupakan komunikasi satu arah yang dilakukan secara langsung atau tatap muka. Dengan berpidato, khalayak akan merasa lebih dekat dengan tokoh dalam organisasi.

Selain itu, pidato dapat memberikan kesan yang positif apabila pidato dilakukan dengan baik. Biasanya pidato ini disampaikan oleh ketua atau wakil dalam organisasi. Fungsinya yaitu untuk memberikan gambaran keseluruhan mengenai suatu organisasi ataupun suatu kegiatan dalam organisasi.

Seseorang yang berpidato atas nama organisasi diharapkan adalah seseorang yang memiliki teknik komunikasi efektif dan efisien, serta dapat mengeluarkan gagasannya dengan jelas dan lugas. Sehingga, pidato ini tidak hanya berfungsi untuk menginformasikan sesuatu, melainkan juga menanamkan pemahaman baru yang positif kepada khalayak.

### 4. Brosur

Brosur merupakan media komunikasi modern yang sifatnya sederhana dan jelas tujuannya. Isi dari brosur biasanya langsung menjurus ke satu masalah, sehingga khalayak dapat memahami isi secara umum dalam sekali baca. Brosur ini biasanya dibagikan di tempat-tempat umum yang dapat menjangkau masyarakat banyak.

Misalkan di sekolah-sekolah atau di perkumpulan masyarakat. Tujuan dari brosur yaitu untuk memperkenalkan suatu organisasi maupun untuk menginformasikan hal penting yang berkaitan dengan organisasi.

### 5. Poster

Agar poster memberikan hasil yang maksimal, maka dibutuhkan kemampuan untuk



membuat poster yang menarik dan mampu mengundang khalayak untuk memahami maksud dan isi dari poster tersebut.

Poster adalah media komunikasi yang berisi gambar, sehingga dalam pembuatannya perlu keahlian dan kepekaan dalam memprediksi selera masyarakat. Apabila poster tidak dapat menarik perhatian, maka pesan tidak akan sampai kepada masyarakat.

Walaupun hanya berupa gambar dan mungkin sedikit tulisan, diharapkan poster memuat semua pesan yang ingin disampaikan. Jangan ada terlalu banyak tulisan karena poster biasanya dipasang di jalan-jalan, sehingga masyarakat akan kesulitan untuk membaca apabila kuantitas tulisan terlalu banyak. Berikanlah sepatah dua patah kata untuk menegaskan maksud dari gambar.

#### 6. Konferensi pers

Secara umum, konferensi pers adalah acara dimana nara sumber mengundang wartawan untuk mengumumkan sesuatu hal yang penting. Tujuan dari konferensi pers adalah untuk memberikan kepastian mengenai sesuatu hal agar menjadi jelas bagi semua orang.

Biasanya konferensi pers dimulai dengan pernyataan dari nara sumber dan kemudian dilanjutkan dengan sesi tanya jawab. Organisasi dapat menggunakan konferensi pers untuk mempromosikan produk terbarunya. Konferensi pers dapat bermanfaat bagi kedua belah pihak, baik nara sumber maupun wartawan. Narasumber mendapatkan publikasi media dan wartawan mendapatkan berita.

#### 7. Bakti sosial

Selain untuk meningkatkan rasa

kepedulian, bakti sosial juga dapat mendekatkan kita dengan masyarakat sekitar. Dalam organisasi tertentu yang banyak melibatkan masyarakat, perlu untuk sesekali ikut aktif dalam kegiatan bakti sosial untuk merapatkan kekerabatan antara masyarakat dengan anggota organisasi.

Dengan begitu, masyarakat dapat merasakan kehadiran sebuah organisasi. Namun perlu diingat untuk selalu memerhatikan etika komunikasi organisasi, jangan mempromosikan organisasi dengan cara berlebihan, karena tujuan bakti utama sosial adalah untuk meningkatkan hubungan sosial dengan masyarakat.

#### 8. Pameran

Pameran adalah kegiatan untuk menyampaikan suatu ide atau gagasan melalui karya seni. Dengan pameran diharapkan bahwa ide tersebut dapat dilihat oleh masyarakat dan diapresiasi. Biasanya pameran dilakukan di tempat yang mudah dijangkau oleh masyarakat sehingga banyak pengunjung yang akan datang.<sup>9</sup>

Komunikasi eksternal dalam suatu organisasi atau badan merupakan kegiatan komunikasi antara organisasi atau badan dengan khalayak yang statusnya di luar lingkup organisasi. Selain sebagai hubungan timbal balik, peran komunikasi eksternal dalam organisasi yaitu untuk mengendalikan dan memantau organisasi agar tetap berada sesuai jalur dan tujuan awal.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Arni Muhammad. (2005). *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.  
 Buchari Alma. (2011). *Manajemen Pemasaran*

<sup>9</sup> Irene Silviana, *Komunikasi...*, h. 141.

- dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeth.
- Evi Novianti. (2019). *Teori Kumunikasi Umum dan Aplikasinya*. Yogyakarta: Andi.
- Irene Silviana. (2019). *Komunikasi Organisasi*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Lexy J. Moeleong. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- M. Anang Firmansyah. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Jawa Timur: Qiara Media.
- M. Quraish Shihab. (2007). *Wawasan al-Qur'an*. Bandung: Mizan Pustaka.
- Saifudin Azwar. (1998). *Metode Penelitian, Cetakan Pertama*. Yogyakarta: Pusaka Pelajar.
- Suharsimi Arikunto. (1991). *Metode Penelitian: Suatu Pendekatan dan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sutrisno Hadi. (2001). *Metodologi Research*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Syahidin. (2003). *Pemberdayaan Umat Berbasis Masjid*. Bandung: Alfabeta.
- Wiryanto. (2004). *Pengantar Ilmu Komunisak*. Jakarta: Grasindo.