

Strategi Perencanaan Dakwah Masyarakat Urban di Masjid Al Hamidiyah Surabaya

Fat'hiyah Khasanah Ar'rahmah
IAI Sunan Kalijogo Malang
fathiyahhasanah@gmail.com

Diarcy Alifiyori
Al Azhar University
diarcyalif@gmail.com

ABSTRACT

The Da'wah planning strategies in urban communities at the Al Hamidiyah Mosque in Surabaya are the focus of this study. The aim of this study is to describe, outline, and analyze the strategy for planning da'wah in urban communities at the Al Hamidiyah Mosque in Surabaya. Meanwhile, the method used is qualitative research using a descriptive approach. Data collection techniques used were observation, interviews, and documentation. The data that has been collected is analyzed, categorized, and synchronized to produce a systematic, solid, and comprehensive study. The findings in the research on the dakwah communication planning strategy of the Al Hamidiyah Mosque in Surabaya were: selecting Da'i who came from outside the mosque and area; using a light and rational design of the message of da'wah; using face-to-face media; and focusing mad'u on urban society, which is a society where the majority are local immigrants.

Keywords: strategy; da'wah planning; urban society.

ABSTRAK

Kajian dalam penelitian ini adalah tentang strategi perencanaan dakwah pada masyarakat urban di Masjid Al Hamidiyah Surabaya. Tujuan dari study ini adalah untuk mendeskripsikan, menguraikan, dan menganalisis strategi perencanaan dakwah pada masyarakat urban di Masjid Al Hamidiyah Surabaya. Sedangkan metode yang digunakan adalah penelitian kualitatif melalui pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data yang dipakai melalui observasi, wawancara serta dokumentasi. Data-data yang telah dihimpun lalu dianalisis, dikategorikan, dan disinkronisasi sehingga menghasilkan sebuah kajian yang sistematis, solid, dan menyeluruh. Hasil temuan dalam penelitian strategi perencanaan komunikasi dakwah Masjid Al Hamidiyah Surabaya adalah melalui memilih Da'i yang berasal dari luar masjid, menggunakan rancangan pesan dakwah yang ringan dan rasional, memakai media tatap muka, dan dalam menentukan segmen mad'u/audiennya adalah berfokus pada masyarakat urban yaitu masyarakat yang mayoritas merupakan pendatang lokal.

Kata kunci : strategi; perencanaan dakwah; masyarakat urban.

Pendahuluan

Sepanjang sejarah Islam, masjid dikenal sebagai pusat kegiatan keagamaan, di masa lampau masjid dalam aktivitas manusia mempunyai berbagai macam fungsi, hal ini sesuai dengan yang Rasulullah lakukan ketika mengambil langkah pertama dalam kehidupan dakwahnya di Madinah dengan membangun Masjid Nabawi. Berpijak dari titik tersebut Rasulullah mulai menyebarkan agama Islam di seluruh penjuru alam. Selain sebagai tempat beribadah, Rasulullah menggunakan masjid sebagai sarana berkumpulnya umat Islam, seperti dalam kegiatan sosial-kemasyarakatan, pendidikan

hingga politik. Ditilik dari berbagai fungsi tersebut, membuktikan bahwa eksistensi masjid merupakan pranata kehidupan dalam beragama di mana masjid menjadi pusat segala aktivitas umat Islam (Anam & Iskandar, 2019 : 67).

Tersebarunya Islam di Indonesia tidak luput dari wujud eksistensi masjid yang melatarbelakangi penyebaran agama Islam, seperti yang dilakukan para Walisongo ketika menyampaikan Islam di tanah Jawa. Dari penyebaran Islam yang begitu besar, ditemukan kesenjangan dan pergeseran persepsi yang dianut masyarakat akan eksistensi dan fungsi dari masjid pada zaman ini. Permasalahan ini dapat ditemui di lingkungan masyarakat muslim saat ini, banyak masjid yang dibangun tetapi masjid tersebut sepi dari jama'ah. Kondisi ini disebabkan karena masyarakat memandang masjid hanya sebagai tempat beribadah yang didatangi pada waktu dan momen eksklusif (Saepudin & Rusmana, 2019: 28). Dalam statistik yang dikeluarkan oleh Direktorat Urusan Agama Islam dan Pembinaan Syariah Direktorat Jendral Bima Islam Kementerian Agama RI mengemukakan bahwa kuantitas masjid yang terdapat di Kota Surabaya tahun 2019 sebanyak 1708 Masjid. Data tersebut tentunya bukanlah jumlah yang sedikit dan dapat dimungkinkan akan bertambah lagi ditahun-tahun berikutnya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa sebenarnya loyalitas umat Islam dalam menghidupkan dan mensyiarkan ajaran Islam lewat masjid sangat tinggi, khususnya di Surabaya. Ironisnya, loyalitas tersebut bagi sebagian masyarakat masih berhenti dalam tataran *otot* (bentuk fisik), dan jika ditindaklanjuti kembali jamaahnya terlihat sedikit bahkan semakin habis. Sehingga, penting untuk menyuarkan kembali dakwah yang menyuarkan kepada masyarakat untuk kembali dan mefungsikan masjid sebagai pusat kegiatan baik peribadatan ataupun sosial kemasyarakatan (Halimah, 2021: 75).

Fungsi dakwah adalah menyampaikan nilai ajaran Islam kepada mitra dakwah. Dalam Hidayatul Mursyidin, Ali Manfuzh menyampaikan bahwa dakwah merupakan aktivitas mengajak seluruh manusia dalam melaksanakan kebaikan dan mengikuti petunjuk serta memerintahkan mereka kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar (Aziz, 2019: 23) Strategi perencanaan yang baik merupakan salah satu faktor keberhasilan dalam melakukan aktivitas dakwah. Perencanaan dakwah ialah suatu proses persiapan yang berupa pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan yang telah diputuskan terlebih dahulu untuk mengajak manusia ke dalam kebaikan yakni Islam (Ridla, 2008: 56). Masjid sebagai salah satu lembaga dakwah dapat menyusun strategi perencanaan dakwah yang tepat, sehingga dakwah dapat dilakukan dengan efektif dan efisien. Serta, dapat memahami karakteristik mitra dakwah ketika dihadapkan pada konteks dakwah di masyarakat muslim perkotaan atau yang disebut masyarakat urban. Adanya peningkatan penduduk kota yang cepat, penyebaran pendidikan umum nonreligius dan ilmu alam, peningkatan mobilitas dan akses informasi, industrialisasi, dan sebagainya telah mendatangkan tekanan bagi masyarakat perkotaan (Umayah, 2017: 71).

Lingkungan hidup di wilayah perkotaan memberikan dinamika masalah pada masyarakatnya, sehingga mereka memiliki karakteristik kebutuhan berbeda menyesuaikan dinamika permasalahan yang mereka hadapi. Sehingga, Masjid sebagai lembaga dakwah perlu merumuskan strategi perencanaan yang sesuai dalam setiap aktivitas dakwahnya agar tujuan dakwah dapat tercapai (Muhammad, 2019 : 62). Oleh karena itu, peneliti sangat tertarik untuk mengkaji secara lebih jauh dan mendalam mengenai bagaimana cara strategi perencanaan komunikasi dakwah pada salah satu masjid yang terletak ditengah-tengah masyarakat urban dalam melakukan penyebaran ajaran Islam terutama di daerah Surabaya dan sekitarnya, yakni Masjid Al Hamidiyah Surabaya. Dalam evolusinya, masjid telah mengalami perubahan fungsi yang signifikan, tidak lagi hanya sebagai tempat ibadah semata, melainkan juga menjadi pusat kegiatan beragam seperti pelajaran Al-Qur'an, pertemuan warga setempat, kegiatan arisan, pengajian bulanan, pelaksanaan akad nikah, serta pengelolaan zakat, infaq, shodaqoh, dan sejenisnya. Transformasi ini disebabkan oleh adopsi perencanaan dan strategi yang dikelola oleh pengurus masjid atau takmir. Bahkan, pada masa Nabi Muhammad, masjid telah berperan sebagai pusat aktivitas sosial, termasuk pengumpulan dan distribusi zakat, infaq, dan sedekah kepada yang membutuhkan. Karena alasan ini, masjid

memegang peran yang sangat vital dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat, terutama yang berkaitan dengan isu-isu sosial, sehingga pada masa itu, masyarakat sangat mencintai masjid. Sebagai hasilnya, peneliti sangat tertarik untuk mengkaji secara lebih mendalam dan komprehensif tentang strategi perencanaan komunikasi dakwah di salah satu masjid perkotaan di Surabaya. Dengan letaknya yang berada di tengah-tengah masyarakat urban tersebut maka masjid ini pastilah memiliki keunikan tersendiri didalam strategi perencanaan dakwah yang dilakukan.

Dari permasalahan tersebut, peneliti terdorong untuk mengkaji lebih dalam tentang strategi perencanaan dakwah pada masyarakat urban yang dilakukan Masjid Al Hamidiyah Surabaya. Dimana dalam artikel penelitian ini yang menjadi fokus pembahasan adalah bagaimana strategi perencanaan dakwah masyarakat urban di Masjid Al Hamidiyah Surabaya?, bagaimana proses strategi perencanaan dakwah masyarakat urban di Masjid Al Hamidiyah Surabaya?

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini ialah pendekatan kualitatif deskriptif. Kualitatif deskriptif merupakan kajian yang menggambarkan data yang telah diperoleh dengan kata-kata atau kalimat yang dipisahkan menurut kategori untuk memperoleh simpulan. Metode pengumpulan data dilaksanakan dengan melakukan wawancara dan penelusuran dokumentasi di Masjid Al Hamidiyah. Data-data yang telah didapatkan kemudian dianalisis melalui tahap pertama yakni mereduksi data dari hasil wawancara, dan dokumentasi sesuai dengan rumusan masalah. Langkah selanjutnya adalah data yang telah direduksi diklasifikasikan berdasarkan temuan dalam tahapan-tahapan merencanakan strategi perencanaan dakwah pada masyarakat urban yang telah dilakukan oleh Masjid Al Hamidiyah. Setelah data dikumpulkan, kemudian dilakukan analisis mengenai langkah dan pertimbangan yang dilakukan Masjid Al Hamidiyah dalam menetapkan strategi perencanaan dakwah masyarakat urban di Masjid Al Hamidiyah Surabaya.

Hasil dan Pembahasan

Profil Masjid Al Hamidiyah Surabaya

Masjid Al Hamidiyah terletak di daerah Surabaya bagian Timur, tepatnya di jalan Kedung Tarukan 5 No. 24, Kelurahan Pacarkembang, Kecamatan Tambaksari, Kota Surabaya, Provinsi Jawa Timur. Lokasi masjid ini tepat terletak di sekitar pusat pendidikan dan kesehatan yang cukup besar di Surabaya, yakni Universitas Airlangga dan Rumah Sakit Dr. Soetomo. Ta'mir Masjid Al Hamidiyah menceritakan bahwa masjid tersebut dibangun dari tanah wakaf milik KH. Achmad Sjaichu yang merupakan salah satu tokoh Nahdlatul Ulama yang terkenal di era tahun 90-an. KH. Achmad Sjaichu membangun masjid tersebut diatas tanah kelahiran istrinya dengan harapan agar masyarakat disekitar dapat memperoleh cahaya Islam di tengah-tengah perkotaan (Otto, 2022 : 45).

Kyai Sjaichu lahir di Ampel, Surabaya pada 29 Juni 1921. Ayahnya, KH Abdul Chamid, wafat ketika ia masih berusia balita, 2 tahun. Ibunya, Nyai Hj Fatimah, menitipkan Sjaichu kecil kepada guru ngaji di sekitar Masjid Ampel. Di usia 7 tahun, Kyai Sjaichu sudah khatam al-Quran dan fasih membaca al-Quran di bawah bimbingan Kyai Mas Muhammad Gubah. Kyai Sjaichu memperoleh pendidikan awalnya di Sekolah Rakyat Mardi Oetomo, yang dikelola Muhammadiyah, sebelum kemudian pindah ke Madrasah Tashwirul Afkar, yang didirikan oleh KH Abdul Wahab Chasbullah, salah seorang ulama besar pendiri Jam'iyah Nahdlatul Ulama yang kelak menjadi pembimbing spiritual dan sekaligus ayah tirinya (Abdurrahman, 2020 : 84).

Kyai Sjaichu melanjutkan pendidikannya di Madrasah Nahdlatul Wathan yang diasuh oleh KH Abdul Wahab Chasbullah, KH Mas Mansur, dan HOS Tjokroaminoto. Di sinilah Sjaichu kecil bertemu dengan KH Abdullah Ubaid yang menanamkan kecintaannya pada bahasa Arab. Atas saran Mbah Wahab, Kyai Sjaichu kemudian mondok di Pesantren Lasem dan mendapat asuhan langsung KH Ma'shum Ahmad, atau yang dikenal sebagai Mbah Ma'shum Lasem. Pada 5 Januari 1945, Sjaichu muda mempersunting seorang gadis bermama Solchah asal Kedung Tarukan, Pacar Kembang, Surabaya. Setelah itulah KH Achmad Sjaichu mulai membangun masjid Al Hamidiyah di tempat kelahiran istrinya. Selain itu KH soal waktu saja kemudian ia menjelma menjadi seorang

pemimpin dalam berbagai tingkatan, baik di ormas Nahdlatul Ulama (NU), di Pemerintahan (Departemen Agama), di lembaga legislatif tingkat nasional (Ketua DPRGR), hingga menjadi Presiden Dewan Pusat Organisasi Islam Asia Afrika (OIAA) di tingkat internasional (Saifuddin, 1991: 67).

Setelah menetap di Surabaya hingga tahun 1978 KH. Achmad Sjaichu berhijrah ke Jakarta dan mendirikan lembaga dalam bidang dakwah yakni Ittihadul Muballighin. Lembaga inilah yang pada akhirnya mengantarkan KH. Achmad Sjaichu menuju terminal pengabdian terakhirnya, yaitu dunia dakwah dan pesantren. Dan puncaknya, pada tahun 1988, Kyai Sjaichu mendirikan Pesantren di bawah naungan Yayasan Islam Al-Hamidiyah, nama yang dinisbatkan kepada ayahandanya, H. Abdul Chamid. Kini, lembaga pendidikan warisan Kyai Sjaichu telah berkembang pesat dan memiliki unit pendidikan semua jenjang, mulai dari TK, SDIT, SMPI, MTs, MA, hingga Sekolah Tinggi Agama Islam (Agama, 2014: 24).

Kyai Sjaichu berpulang pada 4 Januari 1995. Putra-putri Kyai Sjaichu kemudian melanjutkan estapet kepemimpinan Yayasan secara bersama-sama, hingga mencapai kemajuannya seperti tampak saat ini di bawah kepemimpinan dr. Imam Susanto Sjaichu, Sp.BP-RE(K) sebagai Direktur Utama. Di beberapa kesempatan Yayasan Al Hamidiyah di Depok akan berkunjung ke masjid Al Hamidiyah Surabaya (Al Hamidiyah, 2022: 10).

Dakwah Masyarakat Urban

Kata Urban menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) memiliki arti berkenaan dengan kota, bersifat kota, dan atau orang yang berpindah dari desa ke kota (Kementrian dan Kebudayaan, 2016). Mengacu pada definisi tersebut masyarakat urban merujuk kepada masyarakat kota dan segala sesuatu yang memiliki kaitan dengan kota, seperti mobilitas sosial, tingkat pendidikan dan pola pergaulan masyarakat di wilayah tersebut. Aspek yang menjadi pembeda antara masyarakat kota (urban) dengan masyarakat desa ialah masyarakat kota dapat mengurus dirinya sendiri tanpa harus bergantung pada orang lain, memiliki jalan pikiran rasional, yang menyebabkan interaksi-interaksi yang terjadi lebih didasarkan pada faktor kepentingan daripada faktor pribadi, serta jalan kehidupan yang cepat di kota mengakibatkan pentingnya faktor waktu sehingga pembagian waktu yang teliti sangat penting untuk dapat mengejar kebutuhan-kebutuhan seorang individu (Anam & Iskandar, 2019: 36).

Masyarakat urban merujuk pada populasi yang tinggal di kawasan perkotaan, dan hal ini mencakup beragam aspek kehidupan yang berkaitan dengan konteks perkotaan. Salah satu aspek penting yang membedakan masyarakat urban dari masyarakat desa adalah kemampuan untuk mengurus diri sendiri tanpa terlalu banyak ketergantungan pada orang lain. Ini mencerminkan tingkat otonomi yang lebih tinggi di kalangan penduduk perkotaan, yang sering kali diakibatkan oleh ketersediaan layanan dan fasilitas yang lebih baik. Selain itu, masyarakat perkotaan cenderung memiliki pola pikir yang lebih rasional, yang mengarah pada interaksi sosial yang lebih didasarkan pada kepentingan bersama daripada pertimbangan pribadi. Hal ini terkait dengan kompleksitas dan heterogenitas masyarakat kota, di mana individu-individu berinteraksi dalam konteks yang lebih luas yang melibatkan berbagai lapisan sosial, budaya, dan ekonomi (Muhammad, 2019: 23).

Kecepatan hidup yang tinggi di kota juga memainkan peran penting dalam membentuk karakteristik masyarakat urban. Faktor waktu menjadi sangat berharga dalam lingkungan perkotaan yang dinamis, di mana individu-individu dihadapkan pada tekanan untuk mengejar kebutuhan sehari-hari mereka dengan efisien. Oleh karena itu, pembagian waktu yang teliti menjadi kunci untuk menjaga keseimbangan antara berbagai komitmen dan aktivitas dalam kehidupan seorang individu di kota. Dengan demikian, masyarakat urban dapat dilihat sebagai entitas yang kompleks, di mana interaksi antarindividu didorong oleh pertimbangan rasional dan kepentingan bersama, sambil menavigasi tantangan kehidupan yang cepat dan dinamis di lingkungan perkotaan (Ismanto, 2018: 54).

Disamping itu, perubahan perubahan sosial tampak dengan nyata di kota-kota karena kota biasanya terbuka dalam menerima pengaruh luar. Selain itu, masyarakat kota selalu berusaha meningkatkan kualitas hidupnya dan terbuka dalam menerima pengaruh luar, menyebabkan teknologi terutama teknologi informasi berkembang dengan pesat dalam masyarakat kota karena bagi masyarakat kota penggunaan teknologi informasi di segala bidang telah sangat signifikan meningkatkan kualitas kehidupan mereka. Dengan demikian, maka teknologi seolah menjadi kebutuhan pokok bagi komunitas masyarakat yang multietnis-heterogen ini. Ciri lainnya dari masyarakat urban adalah pembagian kerja yang jelas dan tegas, berpemahaman sekuler dengan mobilitas tinggi, serta berkesadaran gender (Ulfah, 2021 : 28).

Perubahan sosial yang terjadi di kota-kota mencerminkan dinamika kehidupan yang terbuka terhadap pengaruh dari luar. Kota-kota sering menjadi pusat pertemuan budaya, ekonomi, dan sosial yang mengakibatkan adopsi dan adaptasi terhadap berbagai ide, teknologi, dan praktik baru. Kesiapan masyarakat kota untuk menerima pengaruh luar merupakan faktor penting dalam percepatan perubahan sosial di kota-kota. Tingkat ambisi untuk meningkatkan kualitas hidup juga menjadi ciri khas masyarakat urban. Ini memunculkan dorongan untuk memanfaatkan teknologi, terutama teknologi informasi, sebagai alat untuk mencapai peningkatan tersebut. Dalam masyarakat kota, teknologi informasi telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari, memperluas aksesibilitas informasi, mempermudah komunikasi, dan menyediakan berbagai layanan yang meningkatkan efisiensi dan kenyamanan hidup. Dengan demikian, teknologi informasi tidak lagi dianggap sebagai kemewahan, melainkan sebagai kebutuhan pokok bagi masyarakat urban yang multietnis dan heterogen. Hal ini menggambarkan bagaimana perkembangan teknologi telah meresap ke dalam struktur sosial dan budaya kota, menciptakan komunitas yang lebih terhubung dan terinformasi (Abdullah, 2019 : 37).

Selain itu, karakteristik lain dari masyarakat urban adalah pembagian kerja yang jelas dan tegas, di mana peran dan tanggung jawab individu-individu dalam masyarakat dibedakan dengan lebih tajam. Hal ini sering kali mencerminkan kompleksitas ekonomi perkotaan, di mana berbagai sektor dan profesi berperan dalam mendukung keberlangsungan kota. Tingkat pemahaman sekuler dan mobilitas yang tinggi juga menjadi ciri khas masyarakat urban. Adopsi pemikiran sekuler mempengaruhi berbagai aspek kehidupan, termasuk kebijakan publik, pendidikan, dan budaya. Sementara mobilitas yang tinggi mencerminkan sifat dinamis dan transien dari kehidupan di kota-kota, di mana individu-individu sering berpindah tempat tinggal dan pekerjaan demi mencari peluang yang lebih baik. Terakhir, kesadaran gender yang semakin meningkat juga menjadi bagian integral dari masyarakat urban modern. Perubahan dalam norma-norma sosial dan perkembangan dalam pemahaman tentang kesetaraan gender telah membentuk pola interaksi dan struktur sosial di kota-kota, memungkinkan partisipasi aktif perempuan dalam berbagai bidang kehidupan perkotaan (Umayah, 2017: 54). Dengan demikian, masyarakat urban dapat dipahami sebagai entitas yang dinamis, terbuka, dan kompleks, yang dipengaruhi oleh berbagai faktor eksternal dan internal yang membentuk karakteristik dan identitasnya.

Dominan industrialisasi dengan pola hidup yang dengan simbol-simbol konkrit urban berupa gedung-gedung pencakar langit, gedung atau bank-bank, gedung kesenian, pusat perkantoran, pusat perbelanjaan, toserba, tempat ibadah, tempat pariwisata adalah ciri khusus yang melekat pada masyarakat ini, disamping kecenderungannya untuk menghargai waktu luang (leaser time). Tingginya kesadaran akan teknologi inilah yang disatu sisi membuat masyarakat urban cenderung menjadikan teknologi sebagai alat pemuas kebutuhan akan segala hal termasuk dalam hal religiusitas. Perubahan dan perkembangan begitu cepat dalam kehidupan perkotaan menimbulkan disrupsi, disorientasi dan dislokasi masyarakat urban. Dalam keadaan seperti itu, ada kian banyak warga perkotaan yang berusaha mencari 'makna' (meanings) untuk menemukan kedamaian (solace) atau bahkan 'pelarian' (escapism) dalam agama, religiusitas atau spiritualisme (Muhammad, 2019: 74).

Problematika masyarakat urban di antaranya adalah keterbatasan waktu dalam memenuhi kepuasan spiritualnya atau beribadah. Padahal bebas dari kesibukan demi tenggelam dalam ibadah

dapat terjadi bila memiliki waktu yang luang dan hati yang masih kosong. Jika Ibadah dipahami sebagai satu hal yang penting-artinya lebih besar dibanding aktivitas lainnya, atau bahwa ibadah adalah sesuatu yang artinya tidak ada bandingannya-kita tentu individu menyisihkan waktu untuk ibadah dan dengan seksama memanfaatkan waktu waktu ibadah itu dengan sebaik-baiknya (Abdullah, 2019: 16).

Salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh masyarakat urban adalah keterbatasan waktu untuk memenuhi kebutuhan spiritual dan beribadah. Di tengah rutinitas yang padat dan tekanan kehidupan perkotaan, seringkali sulit bagi individu untuk menemukan waktu yang cukup untuk merenung, berdoa, atau berpartisipasi dalam aktivitas keagamaan. Pentingnya kesempatan untuk tenggelam dalam ibadah dan refleksi spiritual menjadi semakin jelas dalam konteks masyarakat urban yang serba cepat dan dinamis. Ketika individu memiliki waktu luang dan hati yang tenang, mereka dapat lebih mudah terhubung dengan dimensi spiritualitas mereka sendiri. Namun, realitasnya adalah bahwa waktu yang luang sering kali menjadi barang langka dalam kehidupan kota yang sibuk (Rahmadhan & Hmz, 2023: 56).

Pemahaman yang mendalam tentang pentingnya ibadah dalam kehidupan seorang individu dapat menjadi landasan untuk mengatasi tantangan keterbatasan waktu ini. Jika ibadah dipahami sebagai aspek yang tak ternilai harganya, yang melebihi signifikansi aktivitas lainnya, maka individu cenderung akan menyisihkan waktu khusus untuk melaksanakannya. Dalam prakteknya, hal ini bisa berarti menyusun jadwal yang memprioritaskan ibadah dan mengelola waktu dengan cermat agar dapat dimanfaatkan secara optimal untuk aktivitas keagamaan. Selain itu, penting juga untuk memahami bahwa ibadah bukan hanya tentang meluangkan waktu, tetapi juga tentang kualitas dari ibadah itu sendiri. Ketika seseorang beribadah, mereka harus melakukannya dengan penuh kesadaran dan pengabdian, menggunakan waktu ibadah dengan bijak untuk merenung, berdoa, dan memperkuat hubungan spiritual mereka (Fatkhiah & Dr. Choirul Amin, 2021: 78).

Dengan karakteristik dan kondisi sosial ekonomi yang melekat pada masyarakat urban tentunya hal itu memunculkan efek dan dampak khusus juga. Terutama dalam dunia dakwah, seorang dai harus paham betul tentang masyarakat kota yang kebanyakan merupakan masyarakat kelas menengah, jika meminjam pendapat Richard Tanter merupakan konsep yang diambil dari masyarakat Barat yang mengacu pada suatu batasan komunitas modern. Terlepas dari itu semua, tantangan dakwah terhadap masyarakat kelas menengah idealnya tampak lebih ringan dilakukan dibandingkan kelas-kelas masyarakat bawah dan mungkin masyarakat kelas atas. Kelas menengah membutuhkan pendekatan dakwah yang relatif lebih rasional sehingga membutuhkan pelaksanaan dakwah yang lebih factual dan aktual, baik dakwah pada ranah materi, metode maupun target-target dakwah yang akandicapai. Keterbatasan waktu di tengah masyarakat urban yang menjadi salah satu ciri masyarakat kelas menengah membutuhkan pendekatan dakwah yang lebih sistematis dan berkelanjutan (Anam & Iskandar, 2019: 71).

Khususnya untuk kasus di Indonesia, pendekatan dakwah terhadap masyarakat kelas menengah lebih banyak diperankan oleh lembaga-lembaga kajian khusus, seperti pengajian eksekutif di Bandung, dan pusat-pusat kajian Islam yang lebih menekankan pada penguatan nilai-nilai spiritual Islam yang jumlahnya sangat banyak. Fakta-fakta demikian, memang tidak bisa digeneralisasi sebagai bentuk gairah umat Islam kelas menengah perkotaan, karena banyak juga kelas masyarakat bawah yang terlibat dalam pergumulan Islam di perkotaan. Meskipun demikian, melihat fakta akhir-akhir ini pegiat dan semangat masyarakat kelas menengah dalam Islam, seperti dapat dilihat di pusat-pusat perkantoran menjadi bukti bahwa kebutuhan mereka terhadap nilai-nilai spiritual agama dan respons para dai di perkotaan tidak bisa diabaikan (Umayah, 2017: 65). Secara umum masyarakat menengah perkotaan yang cenderung pragmatis dan praktis ketika menyikapi suatu masalah membutuhkan pendekatan dakwah tertentu yang lebih menekankan pada sisi-sisi rohani, emosi, dan spiritualitas masyarakat urban.

Strategi Perencanaan Dakwah Masjid Al Hamidiyah Surabaya

Strategi perencanaan dakwah adalah sebuah panduan perencanaan komunikasi dengan berbagai konsep dan manajemen untuk mencapai sebuah target yang telah ditetapkan. Sedangkan dakwah masyarakat urban merupakan suatu ajakan kepada ajaran Islam yang dilakukan oleh seorang Da'i kepada mad'u (mitra dakwah) yang tinggal di perkotaan. Aktivitas dakwah kepada masyarakat urban dapat dilakukan dengan komunikasi verbal maupun non-verbal yang bertujuan menyampaikan kebajikan. Dalam hal ini, pemilihan strategi dalam perencanaan komunikasi dakwah merupakan langkah urgen dengan pelaksanaann yang akurat, sebab strategi yang telah dirumuskan sebelumnya pastilah memiliki pengaruh terhadap hasil yang akan diperoleh pada kemudian hari. Sehingga dapat dikatakan bahwasannya keberhasilan proses komunikasi dakwah sangat berpengaruh pada strategi yang telah dirumuskan sebelumnya (A. Rosyad, 1977: 86).

Strategi perencanaan dakwah merupakan suatu panduan yang mengatur komunikasi antara seorang da'i dengan mad'u (mitra dakwah) dalam masyarakat urban. Ini melibatkan berbagai konsep dan prinsip manajemen untuk mencapai tujuan tertentu yang telah ditetapkan sebelumnya. Dakwah di perkotaan menuntut pendekatan yang cerdas dan adaptif, mengingat kompleksitas dan keragaman lapisan masyarakat serta tantangan yang dihadapi dalam lingkungan urban. Aktivitas dakwah di masyarakat urban bisa dilakukan melalui berbagai bentuk komunikasi, baik verbal maupun non-verbal, yang bertujuan untuk menyampaikan nilai-nilai dan ajaran Islam dengan cara yang relevan dan bermakna bagi khalayaknya. Pemilihan strategi komunikasi dakwah sangat penting karena akan mempengaruhi efektivitas dan keberhasilan pesan yang disampaikan. Pentingnya merumuskan strategi komunikasi dakwah dengan cermat terletak pada kesesuaian antara metode yang dipilih dengan karakteristik mad'u dan konteks masyarakat urban. Misalnya, strategi komunikasi yang efektif di lingkungan perkotaan mungkin memanfaatkan media sosial, acara-acara komunitas, atau kegiatan yang terintegrasi dengan kehidupan sehari-hari masyarakat kota (M & Syawaluddin, 2023: 75).

Langkah-langkah perencanaan yang akurat dalam merumuskan strategi komunikasi dakwah penting karena akan memastikan bahwa pesan-pesan yang disampaikan memiliki dampak yang diinginkan dan relevan dengan tujuan dakwah tersebut. Kesuksesan dalam proses komunikasi dakwah sangat bergantung pada seberapa baik strategi telah dirumuskan dan dilaksanakan sebelumnya. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan dalam proses komunikasi dakwah di masyarakat urban sangat tergantung pada pemilihan dan pelaksanaan strategi yang tepat. Hanya dengan merumuskan strategi yang sesuai dengan karakteristik masyarakat perkotaan dan tujuan dakwah yang diinginkan, maka pesan dakwah akan dapat tersampaikan dengan efektif dan mencapai hasil yang diharapkan (Thaheransyah dkk., 2021: 61).

Sedangkan faktor yang mendukung keberhasilan strategi dakwah antara lain yaitu mengenali sasaran dakwah, pemilihan media dakwah, pengkajian tujuan pesan dakwah, dan peranan da'i dalam aktivitas dakwah. Perencanaan memiliki makna yakni proses merumuskan rencana dan strategi yang akan dilaksanakan dalam suatu aktivitas dengan tujuan teretntu. Untuk mendukung kelancaran tercapainya tujuan dalam strategi perencanaan dakwah, maka terdapat beberapa faktor yang perlu diperhatikan. Faktor-faktor tersebut terdiri atas da'i, mad'u, media dakwah, dan pesan dakwah. Faktor-faktor yang telah disebutkan akan membentuk sebuah aktivitas dakwah yang berjalan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan (Prabowo, 2019: 19).

Faktor-faktor yang mendukung keberhasilan strategi dakwah merupakan elemen-elemen penting yang harus dipertimbangkan secara cermat dalam merancang dan melaksanakan aktivitas dakwah di masyarakat urban. Salah satu faktor utama adalah kemampuan untuk mengenali sasaran dakwah dengan baik. Hal ini mencakup pemahaman yang mendalam tentang karakteristik dan kebutuhan mad'u, serta konteks sosial, budaya, dan ekonomi di mana dakwah akan dilaksanakan. Dengan memahami sasaran dakwah secara lebih mendalam, para da'i dapat mengarahkan pesan-pesan dakwah mereka dengan lebih tepat dan efektif. Selanjutnya, pemilihan media dakwah juga merupakan faktor penting dalam kesuksesan strategi dakwah. Berbagai media, seperti ceramah,

literatur, media sosial, atau bahkan seni dan kreativitas, dapat digunakan untuk mencapai audiens target dengan cara yang paling efektif. Penting bagi para da'i untuk memilih media yang paling relevan dan dapat menjangkau audiens target secara efisien (Fuad, 2023: 19).

Pengkajian tujuan pesan dakwah juga tidak kalah pentingnya. Sebelum menyampaikan pesan-pesan dakwah, penting bagi para da'i untuk memiliki pemahaman yang jelas tentang tujuan dari pesan yang akan disampaikan. Tujuan pesan dakwah harus sesuai dengan nilai-nilai Islam dan mempertimbangkan konteks dan kebutuhan mad'u. Peran da'i dalam aktivitas dakwah juga menjadi faktor kunci dalam keberhasilan strategi dakwah. Da'i harus memiliki pengetahuan, keterampilan, dan kompetensi yang memadai dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah dengan baik. Mereka juga harus memiliki integritas moral dan dedikasi yang tinggi dalam menunaikan tugas dakwah mereka. Dalam konteks perencanaan, faktor-faktor ini membentuk kerangka kerja yang penting dalam merumuskan strategi dakwah yang efektif. Dengan memperhatikan faktor-faktor tersebut secara cermat, aktivitas dakwah dapat berjalan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan, dan pesan-pesan dakwah dapat tersampaikan dengan efektif dan relevan kepada mad'u. Dengan demikian, pemahaman dan penerapan faktor-faktor ini menjadi kunci untuk mencapai keberhasilan dalam strategi dakwah di masyarakat urban (Puspitasari, 2018: 31).

Strategi perencanaan dakwah yang terdapat di Masjid Al Hamidiyah Surabaya di antaranya adalah Pertama, da'i. Da'i merupakan pihak yang menyampaikan pesan dakwah. Sehingga Da'i memiliki peran pokok dalam proses aktivitas dakwah, seperti aktivitas dakwah yang dilakukan di Masjid Al Hamidiyah yang sesuai dengan rencana yang telah dirumuskan sebelumnya. Da'i sendiri adalah individu yang memiliki kapabilitas serta kredibilitas terkait ajaran keislaman yang diselaraskan dengan program dakwah yang dilakukan. Penentuan da'i yang selektif dapat memberikan pengaruh atas performa dan meningkatkan kepercayaan mitra dakwah. Karenanya pemilihan da'i ditentukan melalui pengetahuan dan latar belakang yang selaras dengan budaya dan ajaran masyarakat setempat (Ridwan, 2019: 19).

Masjid Al Hamidiyah merupakan salah satu institusi keagamaan yang aktif menyelenggarakan kegiatan pengajian umum secara rutin setiap bulannya. Dalam upaya untuk menyampaikan pesan dakwah yang bermutu dan bermakna kepada jamaah, masjid ini memilih untuk mengundang da'i-da'i terkemuka dari Surabaya dan sekitarnya. Pengurus masjid memastikan bahwa da'i yang diundang telah teruji kualitas dan kapasitasnya, sehingga pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh masyarakat. Hal ini bertujuan untuk menghilangkan keraguan di benak masyarakat terhadap pesan dakwah yang disampaikan. Namun, dalam mengundang da'i dari luar, terkadang diperlukan kesepakatan lebih lanjut mengingat kesibukan yang padat yang dimiliki oleh para da'i tersebut. Untuk mengatasi hal ini, masjid Al Hamidiyah perlu melakukan pengorganisasian yang baik. Proses ini mencakup penentuan dan pengaturan kegiatan, persiapan logistik, dan penetapan peran bagi setiap individu yang terlibat dalam kegiatan pengajian. Langkah-langkah ini perlu didelegasikan kepada individu yang memiliki kemampuan dan keterampilan untuk melaksanakannya dengan baik (Sutrisno, wawancara, 2022: 45).

Selain kegiatan pengajian umum, Masjid Al Hamidiyah juga terlibat dalam pengelolaan Taman Pendidikan Quran (TPQ) dan menjalin kerjasama dengan pihak Tilawati Surabaya. Kerjasama ini menunjukkan komitmen masjid dalam mendukung pendidikan agama di masyarakat serta mengoptimalkan pemanfaatan sumber daya yang ada. Dengan demikian, langkah-langkah yang diambil oleh Masjid Al Hamidiyah dalam menyelenggarakan pengajian umum dan pengelolaan TPQ menunjukkan upaya mereka untuk memberikan pelayanan terbaik kepada jamaah serta memberikan kontribusi positif dalam penyebaran nilai-nilai keagamaan di masyarakat (M. Karbini, wawancara, 2022 : 12).



Gambar 1. Pengajian Rutin di Masjid Al Hamidiyah
Sumber: Dokumentasi Penelitian

Kedua, rancangan pesan. Rancangan pesan dakwah yang dikembangkan di Masjid Al Hamidiyah merupakan strategi komunikasi yang disusun dengan tujuan utama untuk menyampaikan ajaran Islam secara efektif kepada masyarakat urban. Pentingnya menyusun pesan dakwah yang dapat diterima dengan baik oleh masyarakat urban menuntut pendekatan yang tepat dan relevan dengan realitas kehidupan sehari-hari mereka. Oleh karena itu, pesan-pesan dakwah yang disampaikan cenderung memiliki gaya penyampaian yang ringan, santai, dan mencerminkan realitas kehidupan urban. Masyarakat urban seringkali memiliki pemikiran yang rasional dan lebih menerima pesan-pesan yang terkait erat dengan realitas kehidupan mereka. Oleh karena itu, pesan dakwah di Masjid Al Hamidiyah dirancang agar mudah dipahami dan relevan dengan konteks kehidupan sehari-hari masyarakat perkotaan. Bahasa yang digunakan pun seringkali menggunakan bahasa Jawa Suroboyoan, mengingat karakteristik demografi masyarakat lokal. Hal ini bertujuan agar pesan dakwah dapat lebih mudah dicerna dan dipahami oleh para mad'u (Sutrisno, wawancara, 2022).

Selain itu, untuk menjaga keceriaan dan ketertarikan para mad'u terhadap pesan dakwah, humor seringkali menjadi bagian tak terpisahkan dari rancangan pesan. Jokes dan guyonan ringan disertakan agar para mad'u tidak merasa bosan atau terbebani dengan pesan yang disampaikan, sehingga pesan dakwah dapat diserap dengan lebih baik. Dalam pelaksanaannya, da'i bekerja sama dengan pengurus masjid yang memiliki pemahaman yang lebih baik terhadap kondisi masyarakat sekitar. Hal ini memungkinkan penyusunan pesan dakwah yang lebih tepat sasaran dan sesuai dengan kebutuhan serta karakteristik masyarakat urban yang menjadi target dakwah. Dengan demikian, rancangan pesan dakwah di Masjid Al Hamidiyah tidak hanya mencerminkan kearifan lokal, tetapi juga menyesuaikan diri dengan kebutuhan dan keadaan aktual masyarakat urban yang menjadi fokus dakwah. (M. Karbini, wawancara, 2022).

Ketiga, penggunaan media. Dalam hal penggunaan media, Masjid Al Hamidiyah Surabaya masih menggunakan cara-cara tradisional dan klasik. Hal tersebut dikarenakan Masjid Al Hamidiyah dikelola dan dijalankan dengan swadaya masyarakat setempat. Takmir Masjid Al Hamidiyah menyatakan bahwa dari segi kepengurusan masjid dilakukan oleh mayoritas masyarakat yang hidup di sekitar masjid. Hal tersebut dilaksanakan agar monitoring dan evaluasi lebih mudah dilangsungkan. Sehingga, butuh kecepatan dalam bekerjasama dan merespon sebuah aktivitas serta kemungkinan lain yang terjadi pada kemudian hari. Dikarenakan masjid ini berada di tengah-tengah sebuah perkampungan dan aksesnya harus masuk melalui gang terlebih dahulu,

dalam artian tidak berada di pinggir jalan raya yang memungkinkan untuk disinggahi oleh tamu dari luar. Karenanya, masjid ini masih menggunakan media-media tradisional dalam berdakwah, yakni dengan memanfaatkan keberadaan masjid dan media langsung atau bertatap muka. Media tatap muka merupakan media yang efektif diterapkan kepada masyarakat urban dikarenakan adanya interaksi secara langsung antara da'i dan mitra dakwah. Sehingga dengan media langsung atau bertatap muka ini, diharapkan jama'ah yang mengikuti kegiatan tersebut dapat dengan mudah memahami isi pesan dakwah yang disampaikan (M. Karbini, wawancara, 2022: 42).

Dalam penggunaan media dibutuhkan pengawasan untuk mengontrol kemajuan pencapaian dan sasaran serta mengambil tindakan korektif jika diperlukan. Selain itu, khusus untuk media dan metode dakwah untuk kalangan anak-anak, dalam artian tingkat TPQ. Masjid memanfaatkan relasi dengan Tilawati Surabaya. Sehingga dalam hal ini, pengelolaan TPQ disesuaikan dengan metode pengajaran yang dilakukan Tilawati. Keempat, penentuan khalayak. Penentuan khalayak merupakan hal penting dalam merumuskan strategi perencanaan dakwah. Hal tersebut dikarenakan isi pesan akan dapat diterima dengan baik apabila tepat disampaikan kepada sasaran yang dituju. Target khalayak dalam berbagai aktivitas dakwah yang dilaksanakan di Masjid Al Hamidiyah Surabaya merupakan masyarakat kampung Kedung Tarukan yang tinggal di sekitar Masjid Al Hamidiyah. Pihak takmir dan pengurus masjid memberikan fasilitas kepada masyarakat agar dapat berinteraksi serta sebagai tempat ibadah dan tempat memperdalam ajaran Islam melalui kegiatan-kegiatan yang rutin diselenggarakan. Dapat dimaknai bahwa aktivitas dakwah di Masjid Al Hamidiyah disesuaikan dengan kondisi masyarakat Kedung Tarukan yang notabene merupakan masyarakat urban (Halimah, 2021: 27).

Penutup

Strategi perencanaan dakwah yang terdapat pada Masjid Al Hamidiyah Surabaya terbagi menjadi dua komponen utama, yakni pengurus masjid Al Hamidiyah sebagai organisasi kegiatan dan masyarakat urban sebagai publik yang menjadi sasaran kegiatan. Strategi perencanaan tersebut banyak memiliki unsur-unsur yang terkait erat dengan dakwah masyarakat urban. Unsur tersebut tersebut dapat dilihat dari pesan-pesan dakwah yang disampaikan hingga pemilihan da'i yang mempunyai kapasitas mampu memberikan materi ceramah yang ringan. Hal ini sejalan dengan strategi perencanaan yang diatur oleh pengurus masjid yang paham betul dengan keadaan masyarakat urban.

Daftar Pustaka

- A. Rosyad, S. (1977). *Management Dakwah Islam*. Bulan Bintang.
- Abdullah, S. (2019). *Dakwah Inovatif pada Masyarakat Urban: Analisis konsep dan praktik Terapi shalat Babajia* [Phd, UIN Sunan Ampel Surabaya]. <http://digilib.uinsby.ac.id/35678/>
- Abdurrahman, S. (2020). *Mengenang Kiai Sjaichu, Tokoh Karismatik yang Komplet*. nu.or.id. <https://www.nu.or.id/daerah/mengenang-kiai-sjaichu-tokoh-karismatik-yang-komplet-Z1DIE>
- Agama, K. (2014). *Menag: Ruh Bangsa Terletak Pada Karakter Warganya*. <https://kemenag.go.id/read/menag-ruh-bangsa-terletak-pada-karakter-warganya-050mr>
- Al Hamidiyah. (t.t.). *Profil Pendiri Pesantren Al-Hamidiyah*. Diambil 20 Juni 2022, dari <https://www.al-hamidiyah.sch.id/category/pendiri.html>
- Anam, S., & Iskandar, K. (2019). Upaya Memakmurkan Masjid Pada Masyarakat Urban Melalui Program Sahabat Masjid Yayasan Nurul Hayat Surabaya. *Qolamuna : Jurnal Studi Islam*, 5(1), Article 1.
- Aziz, Moh. A. (2019). *Ilmu Dakwah*. Kencana. https://books.google.com/books/about/Ilmu_Dakwah.html?id=9qXIjwEACAAJ

- Fatkhiyah, M., & Dr. Choirul Amin, S. S. (2021). *Analisis Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Praktik Ibadah Pada Masjid Di Kabupaten Sukoharjo (Studi Perbandingan Antara Masjid Di Kawasan Perkotaan Dan Perdesaan)* [S1, Universitas Muhammadiyah]. <https://doi.org/10/LAMPIRAN.pdf>
- Fuad, H. (2023). *Strategi Dakwah PO. New Shantika dalam Meningkatkan Kualitas Keberagamaan Karyawan Melalui Khataman Al-Qur'an* [Skripsi, IAIN KUDUS]. <http://repository.iainkudus.ac.id/11232/>
- Halimah, S. N. (2021). Perilaku Pasar Dakwah Muslim Perkotaan Dalam Mengikuti Kajian Dakwah Majelis Dzikir Walisongo. *INTELEKSLA - Jurnal Pengembangan Ilmu Dakwah*, 3(1), Article 1. <https://doi.org/10.55372/inteleksiajpid.v3i1.141>
- Ismanto, I. (2018). Budaya Selfie Masyarakat Urban Kajian Estetika Fotografi, Cyber Culture, dan Semiotika Visual. *Rekam: Jurnal Fotografi, Televisi, Animasi*, 14(1), Article 1. <https://doi.org/10.24821/rekam.v14i1.2138>
- Kementrian dan Kebudayaan. (2016). *Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)*. Republik Indonesia.
- M, R. D. Z., & Syawaluddin, S. (2023). Perencanaan Dakwah Da'i dalam Mencegah Kemerosotan Akhlak Anak di Era Digitalisasi. *Munaddhomah: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 4(3), Article 3. <https://doi.org/10.31538/munaddhomah.v4i3.555>
- Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka dan Studi Lapangan—Digital Library UIN Sunan Gunung Djati Bandung*. (t.t.). Diambil 17 Juni 2022, dari <http://digilib.uinsgd.ac.id/32855/>
- Muhammad, N. (2019). Resistensi Masyarakat Urban Dan Masyarakat Tradisional Dalam Menyikapi Perubahan Sosial. *Substantia: Jurnal Ilmu-Ilmu Ushuluddin*, 19(2). <https://jurnal.ar-raniry.ac.id/index.php/substantia/article/view/2882/2109>
- Otto, M. O., Jacob Thornton, and Bootstrap. (2022). *Haul ke-27 KH. Achmad Sjaichu & Launching Santri KITAB*. <https://www.al-hamidiyah.sch.id/read/events/2022/01/haul-ke-27-dan-launching-santri-kitab.html>
- Prabowo, I. (2019). *Perencanaan Dakwah Masjid Al-Maghfiroh dalam Khotmil Qur'an di Kelurahan Sukarame Kecamatan Talang Padang Kabupaten Tanggamus* [Skripsi]. UIN Raden Intan Lampung.
- Puspitasari, I. N. (2018). *Strategi Dakwah Ustadz Abdul Somad Dalam Klarifikasi Penolakan Dakwah Melalui Media Sosial Youtube* [Bachelor Thesis, Fakultas Ilmu dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta]. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/41470>
- Ragam Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi—Cosmas Gatot Haryono—Google Buku*. (t.t.). Diambil 17 Juni 2022, dari https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=7RwREAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=metode+penelitian+kualitatif&ots=WtO0QbPXEn&sig=wrS61DhYECDD8xsWl bMFiGw4yAw&redir_esc=y#v=onepage&q=metode%20penelitian%20kualitatif&f=false
- Rahmadhan, R. W., & Hmz, N. (2023). Strategi Dakwah DKM Jami Al-Huda kepada Masyarakat Urban dan Dampaknya terhadap Pemahaman Agama. *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran Islam*, 55–62. <https://doi.org/10.29313/jrkpi.vi.2284>
- Ridla, M. R. (2008). Perencanaan Dalam Dakwah Islam. *Jurnal Dakwah: Media Komunikasi Dan Dakwah*, 9(2), Article 2.
- Ridwan, M. (2019). Perencanaan Dakwah Perspektif Komunikasi Sosiokultural. *Dirasat: Jurnal Studi Islam Dan Peradaban*, 14(02), 147–168.
- Saepudin, D. M., & Rusmana, D. (2019). Tradisi Menghidupkan Malam Nisf Sha'ban Di Masyarakat Dan Pengaruh Masyarakat Urban: Studi Living Quran Di Masjid Miftahul Jannah Rw11 Desa Sindang Pakuon, Kecamatan Cimanggung, Kabupaten Sumedang. *Diya Al-Afkar: Jurnal Studi al-Quran dan al-Hadis*, 7(01), Article 01. <https://doi.org/10.24235/diyaafkar.v7i01.4530>

- Saifuddin, F. D. (1991). *Kembali ke pesantren: Kenangan 70 tahun K.H. Achmad Sjaichu*. Yayasan Islam al Hamidiyah.
- Thaheransyah, T., Rosdialena, R., & Maisseptian, F. (2021). Implementasi Perencanaan Dakwah Ikatan Mubaligh Profesional (Imp) Kota Padang. *Al-Hikmah: Jurnal Dakwah Dan Ilmu Komunikasi*, 8(1), Article 1. <https://doi.org/10.15548/al-hikmah.v8i1.2855>
- Ulfah, E. M. (2021). Dinamika Masyarakat Urban: *Dirasah: Jurnal Studi Ilmu Dan Manajemen Pendidikan Islam*, 4(1), Article 1. <https://doi.org/10.29062/dirasah.v4i1.118>
- Umayah, C. U. (2017). *Pengurus Cabang Nahdlatul Ulama Surabaya dan pengembangan masyarakat urban: Strategi komunikasi dalam merealisasikan konsep Nahdlatul Ulama urban pada warga Surabaya* [Undergraduate, UIN Sunan Ampel Surabaya]. <http://digilib.uinsby.ac.id/19302/>

Wawancara

Sutrisno, *Wawancara*, Surabaya Januari 2022

M. Karbini, *Wawancara*, Surabaya Januari 2022