BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Masjid merupakan pusat aktivitas keagamaan umat Islam yang memiliki fungsi utama sebagai tempat ibadah. Namun, dalam dinamika masyarakat saat ini, fungsi masjid mengalami perluasan yang signifikan. Masjid kini tidak hanya menjadi tempat pelaksanaan ritual keagamaan, tetapi juga berfungsi sebagai ruang sosial, edukatif, hingga rekreatif bagi masyarakat Perluasan fungsi ini mencerminkan perubahan paradigma masyarakat dalam memaknai ruang religius dari yang bersifat eksklusif menjadi lebih terbuka dan inklusif (Adriani *et al*., 2022).

Salah satu masjid yang mencerminkan perluasan fungsi tersebut adalah Masjid Raya Al-Jabbar, yang fungsinya tidak terbatas sebagai tempat ibadah, melainkan juga mencakup aspek edukasi dan rekreasi yang didukung oleh fasilitas seperti museum, ruang pembelajaran, dan sarana publik yang terbuka bagi masyarakat (Mahayani, 2024).

Fenomena meningkatnya kunjungan masyarakat ke Masjid Raya Al-Jabbar menunjukkan adanya daya tarik yang kuat, yang dalam konteks kontemporer tidak terlepas dari pengaruh media sosial dalam membentuk visibilitas dan persepsi publik. Dalam situasi ini, peran humas menjadi krusial sebagai pengelola komunikasi publik yang memanfaatkan media digital untuk membangun dan mengelola citra institusi. Proses tersebut mencerminkan bagaimana lembaga keagamaan beradaptasi terhadap dinamika sosial dengan membentuk citra yang selaras dengan kebutuhan dan harapan masyarakat (Tohari & Farabi, 2023)

Humas Masjid Raya Al-Jabbar berperan penting dalam membangun identitas masjid melalui pengelolaan media sosial, terutama Instagram. Platform ini dipilih karena karakteristiknya yang berbasis visual dan interaktif, sehingga efektif dalam membentuk persepsi dan menarik keterlibatan publik secara luas. Instagram dimanfaatkan sebagai media penyebaran informasi dan publikasi aktivitas masjid melalui konten visual yang terencana, sehingga mampu menghadirkan gambaran

masjid sebagai ruang publik yang dinamis dan terbuka. Melalui komunikasi yang konsisten dan interaktif, gambaran mengenai masjid dibangun sebagai ruang yang modern, inklusif, dan relevan dengan kebutuhan masyarakat saat ini.

Selanjutnya, masyarakat tidak hanya berperan sebagai penerima informasi, tetapi juga sebagai pihak yang aktif dalam memberikan makna terhadap pesan yang disampaikan. Hal ini terlihat dari bagaimana pengunjung mengekspresikan pengalaman mereka di media sosial, seperti memberikan komentar, membagikan konten, serta mengabadikan momen di area masjid. Proses ini menunjukkan terjadinya objektivasi dan internalisasi, di mana makna yang terbentuk berkembang menjadi pemahaman bersama yang memposisikan Masjid Raya Al-Jabbar sebagai ruang publik yang terbuka, modern, dan inklusif.

Berdasarkan hal tersebut, interaksi sosial yang terjadi di Masjid Raya Al-Jabbar tidak hanya merupakan bentuk aktivitas sosial biasa, melainkan juga hasil dari proses konstruksi sosial yang dikelola dan difasilitasi oleh peran humas. Dengan demikian, terbentuklah citra masjid sebagai ruang publik baru yang mampu merepresentasikan identitas keislaman sekaligus keterbukaan terhadap perubahan sosial (Ashari & Arifin, 2024).

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa makna sosial terhadap masjid tidak terbentuk secara alami, melainkan melalui proses interaksi sosial yang berkelanjutan. Hal ini sejalan dengan pandangan Peter L. Berger dan Thomas Luckmann yang menegaskan melalui teori konstruksi sosial bahwa realitas sosial terbentuk melalui proses interaksi antara individu dan masyarakat. Proses ini berlangsung dalam tiga tahap utama, yaitu eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi. Dalam konteks Masjid Raya Al-Jabbar, humas mengeksternalisasikan nilai keterbukaan dan modernitas melalui media digital, yang kemudian dimaknai dan diinternalisasi oleh masyarakat sehingga membentuk pemahaman bersama mengenai masjid sebagai ruang publik yang inklusif. Dengan demikian, teori konstruksi sosial Berger dan Luckmann menjadi landasan konseptual penting untuk menjelaskan proses sosial yang melahirkan citra masjid sebagai simbol religius sekaligus ruang sosial modern di era digital (Fanani *et al*., 2025)

Dalam penelitian ini, citra yang dibangun oleh humas Masjid Raya Al-Jabbar berorientasi pada upaya memposisikan masjid sebagai ruang publik baru yang melampaui fungsi utamanya sebagai tempat ibadah. Citra ini mencerminkan peran masjid sebagai wadah yang dapat menampung beragam aktivitas, mulai dari kegiatan edukatif, interaksi sosial, hingga rekreasi, tanpa mengesampingkan nilai-nilai religius sebagai identitas dasarnya.

Pemanfaatan media sosial, khususnya Instagram, menjadi sarana strategis dalam membangun citra ini melalui penyajian konten yang terstruktur dan berkelanjutan, yang menampilkan berbagai aktivitas, fasilitas, serta atmosfer masjid yang modern dan partisipatif. Dengan demikian, masjid tidak lagi dipahami sebagai ruang ibadah semata, melainkan sebagai representasi ruang sosial yang dinamis, inklusif, dan selaras dengan kehidupan masyarakat masa kini.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa citra masjid merupakan hasil dari proses konstruksi sosial yang terbentuk melalui komunikasi dan interaksi antara pengelola masjid dan masyarakat. Namun, penelitian tersebut masih menitikberatkan pada praktik komunikasi secara langsung dan belum mengulas peran media sosial sebagai ruang digital dalam pembentukan makna masjid (Ardiansyah, 2023).

Selanjutnya, penelitian lain menunjukkan bahwa peran humas masjid dipahami secara kuat dalam konteks menjaga citra lembaga keagamaan melalui penerapan manajemen isu yang dilakukan secara terstruktur dan berkelanjutan. Penelitian tersebut menyoroti fungsi humas sebagai pihak yang mengidentifikasi, mengantisipasi, serta menangani isu yang berpotensi memengaruhi persepsi publik terhadap masjid. Namun, kajian ini lebih berfokus pada pengelolaan isu dan belum menyoroti pemanfaatan media sosial sebagai ruang konstruksi makna sosial (Prihandono, 2024).

Sementara itu, penelitian lainnya menunjukkan bahwa masjid merupakan hasil produksi ruang sosial yang memungkinkan berbagai aktivitas di luar fungsi ibadah. Makna masjid dalam penelitian tersebut terbentuk melalui interaksi sosial masyarakat sebagai ruang publik yang dinamis. Namun, penelitian ini masih

berfokus pada interaksi dalam ruang fisik dan belum mengkaji peran media sosial sebagai ruang digital, serta belum menyoroti peran humas dalam mengelola komunikasi secara strategis (Fikri & Nadhilah K, 2022).

Kesenjangan utama terletak pada belum adanya penelitian yang secara khusus mengkaji pemanfaatan media sosial Instagram oleh humas dalam merepresentasikan masjid sebagai ruang publik baru. Penelitian terdahulu cenderung memandang media sosial sebatas sarana penyebaran informasi, tanpa mengkaji perannya dalam pembentukan makna sosial yang memengaruhi persepsi publik. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini memfokuskan pada pemanfaatan Instagram oleh humas Masjid Raya Al-Jabbar dengan menekankan strategi humas dalam membangun makna sosial di kalangan masyarakat. Adapun kebaruan penelitian ini terletak pada pengintegrasian Instagram sebagai ruang digital dengan strategi humas dalam proses pembentukan makna sosial yang berkontribusi terhadap pembangunan persepsi publik mengenai masjid. Berbeda dengan penelitian sebelumnya, penelitian ini menempatkan Instagram tidak hanya sebagai media komunikasi, tetapi juga sebagai ruang konstruksi sosial sekaligus instrumen strategis humas dalam membentuk pandangan masyarakat terhadap masjid sebagai ruang publik baru.

Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memposisikan media sosial sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai ruang interaksi yang memungkinkan terbentuknya makna bersama yang kemudian membentuk realitas dan persepsi publik terhadap masjid. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi humas dan pengelola masjid dalam mengelola media sosial secara lebih efektif dan terencana, khususnya dalam memanfaatkan Instagram untuk membangun citra masjid yang terbuka, inklusif, dan sesuai dengan dinamika masyarakat saat ini.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, maka identifikasi masalah yang dijadikan bahan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Belum optimalnya kajian mengenai peran humas masjid dalam memanfaatkan media sosial instagram

2. Kurangnya pemahaman terhadap proses pembentukan makna sosial yang bersifat kolektif mengenai citra Masjid Raya Al-Jabbar melalui media sosial.
3. Terbatasnya penelitian yang memadukan aktivitas kehumasan, media sosial Instagram, dan teori konstruksi sosial.

C. Perumusan Dan Pembatasan Masalah

1. Perumusan Masalah

Rumusan masalah penelitian ini adalah bagimana pemanfaatan media sosial Instagram oleh humas dalam Membangun citra masjid sebagai ruang publik baru.

2. Pembatasan Masalah

Agar penelitian lebih berfokus dan tidak meluas dari pembahasan yang dimaksudkan, maka peneliti fokus membatasi penelitiannya hanya pada:

a) Penelitian ini dibatasi pada strategi humas dalam memanfaatkan media sosial Instagram untuk mengonstruksi makna sosial yang berkontribusi dalam meningkatkan citra di kalangan masyarakat.
b) Penelitian ini difokuskan pada perencanaan, produksi, dan pengelolaan konten Instagram oleh humas dalam membangun citra Masjid Raya Al-Jabbar sebagai ruang publik baru.

D. Tujuan Penelitian

1. Menganalisis strategi humas dalam memanfaatkan media sosial Instagram untuk membentuk makna sosial yang berkontribusi terhadap pembangunan citra masjid di kalangan masyarakat.
2. Mengkaji perencanaan produksi dan pengelolaan konten Instagram oleh humas dalam membentuk makna sosial yang mendukung pembangunan citra Masjid Raya Al-Jabbar sebagai ruang publik baru.

E. Kegunaan Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Memberikan kontribusi ilmiah bagi pengembangan kajian Humas Keagamaan

dengan mengaplikasikan teori Konstruksi Sosial Berger & Luckmann pada konteks komunikasi religius di ruang publik.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat bagi berbagai pihak:

a. Sebagai referensi bagi akademisi untuk penelitian lanjutan di bidang humas keagamaan dan komunikasi sosial.
b. Sebagai bahan evaluasi bagi humas Masjid Raya Al-Jabbar dalam membangun citra publik.
c. Sebagai inspirasi bagi pengelola lembaga keagamaan lain dalam merancang strategi komunikasi publik yang terbuka.

F. Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana strategi humas dalam memanfaatkan Instagram untuk membentuk makna sosial di kalangan masyarakat ?
2. Bagaimana humas mengelola dan menyusun konten Instagram dalam membangun citra Masjid Raya Al-Jabbar sebagai ruang publik baru di kalangan masyarakat ?

G. Asumsi

Penelitian ini didasarkan pada pemikiran bahwa fungsi masjid dalam masyarakat saat ini telah mengalami perluasan, tidak hanya sebagai tempat ibadah, tetapi juga sebagai ruang publik yang mencakup aspek sosial, edukatif, dan rekreatif. Dalam konteks ini, citra masjid dipahami sebagai hasil dari proses komunikasi yang dikelola secara strategis, khususnya oleh humas.

Berlandaskan teori konstruksi sosial dari Peter L. Berger dan Thomas Luckmann, realitas sosial tidak bersifat alamiah, melainkan terbentuk melalui proses dialektis antara individu dan masyarakat. Realitas tersebut dikonstruksi secara terus-menerus melalui interaksi sosial dan pengetahuan yang dimiliki individu (Berger & Luckmann, 2023).

Dalam penelitian ini, pemanfaatan Instagram oleh humas dipahami sebagai bentuk eksternalisasi, yaitu upaya mengekspresikan nilai, pesan, dan identitas masjid ke

dalam ruang digital. Interaksi serta respons masyarakat terhadap konten yang disajikan kemudian menghasilkan objektivasi, di mana makna yang dibangun mulai diterima sebagai realitas bersama. Proses ini berlanjut pada internalisasi, yaitu tahap ketika masyarakat menyerap dan memahami makna tersebut sebagai bagian dari cara pandang mereka terhadap fungsi masjid.

Melalui proses eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi yang berlangsung di Instagram, terbentuk pemahaman bersama mengenai Masjid Raya Al-Jabbar yang tidak hanya dipandang sebagai tempat ibadah, tetapi juga sebagai ruang publik yang mendukung aktivitas sosial, edukatif, dan interaksi masyarakat. Pemahaman yang terbentuk melalui proses konstruksi sosial tersebut kemudian menjadi dasar munculnya citra Masjid Raya Al-Jabbar sebagai ruang publik baru di benak masyarakat.

H. Metodologi Penelitian

Peneliti menggunakan paradigma konstruktivisme dalam penelitian ini. Paradigma ini memandang realitas sosial sebagai hasil interaksi, pengalaman, dan pemaknaan bersama antara peneliti dan partisipan. Paradigma konstruktivisme berasumsi bahwa realitas tidak bersifat tunggal dan objektif. Paradigma ini melihat realitas sebagai sesuatu yang terbentuk melalui proses sosial yang melibatkan subjek penelitian secara aktif.

Sedangkan pendekatann yang digunakan dalam pendekatan ini adalah pendekatan kualitatif, penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang mengeksplorasi dan memahami makna di sejumlah individu atau sekelompok orang yang berasal dari masalah sosial (Creswell, 2019).

Desain penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus sebagaimana dikemukakan oleh Robert K. Yin, yang berfokus pada pengkajian mendalam dan kontekstual terhadap suatu kasus dalam batasan tertentu. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian lapangan *(field research),* yaitu penelitian yang dilakukan secara langsung di lokasi untuk memperoleh data empiris melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, Serta analisis data menggunakan penjodohan pola dan eksplanasi

Informan penelitian ditentukan melalui purposive sampling, yaitu pemilihan secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu (Sugiyono, 2022). Kriteria tersebut mencakup keterlibatan langsung dalam aktivitas komunikasi publik dan pengelolaan media sosial. Informan meliputi Humas Masjid Raya Al-Jabbar, serta jamaah atau pengunjung yang aktif berinteraksi di platform media sosial masjid.