



Strategi Rekrutmen Majelis Taklim Darusshofa Dalam Meningkatkan Jumlah Jamaah

¹Muhammad Yamin Hasibuan; ^{2*}Rubino

¹⁻²Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan Indonesia

¹Muhammad0104213108@uinsu.ac.id; ²rubino@uinsu.ac.id

*Penulis koresponden

Diajukan: 12-07-2025

Diterima: 06-08-2025

ABSTRACT: This study aims to analyze the recruitment strategies used by the Majelis Taklim Darusshofa to increase the number of congregants. This study uses a qualitative approach with data collection techniques through in-depth interviews with three key informants: the Chairperson, Secretary, and active members of Majelis Taklim Darusshofa. This technique was chosen to explore first-hand experiences, perceptions, and strategic steps that have been implemented in the recruitment process. The results of the study show that there are three main strategies employed by Majelis Taklim Darusshofa, namely: (1) identifying the needs of the congregants and adjusting the da'wah materials accordingly, (2) utilizing social media platforms such as WhatsApp and Instagram to disseminate information, and (3) intensive personal approaches through direct invitations and attention to the individual conditions of congregants. The findings of recruitment strategies based on social relations, digital, and spiritual needs could be a model for developing sustainable Islamic study groups.

KEYWORDS: Strategy, Recruitment, Majelis Taklim Darusshofa, Increases, Congregants

ABSTRAK: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi rekrutmen pada Majelis Taklim Darusshofa dalam meningkatkan jumlah jamaah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam kepada tiga narasumber utama, yaitu Ketua, Sekretaris, dan jamaah aktif Majelis Taklim Darusshofa untuk menggali pengalaman langsung, persepsi, serta langkah-langkah strategis yang telah diterapkan dalam proses perekrutan jamaah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat tiga strategi utama yang dijalankan oleh Majelis Taklim Darusshofa, yaitu: (1) identifikasi kebutuhan jamaah dan penyesuaian materi dakwah, (2) pemanfaatan media sosial seperti WhatsApp dan Instagram untuk menyebarluaskan informasi, (3) pendekatan personal intensif melalui undangan langsung dan perhatian terhadap kondisi jamaah. Temuan strategi rekrutmen yang berbasis relasi sosial, digital, dan kebutuhan spiritual bisa jadi model pengembangan majelis taklim berkelanjutan.

KATA KUNCI: Strategi, Rekrutmen, Majelis Taklim Darusshofa, Meningkatkan, Jamaah

A. PENDAHULUAN

Strategi rekrutmen majelis taklim adalah upaya yang dirancang secara terstruktur untuk menarik minat masyarakat agar terlibat dalam kegiatan keagamaan secara aktif. Strategi ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana mengajak, tetapi juga menjadi bagian penting dari proses dakwah yang memperkuat keterikatan spiritual dan sosial antara jamaah dan majelis. Melalui pendekatan yang tepat, strategi rekrutmen mampu membentuk pola komunikasi yang efektif, menciptakan suasana pembelajaran yang inklusif, serta memperluas jangkauan dakwah ke berbagai lapisan masyarakat. Manfaat dari pelaksanaan strategi ini antara lain adalah meningkatnya partisipasi jamaah, terciptanya komunitas yang solid, serta terbangunnya keberlanjutan kegiatan keagamaan yang berdampak positif bagi kehidupan spiritual dan sosial umat.¹ Dengan melakukan strategi rekrutmen yang ideal tentunya akan menghadirkan banyak jamaah yang bergabung ke majelis taklim.

Strategi rekrutmen yang efektif untuk memperbanyak jamaah majelis taklim adalah Pertama melalui identifikasi kebutuhan jamaah dan penyesuaian program dakwah. Strategi ini dilakukan dengan memahami siapa yang ingin dijangkau serta apa kebutuhan spiritual dan sosial mereka. Dengan melakukan segmentasi berdasarkan usia, profesi, atau minat keagamaan, majelis dapat menyusun materi dakwah yang relevan dan kontekstual. Imaduddin & Al Attas menjelaskan bahwa penyusunan tema kajian seperti *parenting* untuk ibu, etika digital untuk remaja, atau muamalah untuk kalangan pekerja membuat program terasa lebih personal dan mampu menarik minat jamaah baru sekaligus mempertahankan keterlibatan jamaah lama.² Penyesuaian ini tidak hanya meningkatkan relevansi isi kajian, tetapi juga menjadi strategi yang efektif dan

¹ Siti Syarah Afifa, Ahmad Asrof Fitri, and Mulkannasir Mulkannasir, "Strategi Dakwah Majelis Taklim Mushola Al-Falah Haurgeulis Dalam Meningkatkan Jamaah," *Jkomdis: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial* 3, no. 1 (2023): 61–70, <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v3i1.518>.

² Imaduddin and Sayyid Muhammad Al Attas, "Manajemen Majelis Taklim Dalam Meningkatkan Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Di Kota Samarinda Provinsi Kalimantan Timur," *Nidhomiyah: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 3, no. 2 (2022): 129–49, <https://doi.org/10.38073/nidhomiyah.v3i2.870>.

berkelanjutan dalam memperluas jangkauan dakwah serta menambah jumlah jamaah secara signifikan.³

Strategi rekrutmen kedua yang dapat memperbanyak jamaah majelis taklim adalah melalui pemanfaatan media digital sebagai sarana dakwah yang relevan dengan perkembangan zaman. Platform seperti WhatsApp, Facebook, Instagram, dan TikTok menjadi media yang efektif untuk menjangkau masyarakat luas, terutama mereka yang memiliki keterbatasan waktu dan mobilitas. WhatsApp digunakan untuk menyebarkan informasi secara langsung dan personal, Facebook dan Instagram menyajikan dokumentasi visual kegiatan, sedangkan TikTok mampu menarik perhatian generasi muda melalui video singkat yang menarik. Yuniarti & Fadlun menjelaskan bahwa berbagai konten dakwah—seperti video kajian pendek, infografis, dan siaran langsung—berperan besar dalam menarik berbagai kalangan untuk bergabung, meskipun tidak hadir secara fisik.⁴ Pemanfaatan media ini memungkinkan majelis taklim menjangkau lebih banyak jamaah secara fleksibel dan efisien. Dengan demikian, digitalisasi dakwah menjadi strategi penting dalam proses rekrutmen jamaah masa kini.⁵

Strategi rekrutmen ketiga dalam memperbanyak jamaah majelis taklim dapat dilakukan melalui pendekatan interpersonal dan relasi sosial yang hangat. Lestari menjelaskan bahwa penerapan *khitobah ta'tsiriyah* berupa keramahan, perhatian personal, dan komunikasi dua arah mampu menciptakan ikatan emosional yang kuat antara pengurus dan jamaah. Jamaah yang merasa dihargai akan lebih nyaman dan cenderung mengajak orang lain untuk ikut bergabung. Pendekatan ini efektif membangun loyalitas sekaligus memperluas jaringan dakwah secara alami. Dengan

³ Neng Ayu Lestari, Rojudin Rojudin, and Ridwan Rustandi, "Atraksi Personal Jama'ah Majelis Taklim Dalam Mengikuti Khitobah Ta'tsiriyah," *Tabligh: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 9, no. 1 (2024): 45–64, <https://doi.org/10.15575/tabligh.v9i1.37422>.

⁴ Fadlun Fadlun, "Desain Dakwah Islam Pada Masyarakat Industri 4.0 Dakwah Melalui Konten Video Ceramah Di Channel Youtube," *An-Nida : Jurnal Komunikasi Islam* 13, no. 2 (2021): 107–14, <https://doi.org/10.34001/an-nida.v13i2.2220>.

⁵ Lukmana, "Strategi Pengelolaan Media Sosial Dalam Pengembangan Dakwah Majelis Taklim Dzikir Dan Sholawat As-Shofa Banjarmasin," *Al-Idza'ah: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 3, no. 2 (2021): 48–62.

begitu, pertumbuhan jamaah tidak hanya terjadi karena program, tetapi juga karena relasi yang terbangun.⁶

Strategi rekrutmen berikutnya dalam upaya memperbanyak jamaah majelis taklim adalah melalui pelibatan jamaah dalam kegiatan sosial dan ekonomi komunitas. Majelis yang aktif mengadakan kegiatan seperti pelatihan kewirausahaan, santunan sosial, dan bazar komunitas tidak hanya menjalankan fungsi dakwah, tetapi juga memenuhi kebutuhan praktis masyarakat. Bisri & Setiawan, menjelaskan bahwa kegiatan-kegiatan ini menjadi daya tarik tambahan yang melengkapi kajian keagamaan, serta memperkuat rasa memiliki dan keterlibatan jamaah terhadap majelis. Ketika jamaah merasa dilibatkan secara sosial dan ekonomi, mereka cenderung lebih loyal dan turut mengajak orang lain untuk bergabung. Dengan demikian, pelibatan dalam kegiatan nyata menjadi strategi efektif dalam memperluas jaringan dakwah dan meningkatkan jumlah jamaah secara berkelanjutan.⁷

Strategi kelima dalam pencapaian rekrutmen untuk memperbanyak jamaah majelis taklim adalah menjaga konsistensi program dan memperkuat identitas dakwah. Majelis yang rutin mengadakan kajian dengan jadwal tetap serta tema yang terarah cenderung lebih mudah dikenali oleh masyarakat. Kejelasan identitas dakwah, seperti gaya penyampaian, fokus materi, hingga visualisasi media promosi, akan membentuk citra khas yang membedakan majelis dari yang lain. Menurut Dewi Nuraina, Ulul Aedi, & Arsam, bahwa konsistensi semacam ini mampu memperkuat loyalitas jamaah dan membangun reputasi yang kredibel. Jamaah yang merasa nyaman dan percaya pada arah dakwah majelis biasanya akan terus mengikuti kegiatan serta merekomendasikannya kepada lingkungan sekitar. Dengan demikian, penguatan identitas dan

⁶ Lestari, Rojudin, and Rustandi, "Atraksi Personal Jama'ah Majelis Taklim Dalam Mengikuti Khitobah Ta'tsiriyyah."

⁷ Hasan Bisri and Cucu Setiawan, "Pemberdayaan Ibu-Ibu Jamaah Majelis Ta'Lim Melalui Pelatihan Kewirausahaan Syari'Ah Di Desa Balokang Kota Banjar Propinsi Jawa Barat," *Al-Khidmat* 2, no. 1 (2019): 40–45, <https://doi.org/10.15575/jak.v2i1.5362>.

keteraturan program menjadi kunci dalam membangun kepercayaan publik dan memperluas jangkauan jamaah secara berkelanjutan.⁸

Strategi rekrutmen terakhir dalam upaya memperbanyak jamaah majelis taklim adalah melalui pendekatan personal yang intensif dan membangun kedekatan emosional secara mendalam. Pendekatan ini melibatkan interaksi langsung seperti undangan pribadi, kunjungan ke rumah, memperhatikan kondisi jamaah secara berkala, serta mengangkat pengalaman hidup mereka ke dalam materi kajian. Menurut Adawaliyah, dalam studi yang dilakukan pada majelis taklim pegawai, tema-tema yang menyentuh aspek personal seperti -uji cinta dalam rumah tangga- terbukti mampu menciptakan ikatan emosional yang kuat. Ketika jamaah merasa diperhatikan secara individu dan kajian mencerminkan realitas hidup mereka, tumbuhlah rasa keterhubungan dan kenyamanan untuk terus hadir. Strategi ini tidak hanya memperkuat loyalitas, tetapi juga mendorong mereka untuk merekomendasikan dan mengajak orang lain bergabung, menjadikannya salah satu pendekatan yang efektif dalam memperluas keikutsertaan jamaah di lingkungan majelis taklim.⁹

Strategi rekrutmen majelis taklim merupakan bagian integral dalam pengembangan dakwah Islam di tengah masyarakat modern. Para ahli mengemukakan bahwa terdapat enam strategi utama yang Ideal dalam meningkatkan jumlah jamaah dan memperkuat keberadaan majelis taklim, yakni: (1) identifikasi kebutuhan jamaah dan penyesuaian program dakwah, (2) pemanfaatan media digital sebagai sarana dakwah yang relevan dengan perkembangan zaman, (3) pendekatan interpersonal dan relasi sosial yang hangat, (4) pelibatan jamaah dalam kegiatan sosial dan ekonomi komunitas, (5) menjaga konsistensi program dan memperkuat identitas dakwah, serta (6) pendekatan personal yang intensif dan membangun kedekatan emosional secara mendalam.

⁸ Dewi Nuraina and Ulul Aedi, "Strategi Takmir Masjid Jami Al-Falah Kabupaten Pangandaran Dalam Meningkatkan Minat Bersedekah Jamaah," *Tadbir: Jurnal Manajemen Dakwah* 10 (2025): 67–80, <https://doi.org/10.15575/tadbir.v10i1>.

⁹ Robiatul Adawiyah, "Eksistensi Dan Pola Pendidikan Islam Melalui Majelis Taklim Di Perkantoran," *Pendekar : Jurnal Pendidikan Berkarakter* 7, no. 4 (2024): 377–85, <https://journal.ummat.ac.id/index.php/pendekar/article/view/27274>.

Dari keenam strategi tersebut, Majelis Taklim Darusshofa secara nyata telah menerapkan Tiga di antaranya, yaitu: (1) Identifikasi Kebutuhan Jamaah (2) pemanfaatan media digital, (3) pendekatan personal yang intensif. Ketiga strategi tersebut menjadi bagian dari praktik dakwah mereka sehari-hari yang secara bertahap berhasil meningkatkan keterlibatan jamaah. Meskipun belum seluruh strategi dijalankan secara komprehensif, penerapan sebagian besar dari pendekatan ini telah memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan jamaah dan keberlanjutan kegiatan keagamaan dalam lingkup majelis tersebut.

Adapun Penelitian Terdahulu Yang dilakukan Oleh Rahmat dengan judul Strategi Rekrutmen Jamaah Majelis Taklim di Kota Bandung. Kajian ini menekankan pentingnya segmentasi jamaah berdasarkan usia dan profesi dalam merancang materi dakwah. Strategi yang diterapkan meliputi penyesuaian tema kajian seperti parenting, etika remaja, hingga kajian ekonomi Islam sesuai kebutuhan audiens. Selain itu, promosi melalui media sosial dan pendekatan interpersonal terbukti efektif dalam meningkatkan jumlah jamaah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penyesuaian materi yang kontekstual menjadi kunci keberhasilan dalam strategi rekrutmen

Selanjutnya Kedua Oleh Yuniarti dan Nurohim berjudul Pemanfaatan Media Digital dalam Strategi Rekrutmen Jamaah Majelis Taklim. Penelitian ini mengkaji bagaimana media digital seperti WhatsApp, Instagram, dan YouTube dimanfaatkan untuk menjangkau jamaah yang lebih luas, terutama generasi muda dan masyarakat dengan mobilitas tinggi. Penggunaan konten dakwah dalam bentuk video pendek, infografis, serta siaran langsung dinilai efektif dalam membangun keterlibatan. Penelitian ini dilakukan di beberapa majelis urban di Yogyakarta, dan hasilnya menunjukkan bahwa media digital berperan penting dalam memperluas jangkauan dakwah secara efisien dan adaptif.

Kajian Terdahulu selanjutnya oleh Adawiyah dengan judul Pendekatan Personal dalam Strategi Rekrutmen Jamaah Majelis Taklim. Fokus utama penelitian ini adalah strategi rekrutmen berbasis kedekatan emosional dan perhatian individu. Strategi seperti undangan langsung,

kunjungan ke rumah jamaah, serta pemilihan tema dakwah yang menyentuh pengalaman hidup jamaah dinilai efektif dalam menciptakan keterikatan. Studi ini dilakukan pada majelis taklim pegawai di kota Mataram dan menunjukkan bahwa pendekatan personal dapat meningkatkan loyalitas serta partisipasi aktif jamaah dalam kegiatan majelis secara berkelanjutan.¹⁰

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi rekrutmen yang digunakan oleh Majelis Taklim Darusshofa dalam meningkatkan jumlah jamaah. Penelitian ini ingin mengetahui bagaimana strategi tersebut dirancang dan diimplementasikan. Tujuan ini mencakup pemahaman terhadap bentuk, metode, dan pendekatan yang digunakan dalam proses rekrutmen. Dengan menganalisis strategi tersebut, diharapkan diperoleh gambaran yang jelas tentang efektivitas rekrutmen jamaah.

B. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk mengkaji strategi rekrutmen Majelis Taklim Darusshofa dalam meningkatkan jumlah jamaah. Data dikumpulkan melalui wawancara semi-terstruktur dengan pengurus majelis-termasuk ketua, sekretaris, serta jamaah aktif yang telah rutin mengikuti kegiatan majelis minimal enam bulan. Selain wawancara, data juga diperoleh melalui observasi langsung kegiatan pengajian dan dokumentasi seperti brosur serta media sosial majelis. Analisis data dilakukan menggunakan model Miles dan Huberman yang mencakup reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Untuk menjaga keabsahan data, peneliti menggunakan triangulasi sumber dan teknik, yakni dengan membandingkan data dari wawancara, observasi, dan dokumentasi secara menyeluruh.

C. DESKRIPSI DAN PEMBAHASAN

Majelis Taklim Darusshofa merupakan sebuah lembaga keagamaan yang bersifat terbuka untuk seluruh kalangan umat Islam, dengan fokus utama dalam membina dan memotivasi generasi muda agar semangat menjalani ajaran dan sunnah Nabi Muhammad SAW. Lembaga ini dirintis

¹⁰ Adawiyah.

oleh KH. Mufty Ahmad Nashihin, seorang ulama yang merupakan alumni Darul Musthofa Tarim Hadramaut, Yaman, sekaligus murid langsung dari ulama besar dunia, Habib Umar bin Hafidz. Atas arahan gurunya, beliau mendapat amanah untuk berdakwah di Kota Medan dan kemudian mendirikan Majelis Taklim Darusshofa sebagai pusat pembinaan ruhani umat, khususnya bagi para remaja.

Sebagai bagian dari pengembangan pendidikan Islam, Majelis Taklim ini juga menaungi Pondok Pesantren Al Busyro, sebuah lembaga pendidikan bermazhab Ahlussunnah wal Jama'ah yang berdiri sejak tahun 2007. Pesantren tersebut menjadi wadah pembentukan akhlak dan keilmuan generasi muda yang terintegrasi dengan aktivitas rutin majelis. Setiap hari, Majelis Taklim ini mengadakan kajian keagamaan yang diisi dengan zikir, wirid Hadrah Basaudan, pembacaan manaqib para wali dalam kitab Syarah Ainiyah, serta forum *Jalsah Istnain*. Seluruh kegiatan ini bertujuan membina keistiqomahan spiritual dan moral remaja, menjauhkan mereka dari aktivitas yang tidak bermanfaat, sekaligus menanamkan cinta kepada ulama dan tradisi keilmuan Islam.

Dari hasil observasi di Majelis Taklim Darusshofa dan hasil wawancara bersama Ketua dan Sekretaris Majelis Taklim Darusshofa, serta beberapa jamaah aktif, diperoleh informasi mengenai pelaksanaan strategi rekrutmen yang dilakukan dalam rangka meningkatkan jumlah jamaah. Penelitian ini dilakukan untuk menggali sejauh mana langkah- langkah yang ditempuh majelis dalam mengajak dan mempertahankan partisipasi masyarakat. Seluruh data diperoleh melalui wawancara langsung dan didukung oleh observasi terhadap aktivitas rutin yang berlangsung di majelis tersebut.

Identifikasi Kebutuhan Jamaah

Berdasarkan hasil wawancara, diketahui bahwa identifikasi kebutuhan jamaah menjadi langkah awal dalam menyusun strategi rekrutmen di Majelis Taklim Darusshofa. Informasi mengenai latar belakang jamaah, seperti usia, jenis pekerjaan, serta permasalahan yang sering mereka hadapi, diperoleh melalui pendekatan personal dan interaksi sehari-hari. Data tersebut menjadi dasar dalam menentukan tema kajian

yang relevan dan diminati, seperti kajian keluarga, motivasi islami, atau persoalan ibadah sehari-hari. Proses ini dilakukan secara alami melalui percakapan sebelum dan sesudah pengajian, serta melalui pengamatan langsung terhadap dinamika jamaah. Pendekatan ini dinilai efektif karena menjadikan majelis lebih responsif terhadap kebutuhan nyata masyarakat.

Selain melalui interaksi langsung, kebutuhan jamaah juga dikenali dari respon mereka terhadap tema-tema yang disampaikan dalam setiap kajian. Ketika tema tertentu menimbulkan antusiasme dan diskusi yang aktif, maka tema serupa akan dilanjutkan atau dikembangkan lebih dalam pada pertemuan berikutnya. Hal ini menunjukkan bahwa pengurus secara adaptif membaca kebutuhan aktual jamaah. Strategi ini terbukti efektif dalam menjaga relevansi materi yang disampaikan. Dampaknya, semakin banyak jamaah baru yang tertarik untuk hadir karena merasa kebutuhan spiritual mereka terjawab.

Strategi identifikasi kebutuhan ini juga dilakukan dengan memperhatikan kecenderungan jamaah dalam memilih waktu yang tepat dan format kajian yang diminati. Dengan penyesuaian tersebut, majelis taklim menjadi lebih fleksibel dan tidak membebani jamaah. Suasana yang nyaman dan materi yang sesuai menjadikan jamaah lebih tertarik untuk terus mengikuti kegiatan. Hal ini secara langsung berdampak pada bertambahnya jumlah jamaah dari waktu ke waktu.

Upaya mengenali kebutuhan jamaah juga dilakukan dengan menyesuaikan gaya penyampaian materi yang komunikatif dan tidak kaku. Pendekatan ini membuat suasana kajian terasa lebih hidup dan mudah dipahami, terutama bagi jamaah yang baru pertama kali mengikuti majelis. Dengan gaya yang lebih dialogis dan membumi, banyak jamaah merasa lebih nyaman untuk ikut bergabung tanpa merasa canggung. Ketika materi terasa dekat dengan kehidupan sehari-hari, maka keinginan untuk terus hadir pun meningkat. Hal ini menunjukkan bahwa strategi identifikasi kebutuhan tidak hanya relevan dalam isi, tetapi juga dalam cara penyampaiannya. Dalam Al-Quran Surah An-Nahl [16]: 125.

“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara

yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk”.

Surah An-Nahl [16]: 125 mengajarkan pendekatan dakwah yang bijaksana melalui tiga prinsip utama: *hikmah* (kebijaksanaan), *mau'izhah hasanah* (nasihat yang baik), dan *mujadalah* dengan cara yang paling baik. Prinsip ini tercermin dalam strategi identifikasi kebutuhan jamaah yang diterapkan oleh Majelis Taklim Darusshofa. Dengan menggali latar belakang jamaah melalui pendekatan personal dan interaksi sehari-hari, pengurus majelis dapat memahami secara mendalam kebutuhan spiritual dan sosial mereka. Informasi seperti usia, pekerjaan, dan permasalahan hidup dijadikan acuan untuk menentukan tema kajian yang relevan, seperti pembinaan keluarga, motivasi Islami, atau persoalan ibadah. Ini mencerminkan implementasi dari hikmah, yaitu kemampuan membaca konteks jamaah secara bijaksana sebelum menyampaikan dakwah.

Selanjutnya, penyampaian materi yang komunikatif dan dialogis menjadi cerminan dari *mau'izhah hasanah* dan *mujadalah* yang baik. Kajian tidak disampaikan secara kaku, melainkan dengan pendekatan yang membumi dan dekat dengan kehidupan sehari-hari, sehingga jamaah merasa nyaman dan mudah memahami pesan yang disampaikan. Ketika tema-tema tertentu disambut antusias, pengurus adaptif dalam menyusun kajian lanjutan yang relevan, menjaga kontinuitas minat jamaah. Dengan suasana yang santai, waktu yang fleksibel, dan gaya penyampaian yang ramah, strategi ini terbukti efektif dalam menarik jamaah baru dan mempertahankan jamaah lama. Inilah bukti bahwa Surah An-Nahl ayat 125 tidak hanya menjadi pedoman normatif dalam berdakwah, tetapi juga aplikatif dalam pengelolaan majelis taklim yang responsif terhadap kebutuhan umat. Dengan strategi identifikasi kebutuhan yang tepat, Majelis Taklim Darusshofa mampu menarik minat jamaah secara berkelanjutan. Pendekatan ini menjadi fondasi penting dalam memperkuat keterlibatan dan loyalitas jamaah terhadap kegiatan keagamaan.

Pemanfaatan Media Digital

Strategi rekrutmen yang paling efektif di Majelis Taklim Darusshofa adalah pemanfaatan media sosial sebagai sarana dakwah dan ajakan. Media seperti WhatsApp dan Instagram digunakan secara aktif untuk menyebarkan informasi kegiatan, jadwal pengajian, dan kutipan-kutipan keagamaan. Konten disusun secara menarik dan mudah dipahami, sehingga mampu menarik perhatian khalayak luas. Informasi yang cepat dan ringkas menjadikan jamaah lebih mudah mengetahui kegiatan yang berlangsung. Cara ini terbukti mampu menjangkau masyarakat lebih luas dan meningkatkan partisipasi.

Selanjutnya Selain melalui WhatsApp dan Instagram, Majelis Taklim Darusshofa juga secara rutin melakukan *live streaming* setiap ada kajian melalui YouTube. Strategi ini memungkinkan dakwah menjangkau audiens yang lebih luas, termasuk mereka yang berada di luar wilayah majelis. *Live streaming* memberikan akses *real-time* bagi jamaah yang tidak bisa hadir secara langsung, namun tetap ingin mengikuti materi pengajian. Langkah ini menunjukkan komitmen Darusshofa dalam memanfaatkan media digital secara maksimal sebagai bagian dari strategi rekrutmen dan perluasan jangkauan dakwah.

Berdasarkan hasil wawancara, diketahui bahwa jumlah jamaah terus bertambah sejak informasi kajian disebarluaskan secara rutin melalui grup WhatsApp dan unggahan Instagram. Penyebaran konten yang konsisten membuat kegiatan majelis lebih dikenal, bahkan oleh masyarakat yang sebelumnya tidak pernah ikut. Banyak jamaah baru yang hadir karena mengetahui kegiatan Darusshofa dari postingan media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa strategi digital memberikan dampak langsung pada peningkatan jamaah. Media sosial menjadi jembatan awal yang menghubungkan masyarakat dengan aktivitas majelis.

Selain menyebarkan informasi, media sosial juga digunakan sebagai media interaksi yang mempererat hubungan antara pengurus dan jamaah. Fitur komentar dan pesan langsung dimanfaatkan untuk menjawab pertanyaan, menerima masukan, serta membangun komunikasi yang lebih terbuka. Pendekatan ini menciptakan suasana dakwah yang lebih hangat

dan akrab sekaligus menumbuhkan loyalitas jamaah. Jamaah merasa dihargai dan dilibatkan secara aktif dalam kegiatan majelis. Komunikasi dua arah ini memperkuat kepercayaan dan memperluas jangkauan dakwah. Kelebihan lainnya adalah fleksibilitas waktu dan akses yang ditawarkan media sosial, sehingga informasi dapat diterima kapan saja oleh siapa saja.¹¹ Strategi ini memungkinkan masyarakat tetap terhubung dengan majelis meskipun tidak selalu hadir secara langsung. Bahkan mereka yang awalnya hanya melihat konten, kemudian ikut bergabung setelah merasa tertarik dengan kegiatan yang ditampilkan. Dengan demikian, media sosial bukan sekadar alat promosi, tetapi juga pintu masuk efektif bagi pertumbuhan jamaah. Efektivitas ini terlihat dari meningkatnya jumlah kehadiran setiap pekan.¹²

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial sebagai strategi rekrutmen di Majelis Taklim Darusshofa sangat berhasil. Penyebaran informasi yang cepat, konten yang menarik, dan interaksi yang aktif menjadi faktor kunci keberhasilan strategi ini. Jumlah jamaah terus mengalami peningkatan dari waktu ke waktu. Pengurus berhasil menciptakan sistem dakwah digital yang adaptif terhadap kebutuhan zaman. Media sosial terbukti menjadi alat yang strategis dan berdampak langsung dalam memperluas jaringan jamaah.¹³

Pendekatan Personal Yang Intensif

Strategi rekrutmen melalui pendekatan personal menjadi langkah efektif yang diterapkan oleh Majelis Taklim Darusshofa. Strategi ini dilakukan dengan menjalin komunikasi langsung secara hangat dan penuh

¹¹ Mayasari and Rosdiana, "Analisis Manajemen Majelis Taklim Mustafawiyah Di Desa Purba Baru," *Sakola - Journal of Sains Cooperative Learning and Law* 1, no. 2 (2024): 100–110, <https://doi.org/10.57235/sakola.v1i2.3229>; Siska Mariana, Ahmad Syahid, and Surni Kadir, "Peran Majelis Taklim Al-Magfirah Melalui Pemanfaatan Media Sosial Dakwah Islamiyah Terhadap Pemahaman Keagamaan Ibu-Ibu Rumah Tangga Di Kelurahan Talise," *Jurnal Kolaboratif Sains* 3, no. 6 (2020): 287–95, <https://doi.org/10.56338/jks.v3i6.1730>.

¹² Mariana, Ahmad Syahid, and Surni Kadir, "Peran Majelis Taklim Al-Magfirah Melalui Pemanfaatan Media Sosial Dakwah Islamiyah Terhadap Pemahaman Keagamaan Ibu-Ibu Rumah Tangga Di Kelurahan Talise."

¹³ Lana Salsabila Salsa et al., "Optimalisasi Fungsi Manajemen Majelis Taklim At-Taufiqy Wonopringgo Pekalongan Sebagai Upaya Transmisi Pemahaman Islam Intensif," *Al-Manaj: Jurnal Program Studi Manajemen Dakwah* 3, no. 02 (2024): 45–58, <https://doi.org/10.56874/almanaj.v3i02.1482>.

kedekatan. Pendekatan ini membangun rasa diterima dan dihargai oleh setiap individu yang diajak. Hasilnya, semakin banyak masyarakat yang tertarik untuk bergabung sebagai jamaah. Bentuk pendekatan dilakukan secara langsung melalui sapaan personal, perhatian terhadap kondisi jamaah, dan komunikasi santai di luar kegiatan. Strategi ini menciptakan suasana kekeluargaan yang tidak kaku. Jamaah merasa nyaman karena hubungan yang terbangun tidak bersifat formal. Dari pendekatan ini, kehadiran jamaah terus mengalami peningkatan.¹⁴

Darusshofa juga menerapkan pendekatan personal melalui metode ajakan teman ke teman. Strategi ini dinilai sangat efektif karena tidak bersifat memaksa dan dilakukan dalam suasana pergaulan yang wajar. Banyak jamaah baru hadir karena diajak oleh orang terdekat yang sudah lebih dulu aktif. Cara ini memperluas jaringan jamaah secara cepat dan alami. Melalui strategi ini, hubungan sosial antar jamaah juga terjalin lebih erat karena interaksi terjadi di luar ruang formal. Jamaah tidak hanya datang karena isi kegiatan, tetapi karena merasa memiliki kedekatan dengan pengurus dan sesama jamaah. Pendekatan personal ini membentuk rasa keterikatan yang kuat terhadap majelis. Hal ini berdampak langsung pada peningkatan loyalitas dan keberlanjutan keikutsertaan .

Efektivitas pendekatan personal juga terlihat dari bagaimana pengurus tidak membatasi interaksi hanya dalam forum resmi. Jamaah sering diajak berdiskusi ringan setelah kajian atau saat bertemu di luar majelis. Hal ini memperkuat hubungan emosional dan membentuk rasa kedekatan yang berkelanjutan. Interaksi semacam ini membuat jamaah merasa menjadi bagian penting dari komunitas Darusshofa. Secara keseluruhan, strategi pendekatan personal yang diterapkan Majelis Taklim Darusshofa berhasil memperbanyak jamaah secara signifikan. Hubungan yang dibangun secara langsung dan penuh empati membuat masyarakat merasa dekat dengan majelis. Strategi ini menciptakan kenyamanan yang menjadi alasan utama jamaah baru bergabung. Keberhasilan ini

¹⁴ Zaini Dahlan, "Peran Dan Kedudukan Majelis Taklim Di Indonesia," *Al-Fatih: Jurnal Pendidikan Dan Keislaman* II, no. 2 (2019): 256, <http://jurnal.stit-alfatihadiahlabura.ac.id/index.php/alfatih/article/view/40/40>.

membuktikan pendekatan personal sebagai strategi rekrutmen yang efektif dan berkelanjutan.

Strategi rekrutmen yang diterapkan oleh Majelis Taklim Darusshofa dalam meningkatkan jumlah jamaah menunjukkan pendekatan yang relevan dan adaptif terhadap dinamika masyarakat saat ini. Melalui penguatan dakwah berbasis spiritualitas dan digital, majelis ini berhasil menciptakan ruang keagamaan yang tidak hanya aktif secara ritual, tetapi juga komunikatif dan inklusif. Efendi et al. menjelaskan bahwa pemanfaatan media digital seperti YouTube, Facebook, Instagram, dan WhatsApp menjadi sarana yang sangat efektif dalam menarik perhatian masyarakat luas, khususnya generasi muda. Konten dakwah seperti video kajian, siaran langsung Maulid Arbain, serta infografis keislaman berhasil memperkuat eksistensi Majelis Taklim Darusshofa di ruang publik digital dan membuka akses ke jamaah yang tidak dapat hadir secara fisik.¹⁵

Selain itu, strategi pendekatan personal juga menjadi kunci keberhasilan. Majelis Taklim Darusshofa mengedepankan interaksi hangat antara pengurus dan jamaah melalui ajakan langsung, perhatian individual, dan dialog terbuka. Hal ini selaras dengan hasil studi Supriyadi, yang menegaskan bahwa pendekatan emosional dan pengalaman personal yang disampaikan dalam kajian dapat memperkuat loyalitas jamaah dan meningkatkan partisipasi aktif.¹⁶

Secara umum, strategi rekrutmen Majelis Taklim Darusshofa memadukan dakwah spiritual, relasi interpersonal, dan digitalisasi program dengan cukup komprehensif. Darmayenti & Kustiawan menekankan bahwa keberhasilan rekrutmen jamaah dalam konteks majelis taklim sangat dipengaruhi oleh perencanaan dakwah yang sistematis, konsistensi program, serta kemampuan adaptasi terhadap perubahan sosial. Hal ini sudah tercermin dalam praktik dakwah Darusshofa yang

¹⁵ Erwan Efendi et al., "Analisis Manajemen Dakwah Melalui Media Digitalisasi Maulid Arbain Studi Kasus Majelis Taklim Darusshofa Medan," *VISA: Journal of Vision and Ideas* 3, no. 3 (2023): 600–613, <https://doi.org/10.47467/visa.v3i3.754>.

¹⁶ Mariana, Ahmad Syahid, and Surni Kadir, "Peran Majelis Taklim Al-Magfirah Melalui Pemanfaatan Media Sosial Dakwah Islamiyah Terhadap Pemahaman Keagamaan Ibu-Ibu Rumah Tangga Di Kelurahan Talise."

konsisten menyelenggarakan kajian dengan tema tetap, membangun identitas majelis yang mudah dikenali dan direkomendasikan.¹⁷

Dengan demikian, strategi-strategi rekrutmen yang dijalankan Majelis Taklim Darusshofa secara signifikan telah meningkatkan jumlah jamaah, memperluas jangkauan dakwah, serta memperkuat posisi majelis sebagai pusat pembinaan keagamaan yang aktif, adaptif, dan berkelanjutan.

D. PENUTUP

Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi rekrutmen yang diterapkan oleh Majelis Taklim Darusshofa terbukti efektif dalam meningkatkan jumlah jamaah secara signifikan. Strategi- strategi tersebut antara lain: (1) identifikasi kebutuhan jamaah, (2) pemanfaatan media digital, (3) pendekatan personal yang intensif. Setiap strategi dijalankan dengan pendekatan yang adaptif, komunikatif, dan menyentuh kebutuhan spiritual serta sosial jamaah. Melalui kegiatan rutin yang khusyuk, penyebaran informasi melalui media sosial seperti WhatsApp dan Instagram, serta interaksi yang hangat antara pengurus dan jamaah, majelis ini mampu membentuk lingkungan dakwah yang inklusif dan berkelanjutan.

Evaluasi bekeanjutan dan Optimalisasi semua strategi bisa ditingkatkan agar keberhasilan dalam membangun loyalitas, memperkuat keterikatan emosional, dan menciptakan komunitas religius yang responsif semakin intensif berkelanjutan. Dengan demikian, strategi rekrutmen Majelis Taklim Darusshofa dapat dijadikan model oleh majelis taklim lain dalam membentuk pola dakwah yang relevan dan kontekstual, serta menjawab tantangan sosial di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, Robiatul. "Eksistensi Dan Pola Pendidikan Islam Melalui Majelis Taklim Di Perkantoran." *Pendekar : Jurnal Pendidikan Berkarakter* 7, no. 4 (2024): 377–85. <https://journal.ummat.ac.id/index.php/pendekar/article/view/27274>
- Afifa, Siti Syarah, Ahmad Asrof Fitri, and Mulkannasir Mulkannasir. "Strategi Dakwah Majelis Taklim Mushola Al-Falah Haurgeulis Dalam

¹⁷ Asih Nur Darmayenti and Winda Kustiawan, "Fungsi Dakwah Dalam Kegiatan Keagamaan Di Majelis Taklim Darusshofa," *Journal of Education Research Journal of Education Research* 4, no. 2 (2023): 715–23.

- Meningkatkan Jamaah.” *JKOMDIS : Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial* 3, no. 1 (2023): 61–70. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v3i1.518>.
- Bisri, Hasan, and Cucu Setiawan. “Pemberdayaan Ibu-Ibu Jamaah Majelis Ta’Lim Melalui Pelatihan Kewirausahaan Syari’Ah Di Desa Balokang Kota Banjar Propinsi Jawa Barat.” *Al-Khidmat* 2, no. 1 (2019): 40–45. <https://doi.org/10.15575/jak.v2i1.5362>.
- Dahlan, Zaini. “Peran Dan Kedudukan Majelis Taklim Di Indonesia.” *Al-Fatih: Jurnal Pendidikan Dan Keislaman* II, no. 2 (2019): 256. <http://jurnal.stit-al-ittihadiyahlabura.ac.id/index.php/alfatih/article/view/40/40>.
- Darmayenti, Asih Nur, and Winda Kustiawan. “Fungsi Dakwah Dalam Kegiatan Keagamaan Di Majelis Taklim Darusshofa.” *Journal of Education Research Journal of Education Research* 4, no. 2 (2023): 715–23.
- Efendi, Erwan, Siti Fitria Soraya, Siti Hajar, Ahmad Arib Mughayyir, and Osama Alazizi. “Analisis Manajemen Dakwah Melalui Media Digitalisasi Maulid Arbain Studi Kasus Majelis Taklim Darusshofa Medan.” *VISA: Journal of Vision and Ideas* 3, no. 3 (2023): 600–613. <https://doi.org/10.47467/visa.v3i3.754>.
- Fadlun, Fadlun. “Desain Dakwah Islam Pada Masyarakat Industri 4.0 Dakwah Melalui Konten Video Ceramah Di Channel Youtube.” *An-Nida: Jurnal Komunikasi Islam* 13, no. 2 (2021): 107–14. <https://doi.org/10.34001/an-nida.v13i2.2220>.
- Imaduddin, and Sayyid Muhammad Al Attas. “Manajemen Majelis Taklim Dalam Meningkatkan Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Di Kota Samarinda Provinsi Kalimantan Timur.” *Nidhomiyah: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 3, no. 2 (2022): 129–49. <https://doi.org/10.38073/nidhomiyah.v3i2.870>.
- Lestari, Neng Ayu, Rojudin Rojudin, and Ridwan Rustandi. “Atraksi Personal Jama’ah Majelis Taklim Dalam Mengikuti Khitobah Ta’tsiriyyah.” *Tabligh: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam* 9, no. 1 (2024): 45–64. <https://doi.org/10.15575/tabligh.v9i1.37422>.
- Lukmana. “Strategi Pengelolaan Media Sosial Dalam Pengembangan Dakwah Majelis Taklim Dzikir Dan Sholawat As-Shofa Banjarmasin.” *Al-Idza’ah: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 3, no. 2 (2021): 48–62.
- Mariana, Siska, Ahmad Syahid, and Surni Kadir. “Peran Majelis Taklim Al-Magfirah Melalui Pemanfaatan Media Sosial Dakwah Islamiyah Terhadap Pemahaman Keagamaan Ibu-Ibu Rumah Tangga Di Kelurahan Talise.” *Jurnal Kolaboratif Sains* 3, no. 6 (2020): 287–95. <https://doi.org/10.56338/jks.v3i6.1730>.
- Mayasari, and Rosdiana. “Analisis Manajemen Majelis Taklim Mustafawiyah Di Desa Purba Baru.” *SAKOLA - Journal of Sains Cooperative Learning and Law* 1, no. 2 (2024): 100–110. <https://doi.org/10.57235/sakola.v1i2.3229>.
- Nuraina, Dewi, and Ulul Aedi. “Strategi Takmir Masjid Jami Al-Falah Kabupaten Pangandaran Dalam Meningkatkan Minat Bersedekah Jamaah.” *Tadbir: Jurnal Manajemen Dakwah* 10 (2025): 67–80. <https://doi.org/10.15575/tadbir.v10i1>.

**Strategi Rekrutmen Majelis Taklim Darusshofa
Dalam Meningkatkan Jumlah Jamaah**

Salsa, Lana Salsabila, Nur Fatin Lu'luatus Solikha, M. Slamet Saerozi, Khoirunnisa, and Qomariyah. "Optimalisasi Fungsi Manajemen Majelis Taklim At-Taufiqy Wonopringgo Pekalongan Sebagai Upaya Transmisi Pemahaman Islam Intensif." *Al-Manaj: Jurnal Program Studi Manajemen Dakwah* 3, no. 02 (2024): 45–58. <https://doi.org/10.56874/almanaj.v3i02.1482>.

