

**PENGEMBANGAN OBYEK DAYA TARIK WISATA MASJID AGUNG
JAWA TENGAH PRESPEKTIF DAKWAH**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Persyaratan
Mencapai Derajat Sarjana Sosial (S.Sos)
Jurusan Manajemen Dakwah (MD)



Oleh :

Sifni Jumaila

1601036011

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO**

SEMARANG

2020

NOTA PEMBIMBING

Lamp : 5 (lima) Eksemplar

Hal : Persetujuan Naskah Skripsi

Kepada

Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

UIN Walisongo Semarang

Di Semarang

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Setelah membaca, mengadakan koreksi dan melakukan perbaikan sebagaimana mestinya, maka kami menyatakan bahwa skripsi saudara :

Nama : Sifni Jumaila

NIM : 1601036011

Fak/Jur : Dakwah dan Komunikasi/Manajemen Dakwah

Judul Skripsi : Pengembangan Obyek Daya Tarik Wisata Masjid Agung Jawa Tengah Prespektif Dakwah

Dengan ini kami telah setuju dan mohon agar segera diujikan. Demikian, atas perhatiaannya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Semarang, 8 September 2020

Pembimbing

Dra. Siti Prihatiningtyas, M.Pd

NIP : 19670823 199303 2 003

SKRIPSI

PENGEMBANGAN OBYEK DAYA TARIK WISATA MASJID JAWA TENGAH PRESPEKTIF DAKWAH

Disusun Oleh : Sifni Jumaila 16010036011

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Pada tanggal 30 September 2020 dan dinyatakan telah lulus memenuhi memperoleh gelar
Sarjana Sosial (S.Sos)

Susunan Dewan Penguji

Ketua / Penguji I



NIP. 19690830 1998031 001
Penguji III

Sekretaris / PengujiII



Dra. Siti Prihatiningtyas, M.Pd
NIP. 19670823 199303 2003
Penguji IV



Hj. Ariana Suryorini, S.E., MMSI
NIP. 19770930 200501 2 002



Dedy Susanto, S.Sos.I., M.S.I
NIP. 19810514 200710 2 008

Mengetahui Pembimbing



Dra. Siti Prihatiningtyas, M.Pd
NIP. 19670823 199303 2 003

Disahkan oleh
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Pada Rabu, 04 November 2020



Dr. Ilvas Supena, M.Ag
NIP. 19720410 200112 1 003

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil kerja saya sendiri dan di dalamnya tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di lembaga pendidikan perguruan tinggi lainnya. Pengetahuan yang diperoleh dari hasil maupun yang belum /tidak diterbitkan, sumbernya dijelaskan di dalam tulisan dan daftar pustaka

Semarang, 14 September 2020



Sifni Jumaila

1601036011

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis haturkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi. Sholawat serta salam tercurahkan kepada nabi Muhammad SAW yang telah menjadi suri tauladan bagi keluarga, sahabat-sahabat dan seluruh umat di dunia .

Skripsi yang berjudul “Pengembangan Obyek Daya Tarik Wisata Masjid Agung Jawa Tengah Prespektif Dakwah” sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan Program Sarjana S1 di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. Pada proses penulisannya, penulis banyak mengalami hambatan. Namun, karena taufik dan inayah dari ALLAH SWT penulis mendapatkan bantuan dan partisipasi dari berbagai pihak sehingga skripsi dapat terselesaikan walaupun banyak kekurangan dan kesalahan. Penulis menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya terutama kepada :

1. Prof. Dr. H. Imam Taufik, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang
2. Dr. H. Ilyas Supena, M.Ag selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang
3. Dra. Hj. Siti Prihatiningtyas, M.Pd selaku Ketua Jurusan Manajemen Dakwah dan sebagai pembimbing dalam penulisan skripsi ini, sebagaimana beliau meluangkan waktu, tenaga dan pikiran guna memberikan masukan, kritikan dan nasehat-nasehat untuk memotivasi penulis dalam proses pembuatan skripsi.
4. Saerozi, S.Ag., M.Pd selaku Wali Studi
5. Segenap Dosen dan Civitas Akademika Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Walisongo Semarang yang telah memberi ilmunya baik langsung maupun tidak langsung demi terselesainya penulisan skripsi ini.
6. Beny Arief Hidayat, S.Pi, M.Agri selaku Kepala Bagian Humas dan Pemasaran Masjid Agung Jawa Tengah yang telah membantu memberikan data-data guna proses penyusunan skripsi
7. R. Bagas Prakoso SEI selaku Manajemen Menara dan Museum Al Husna yang telah memberikan informasi-informasi yang di butuhkan dalam penyusunan skripsi
8. KH. Shodiq Hamzah selaku pemilik yayasan Asshodiyyah kota Semarang dan tokoh agama yang mendapatkan amanat berdakwah di Masjid Agung Jawa Tengah

9. Teman-teman seperjuanganku MD A16 yang selalu memberikan semangat baru bagi penulis, dan telah menemani penulis sampai akhir study. Terkhusus teruntuk Indi Najah Mauludiah, Misfikhotul Murdayanti yang telah sabar menghadapi karakter penulis.
10. Kakak-kakak dan adik-adikku di green housiah sebagaimana telah sabar bertahan bertahun-tahun di atap yang sama dengan penulis, terutama Lia Arifatus safitri, Lutfia Nur Mu'afi dan Intan Novitasari yang sudah berjuang dari maba bersama penulis di ujung tanjungsari.
11. Sahabat-sahabati PMII Rayon Dakwah Komisariat Walisongo Semarang yang telah mengajari penulis untuk selalu berproses dan tidak menyerah orang suatu hal apapun.
12. Pengurus Himpunan Mahasiswa Jurusan Periode 2017 sebagaimana telah memberikan wawasan baru bagi penulis di pengembangan organisasi dan keilmuan manajemen.
13. Pengurus UKM Kordais Periode 2018 yang selalu mengingatkan penulis untuk mencintai Rasulullah SAW, setia kawan, berani mengambil resiko dan pantang menyerah.
14. Pengurus SEMA FDK Periode 2018 yang memberikan ruang bagi penulis untuk mempelajari politik.
15. Pembimbing, senior, pengurus dan Anggota Komunitas Tari Gandhes Luwes yang telah memberikan ruang bagi penulis untuk mengasah kesenian penulis dan memberi kepercayaan penulis untuk memimpin komunitas.
16. Pengurus DEMA FDK Periode 2019 yang telah memberikan ruang bagi penulis belajar tentang Eksekutif di dunia kampus lingkup fakultas.
17. Sahabat-sahabati Pengurus PMII Komisariat UIN Walisongo Semarang periode 2019-2020, terkhusus KOPRI komisariat UIN Walisongo yang telah membuka sudut pandang baru bagi penulis terkait perempuan.
18. Pengurus DEMA Universitas Islam Walisongo Semarang yang telah memberi kesempatan bagi penulis berproses sebelum meninggalkan kampus tercinta.
19. Sahabati Reny Atika, Dewi Avivah, S.Sos, dan Zulvi Arifa yang memiliki satu tujuan yang mulia untuk menyelesaikan studi di tahun 2020.
20. Saudari Yuni Wahyu Rahmawati, Fifi Novianti, Ita Mahmudah dan khilmatun nafis yang selalu memberikan support .

Terimakasih penulis ucapkan kepada pihak-pihak yang telah memberikan motivasi pada penulis. Semoga amal baik mereka diterima oleh Allah SWT, dan semoga mendapat balasan berlipat ganda dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa penulisan

skripsi jauh dari kata sempurna,karena itu penulis sangat mengharapkan kritik yang konstruktif dan saran inovatif dari pembaca untuk bahan penyempurna skripsi.

Semarang, 30 Juni 2020

Penulis

Sifni Jumaila

1601036011

PERSEMBAHAN

Ya Allah. . Ya Rabb

Sekiranya karya yang sederhana ini engkau beri nilai dan arti, maka nilai dan arti tersebut di persembahkan kepada :

1. Ibu saya tercinta Hj. Mustholifah yang selalu memberikan cinta kasihnya sehingga penulis selalu termotivasi untuk menjadi yang lebih baik.
2. Almarhum Bapak saya H. Ma'ruf Suja' yang telah memberi kesempatan kepada saya untuk mengenal dunia akademis
3. Kedua adik saya Roudhotul Jannah dan Ahmad Muntahal Fauzi yang selalu menjadi motivasi terbesar dalam hidup saya setelah kedua orang tua.
4. Kelima kakak lelaki dan Almarhumah kakak perempuan saya Habiburrohman, Sihab budin, Muhsin Nugroho, Aflahal Misbah, Wirda Ma'sum dan Rosulina yang memberikan pembelajaran hidup kepada saya.
5. Nenek saya Tianah yang selalu memberikan nasehat kepada saya agar lebih baik dari sebelumnya.
6. Almamater tercinta Fakultas Dakwah dan Komunikasi

MOTTO

قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَانظُرُوا كَيْفَ بَدَأَ الْخَلْقَ ثُمَّ اللَّهُ يَنْشِئُ النَّسْأَةَ الْأُخْرَةَ إِنَّ اللَّهَ
عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ

Artinya :

Katakanlah : “Berjalanlah di (muka) bumi, maka perhatikanlah bagaimana Allah SWT menciptakan (manusia) dari permulaannya, kemudian Allah SWT menjadikannya sekali lagi. Sesungguhnya Allah SWT Maha Kuasa atas segala sesuatu”. (QS. Al-Ankabut:20).

ABSTRAK

Penulis Sifni Jumaila, NIM : 1601036011, Skripsi Jurusan Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi dengan Judul “Pengembangan Obyek Daya Tarik Wisata Masjid Agung Jawa Tengah Prespektif Dakwah”.

Penelitian ini bertujuan mengetahui secara jelas obyek daya tarik wisata yang ada di Masjid Agung Jawa Tengah dalam prespektif dakwah dan mengetahui pengembangan obyek daya tarik wisata masjid agung jawa tengah prespektif dakwah. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif, untuk mendapatkan data yang di perlukan peneliti menggunakan sumber data yaitu data primer dan data sekunder. Teknik pengambilan data menggunakan metode observasi, metode wawancara dan metode dokumentasi. Penelitian ini menggunakan teknik analisis data teori Milles and Huberman yaitu analisis yang terdiri dari 3 alur yang terjadi secara bersamaan dengan cara reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan/verifikasi. Untuk pengecekan data peneliti menggunakan teknik pengecekan keabsahan data (triangulasi).

Penelitian ini untuk mengetahui obyek daya tarik wisata Masjid Agung Jawa Tengah merupakan destinasi wisata religi yang memiliki obyek daya tarik wisata yang mengandung unsur Islami, sejarah dan budaya. Selain daya tarik wisata ada banyak hal lain dari Masjid Agung Jawa Tengah diantaranya metode dakwah yang menggunakan cara virtual maupun langsung, berdagang yang baik menurut Islam, dan menerapkan pelayanan bagi para wisatawan.

Pengembangan Masjid Agung Jawa Tengah pada dasarnya ditentukan dari keberhasilan mewujudkan pelayanan yang mengandung unsur-unsur yang Islami, diantaranya meliputi kebersihan, keamanan, kenyamanan, keindahan, kesopanan, dan keramah-tamahan. Pengembangan Obyek wisata Masjid Agung Jawa Tengah merupakan suatu strategi untuk mengimbangi salah satu wisata di Semarang, sehingga pengelola Masjid Agung Jawa Tengah memberikan pelayanan yang memuaskan bagi para pengunjung, dan inovasi untuk menambah daya tarik yang sudah ada, sehingga menjadi wisata yang populer yang ada di Semarang. Hal ini dapat disimpulkan bahwa pengembangan obyek daya tarik wisata Masjid Agung Jawa Tengah prespektif dakwah sangat berpengaruh untuk suatu tempat wisata.

Kata Kunci : Pengembangan obyek daya tarik wisata, prespektif dakwah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

HALAMAN NOTA PEMBIMBING.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
MOTTO.....	viii
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Tinjauan Pustaka	7
F. Metode Penelitian	9
1. Jenis Penelitian dan Pendekatan Penelitian	9
2. Sumber dan Jenis Data	9
3. Metode Pengumpulan Data	10
4. Teknik Analisis Data	11
5. Teknik Pengecekan Keabsahan Data (Triangulasi)	13
G. Sistematika Penulisan Skripsi	13

BAB II LANDASAN TEORI

A. Masjid	15
1. Pengertian Masjid	15

2. Fungsi dan Peran Masjid	15
3. Tipe-tipe Masjid	16
B. Obyek Daya Tarik Wisata	18
1. Dasar Hukum Pariwisata	18
2. Pengelompokan Obyek Daya Tarik Wisata	19
3. Standarisasi Obyek Daya Tarik Wisata	20
C. Pengembangan Pariwisata	21
1. Pemasaran	21
2. Pelayanan	22
D. Dakwah	24
1. Pengertian Dakwah	24
2. Dasar Hukum dan Ruang Lingkup Dakwah	25
3. Unsur-unsur Dakwah	29

BAB III GAMBARAN UMUM MASJID AGUNG JAWA TENGAH DAN PENGEMBANGAN OBYEK DAYA TARIK WISATA MASJID AGUNG JAWA TENGAH

A. Gambaran Umum Masjid Agung Jawa Tengah	31
1. Sejarah Masjid Agung Jawa Tengah	31
2. Visi Misi Masjid Agung Jawa Tengah	34
3. Rencana Strategis Masjid Agung Jawa Tengah 2019-2023	35
4. Struktur Organisasi Jawa Tengah	37
5. Obyek Daya Tarik Wisata Masjid Agung Jawa Tengah	42
6. Sarana dan Prasarana	46
B. Pengembangan Obyek Daya Tarik Wisata Masjid Agung Jawa Tengah	48

BAB IV ANALISIS HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Obyek Daya Tarik Wisata Masjid Agung Jawa Tengah dalam Prespekif Dakwah.....	53
B. Analisis dalam Prespektif Dakwah Pengembangan Masjid Agung Jawa Tengah	60

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	64
B. Saran	64
C. Penutup	65
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN	68
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	78

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Daftar Parkir Pengunjung Masjid Agung Jawa Tengah Tahun 2018

Tabel 3.2 Daftar Parkir Pengunjung Masjid Agung Jawa Tengah Tahun 2019

Tabel 3.3 Grafik Wisatawan menara Al-Husna Masjid agung Jawa Tengah Tahun 2016

Tabel 3.4 Grafik wisatawan menara Al-Husna Masjid Agung Jawa Tengah Tahun 2017

Tabel 3.5 Grafik Wisatawan menara Al-Husna Masjid Agung Jawa Tengah Tahun 2018

Tabel 3.6 Grafik Wisatawan Menara Al-Husna Masjid Agung Jawa Tengah Tahun 2019

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Travelling adalah perjalanan seseorang dari satu tempat ke tempat lainnya baik tempat yang sudah pernah dikunjungi atau tempat yang baru. Perjalanan yang menanamkan rasa penasaran, pengetahuan, pengalaman dan tantangan tentunya. Banyak yang beranggapan bahwa traveling hanya untuk orang yang beruang karena setiap perjalanannya akan menguras kantong yang tidak sedikit, sehingga banyak sekali orang-orang yang menahan diri untuk travelling. Travelling sebenarnya bisa dilakukan tanpa menguras kantong terlalu dalam, bahkan yang didapatkan terkait pengetahuan dan lainnya begitu banyak, bahkan saat ini banyak sekali komunitas-komunitas travelling yang mempunyai cara travelling yang hemat pengeluaran.

Saat ini banyak sekali, kalangan yang tergila-gila dengan perjalanan bersama keluarga, sahabat, atau pasangannya. Perjalanan yang nyaman tentu akan menjadi keinginan setiap orang, dan wisatawan menyukai perjalanan yang memiliki obyek menarik untuk dinikmati. Terkait lokasi yang bersih memberikan nilai keindahan di tempat wisata, sehingga membuat banyak sekali obyek wisata yang memperindah bahkan merenovasi total untuk kenyamanan wisatawan. Berbagai cara dilakukan pihak pengelola tempat wisata agar pengunjung merasa nyaman, karena travelling merupakan salah satu cara menghilangkan kejenuhan dari dunia kerja, dan sekolah/perkuliahan.

Tempat wisata yang menerapkan SOP (Standar Operasional Pelayanan) pariwisata menambah daya tarik wisata, sehingga para wisatawan akan datang kembali, dan memberikan rekomendasi kepada teman, sahabat dan keluarga.

Di dunia wisata saat ini anak milenial sangat pandai memilih tempat yang bernilai historis, dan etnik yang sangat kuat. Rasa ingin tahu terkait sejarah dan tempat yang memiliki energi kuat di setiap bidikan foto yang akan diambil memberi kesan para wisatawan terkhusus anak muda.

Islam sebenarnya telah memiliki aturan untuk seorang muslim dalam setiap aktivitasnya. ALLAH SWT telah menyeru serta menekankan di dalam Al-qur'an bahwa seorang manusia melakukan perjalanan dengan memperhatikan hasil ciptaan Allah SWT agar dapat selalu bersyukur dan semakin mencintai Allah SWT dan dari perjalanan tersebut manusia dapat men-tadabbur diri.

Firman Allah SWT yang ada dalam Al-Qur'an diperoleh isyarat melalukan aktivitas pariwisata, salah satunya surat Al-Ankabut ayat 20 :

قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَانظُرُوا كَيْفَ بَدَأَ الْخَلْقَ ثُمَّ اللَّهُ يَنْشِئُ النَّسْأَةَ الْآخِرَةَ إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ

Artinya : “Berjalanlah di (muka) bumi, maka perhatikanlah bagaimana Allah SWT menciptakan (manusia) dari permulaannya, kemudian Allah SWT menjadikannya sekali lagi. Sesungguhnya Allah SWT Maha Kuasa atas segala sesuatu”.

Ayat tersebut menegaskan bahwa manusia perlu mengadakan perjalanan untuk penelitian tentang peninggalan sejarah dan kebudayaan. Penelitian dapat menyadarkan manusia bahwa ia adalah makhluk Allah SWT yang fana. Segala sesuatu yang dikerjakan di dunia akan diminta pertanggung jawaban di hadapan Allah sebagai hakim yang Maha Adil yang tujuannya berjumpa dengan Allah SWT. Dan peradaban yang pernah dihasilkannya akan menjadi tonggak sejarah bagi generasi yang datang sesudahnya (Ahmad Nurwadjah, 2007:93)

Kementerian pariwisata di era jokowi membuat 3 penilaian utama pariwisata :

- a. Produk, terkait usaha pariwisata dan daya Tarik wisata (alam, Budaya, buatan)
- b. Sumber Daya Manusia (SDM) dan kelembagaan, untuk menyesuaikan kriteria-kriteria yang sesuai dengan standarisasi wisata
- c. Promosi, bagaimana melakukan promosi pada sector wisata.

(http://www.kemenpar.go.id/laporan_kajian_wisata_syariah_2017/ di kutip pada 6 febuari 2020/10:04 wib).

Indonesia diketahui sebagai Negara dengan mayoritas penduduk muslim terbesar di dunia, maka sudah sepatutnya segi sektor pariwisata melihat hal ini sebagai peluang yang potensial. Peluang dari pengembangan wisata terhadap potensi pasar wisatawan domestik maupun mancanegara, karena potensi ini sangatlah menjanjikan terhadap peningkatan ekonomi di sektor pariwisata. Melihat peluang cukup besar salah satu provinsi di Indonesia yaitu jawa tengah memanfaatkan peluang tersebut.

Khususnya provinsi Jawa Tengah yang memiliki ibukota di Semarang, kota yang dikenal dengan kota Atlas di mana banyak sekali peninggalan sejarah, bahkan peninggalan tempat yang saat ini banyak sekali dikelola oleh pihak tertentu sebagai wisata dimana untuk mengenang sejarah yang ada di Indonesia terkhusus yang bertepatan di Semarang.

Mengenai tempat wisata yang ada di Semarang, tentu sudah banyak yang tau tempat wisata yang menjadi ikon Semarang yaitu Lawang Sewu, Kota Lama, Sam Poo Kong, Masjid Agung Jawa Tengah dan lain sebagainya. Terdapat banyak sekali wisata yang menyimbolkan kebudayaan, sejarah serta tentang religius bahkan kuliner. Tidak heran Semarang menjadi salah satu kota yang banyak sekali wisatawan yang berbondong-bondong untuk menikmati wisata yang ada di kota Atlas ini.

Masjid Agung Jawa Tengah, salah satu tempat wisata yang tidak pernah surut akan pengunjung dimana obyek yang di berikan sangat menarik, baik itu hanya untuk hunting foto maupun melakukan study ilmiah di tempat tersebut. Masjid Agung sendiri memiliki obyek yang begitu banyak di dalamnya bahkan Masjid Agung Jawa Tengah juga sering digunakan untuk pertemuan jamaah haji atau bahkan digunakan sebagai tempat pelaksanaan yang sakral yaitu pernikahan.

Sebelumnya Masjid Agung Jawa Tengah dibangun sebagai Islamic Center, pembangunan yang memiliki sejarah prokontra dalam berdirinya. Dimulai dari permasalahan tanah, di mana tanah yang saat ini telah berdiri kokoh Masjid Agung Jawa Tengah adalah Tanah Bondo Wakaf, tanah pemberian pangeran Pandanaran kepada seorang takmir. Tanah tersebut mengalami tukar guling yang diambil alih oleh PT.Sambirejo dan akhirnya berpindah tangan ke PT.Tesindo, tanah yang dianggap tidak produktif ini sekitar tahun 1970-1990 mengalami proses pengembalian oleh PT.Tesindo. sehingga pada saat itu Gubernur Jawa Tengah, Mayjend Mardiyanto sepakat mendirikan Islamic Center dari sepetak tanah yang sudah kembali.

Pembangunan yang dimulai dari tahun 2001 ini memiliki desain yang bernuansakan campuran Jawa, Romawi, dan Islam berkonsep tetonika, yaitu mirip dengan tumpang. Tumpang adalah bangunan berpenyangga pilar lima pada bangunan pra Islam di tanah Jawa.

Pada tahun 2002 dimulai dengan pemasangan tiang pancang perdana yang dilakukan oleh Menteri Agama RI, Prof.Dr. H. Said Agil Husen Al-Munawar, KH.MA Sahal Mahfudz dan Gubernur Jawa tengah. Masjid Agung Jawa Tengah di tahun 2004 sudah digunakan untuk ibadah sholat, baik jama'ah sholat 5 waktu, sholat jum'at dan hari besar Islam. Pembangunan masjid benar-benar selesai pada tahun 2006, yang di resmikan oleh Presiden RI Susilo Bambang Yudhoyono (SBY).

Bangunan Masjid yang memiliki menara setinggi 99 meter digunakan untuk melihat pemandangan kota semarang, pengamatan hilal dan lain sebagainya. Desain pertama atau lebih tepatnya bangunan pertama pelataran (serambi) Masjid Agung Jawa Tengah sama seperti masjid pada umumnya. Pada tahun 2004 pelataran masjid Agung Jawa Tengah ada penambahan Payung Besar, payung tersebut guna perlindungan saat sholat, Biasanya payung ini akan dibuka saat berlangsungnya sholat Jum'at dan sholat Ied.

Perluasan masjid juga dilaksanakan pada tahun 2017, untuk kenyamanan dan keamanan para jama'ah sholat maupun para wisatawan. Ditahun 2017, pihak pengelola melakukan pembebasan jalan di sekitar masjid untuk parkir Masjid Agung Jawa Tengah. Di tahun selanjutnya, yaitu 2018 pihak pengelola memperindah pintu masuk agar siapa yang memasuki masjid akan memanjatkan rasa syukur dapat melihat gerbang yang megah, karena di tahun 2018 pihak pengelola melakukan perkembangan pembuatan masjid.

Perkembangan terbaru dari Masjid Agung Jawa Tengah di tahun 2019 adalah pembuatan gerbang utara, gerbang yang berdiri kokoh dan megah ini akan membuat para wisatawan khususnya akan merasa senang disambut oleh desain yang megah.

Terkait transportasi ke masjid agung jawa tengah, mungkin banyak sekali yang kurang mengikuti perkembangan tempat wisata favorit di semarang. Pihak pengelola telah menyediakan transportasi untuk kunjungan ke tempat wisata ini, terdapat 3 armada yang dapat digunakan wisatawan yang berada di lokasi utara pasar johan, jolotundo, dan depan UPGRIS. Pihak pengelola juga mengatakan untuk tahun ini ada wacana penyediaan kereta wisata, untuk hal ini memang masih wacana. Tetapi, sudah ada planning tersendiri untuk akses wisata yang menyenangkan untuk wisatawan.

Pengelola masjid agung Jawa Tengah melakukan kerjasama dengan pihak pemerintah, kerjasama ini untuk mengembangkan wisata Masjid Agung Jawa Tengah. Pelayanan yang akan membuat para wisatawan nyaman dan aman. Langkah yang beberapa kali sudah dilakukan pihak pengelola adalah pembinaan wisata dari pihak dinas wisata, serta pelatihan-pelatihan pelayanan atau lain sebagainya untuk perkembangan Masjid Agung Jawa Tengah sendiri. Pemerintah kota (Pemkot) Semarang akan bekerjasama dalam pembuatan kartu Semarang hebat, dimana kartu tersebut untuk Pembayaran Elektrik (Pembayaran Parkir) saat masuk ke Masjid Agung Jawa Tengah. Kartu Semarang Hebat adalah kartu yang telah didesain Pemkot Semarang untuk memberi kemudahan menjalankan berbagai aktivitas sehari-hari, jadi penggunaan kartu Semarang hebat tersebut untuk transaksi secara elektrik dan kartu tersebut dapat digunakan untuk mengidentifikasi perkembangan pengunjung disuatu tempat wisata.

Data yang di dapat peneliti yaitu pengunjung di tahun 2016 Masjid Agung Jawa Tengah memiliki grafik pengunjung yang cukup stabil. Bahkan di bulan tertentu pengunjung mengalami kelonjakan begitu besar, tahun 2016 antusias wisata begitu besar. Pada tahun 2017 wisatawan dalam setahun mengalami angka penurunan yang cukup signifikan dari tahun 2016, data pengunjung dari bulan Januari ke Februari, dan seterusnya mengalami naik turun. Data di tahun 2017 menjadi tanda tanya yang cukup besar terutama peneliti.

Pada tahun 2018 data wisatawan juga mengalami grafik yang mengkhawatirkan, karena pengunjung grafik pada tahun tersebut tidak mengalami perubahan peningkatan pengunjung tetapi semakin menurun. Pada tahun 2018 menimbulkan beberapa pertanyaan tentang solusi dan strategi dalam menangani penurunan wisatawan. Pertanyaan-pertanyaan yang muncul terjawab pada tahun 2019 di mana grafik pengunjung dalam setahun mengalami kenaikan dari tahun 2018. Hal ini karena pihak pengelola dengan Dinas Pariwisata bekerjasama untuk meningkatkan grafik pengunjung, dengan berbagai cara renovasi pembangunan maupun pelayanan dalam pariwisata. Untuk itu pengembangan Masjid Agung Jawa Tengah menjadi perhatian peneliti untuk meneliti Pengembangan Obyek Daya Tarik Wisata Masjid Agung Jawa Tengah.

Terdapat obyek daya tarik yang banyak sekali di masjid agung Jawa Tengah, tetapi tetap memerlukan pengembangan setiap waktunya, baik itu pengembangan dalam hal pelayanan, perawatan, keamanan maupun pengembangan dalam aspek bangunan, setiap tahun perlu di perbaiki. Bukan pembangunan yang besar-besaran namun renovasi-renovasi untuk inovasi baru dalam obyek tersebut. Pembangunan diperlukan karena Masjid Agung Jawa Tengah merupakan salah satu wisata religi yang saat ini sedang trending wisata halal, yang terdapat dalam setiap bangunan, penyajian, pelayanan, perawatan harus sesuai Islam. Mengingat setiap muslim berkewajiban berdakwah baik langsung maupun tidak langsung, setiap muslim bisa memanfaatkan yang disekitarnya, salah satunya adalah masjid. Di masjid semua umat muslim dapat berdakwah secara terang-terangan. Serta keuntungan tersendiri pula jika sebuah Masjid dapat mengikuti perkembangan Zaman, di mana menjadi tempat wisata yang ingin di kunjungi semua orang. Masjid Agung Jawa Tengah merupakan tempat yang tepat sebagai pengembangan Islam melalui dakwah secara langsung.

Kepariwisataan merupakan salah satu sektor yang mampu berperan penting menyukseskan otonomi daerah, serta mampu menjadi salah satu jalan berdakwah dengan cara yang fleksibel dengan senang hati diterima masyarakat. Maka sebagai seorang muslim yang memahami agama dan berperan di kepariwisataan memiliki tanggung jawab besar untuk mengenalkan Islam melalui dunia pariwisata.

Penelitian ini difokuskan pada Pengembangan Obyek Daya Tarik Wisata dari tahun 2016 sampai 2019, sebab pada tahun tersebut kenaikan pengunjung masjid agung Jawa Tengah mengalami ritme yang berbeda. Hal tersebut pasti banyak tantangan dan masa-masa sulit yang dilewati pihak pengelola maupun dari Dinas Pariwisata. Oleh Karena itu peneliti tertarik untuk meneliti tentang “Pengembangan Obyek Daya Tarik Wisata Masjid Agung Jawa Tengah Prespektif Dakwah.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana Obyek Daya Tarik Wisata Masjid Agung Jawa Tengah dalam Prespektif Dakwah?
2. Bagaimana Pengembangan Obyek Daya Tarik Wisata Masjid Agung Jawa Tengah Prespektif Dakwah ?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini di harapkan dapat menambah wawasan terkait pengembangan ilmu pengetahuan di bidang pariwisata, adapun tujuan tersebut adalah :

1. Untuk mengetahui secara jelas obyek daya tarik wisata yang ada di Masjid Agung Jawa Tengah dalam prespektif dakwah
2. Untuk mengetahui pengembangan obyek daya tarik wisata masjid agung jawa tengah prespektif dakwah

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian di harapkan dapat menjadi suatu masukan bagi para akademisi untuk memahami terkait prespektif dakwah terhadap dunia pariwisata serta dapat mengembangkan obyek wisata dengan model yang kompleks untuk mengikuti perkembangan zaman dan tetap dalam rule kaidah islam.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Lembaga tempat penelitian, di harapkan nantinya hasil penelitian ini di jadikan sebagai masukan bagi pengelola masjid agung jawa tengah maupun pihak-pihak yang terkait yaitu pemerintah dalam mengembangkan obyek wisata.
- b. Bagi masyarakat atau mahasiswa di harapkan mampu memberi pemahaman atau pengertian secara khusus untuk kemajuan dunia pariwisata di setiap sudut kota maupun daerah.

E. Tinjauan Pustaka

1. Judul Skripsi : “Manajemen Pengelolaan Obyek Daya Tarik Wisata (ODTW) Masjid Agung Jawa Tengah” oleh Fahrian Baihaqi pada tahun 2014. Skripsi ini bertujuan untuk mengetahui manajemen pengelolaan Obyek Daya Tarik Wisata Masjid Agung Jawa Tengah yang menggunakan asaas-asas manajemen sebagaimana mestinya serta mengetahui faktor-faktor penghambat dan pendukung. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif sebagai teknik analisa data dan menggunakan pendekatan manajemen. Teknik pengambilan data menggunakan observasi, interview, dan dokumentasi.
2. Judul Skripsi : “Manajemen Pengembangan Sapta Pesona Wisata Masjid Agung Jawa Tengah” oleh Lulu Faiqoh pada tahun 2019. Skripsi ini, bertujuan untuk mengetahui manajemen pengembangan sapta pesona wisata Masjid Agung Jawa

Tengah serta mengetahui faktor-faktor pendukung dan penghambat manajemen pengembangan sapa pesona Masjid Agung Jawa Tengah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, teknik pengumpulan data dengan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data dengan reduksi data, display dan verification data/conclusion drawing.

3. Judul Skripsi : “Strategi Pengembangan Obyek dan Daya Tarik Wisata (Studi Kasus pada pelaku pariwisata di wisata alam selo Kecamatan Selo Kabupaten Boyolali Provinsi Jawa Tengah)” oleh Tonny Yudya M pada tahun 2014. Skripsi ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan kawasan obyek wisata alam selo sebagai daya tarik wisata di kecamatan selo, kabupaten boyolali dan untuk mengetahui hambatan dalam pengembangan obyek dan daya tarik wisata di wisata alam selo. Penelitian ini menggunakan bentuk penelitian kualitatif dengan jenis penelitian adalah studi kasus, teknik pengumpulan data disini peneliti sebagai instrumen dalam mencari data lapangan dengan cara observasi maupun interview atau wawancara. Teknik pengambilan sampel adalah *purposive Sampling*. Untuk menguji kebasahan data penelitian yang terkumpul menggunakan triangulasi data. Menganalisis data, peneliti menggunakan analisis data interaktif. Dalam penelitian ini menggunakan teori Tindakan Sosial Max Weber dan Talcot Parsons.
4. Judul Skripsi : “Pengembangan Pariwisata Obyek Wisata Pantai Sigandu Kabupaten Batang” oleh Dewi Kusuma Sari pada tahun 2011. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi faktor yang mempengaruhi permintaan pengunjung obyek wisata pantai sigandu, mengestimasi besarnya nilai ekonomi yang diperoleh pengunjung obyek wisata pantai sigandu, menentukan strategi upaya pengembangan obyek wisata sigandu. Metode pengumpulan data primer menggunakan metode *purposive sampling*, untuk data sekunder menggunakan metode dokumentasi dari pihak terkait. Penelitian mengambil sampel sebanyak 100 responden dan 10 responden key persons. Pendekatan kuantitatif yang digunakan *travel cost method* yang di olah menggunakan perangkat ekonometrika Eviews 4.1, untuk menghitung nilai valuasi ekonomi menggunakan pendekatan surplus konsumen. Sedangkan untuk statistik deskriptif menggunakan analisis Hierarki Proses (AHP) dengan perangkat Expert Choice versi 9.0.
5. Judul Skripsi : “Pengembangan Wisata Pantai Lawata dalam Pengembangan Wilayah di Kota Bima” oleh Rizkun Imaduddin pada tahun 2017. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengembangan wisata pantai lawata dalam

mendukung pengembangan wilayah di kota Bima. Jenis penelitian menggunakan Metode Kuantitatif, penelitian yang digunakan untuk menjawab permasalahan variabel-variabel tertentu, sehingga menghasilkan kesimpulan yang dapat digeneralisasikan, lepas dari konteks, waktu dan situasi serta jenis data yang dikumpulkan terutama data kuantitatif.

6. Judul Skripsi : “Strategi Pengembangan Obyek Daya Tarik Wisata Religi (studi kasus di makam Mbah Mudzakir Sayung Demak) oleh Siti Fatimah pada tahun 2015. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengembang obyek daya tarik wisata religi di makam mbah mudzakir, mengetahui sumber daya yang di perlukan dalam pengembangan obyek daya tarik wisata religi, dan mengetahui faktor pendukung dan penghambat pengembangan obyek daya tarik wisata religi mbah Mudzakir. Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian kualitatif, dengan pendekatan manajemen dakwah, spesifikasi yang digunakan yaitu deskriptif.
7. Jurnal Studi ; “Pengembangan Obyek Daya Tarik Wisata Alam Sebagai Daerah Tujuan Wisata di Kabupaten Karanganyar” oleh Helln Angga Devy dan R.B Soemanto pada tahun 2017. Jurnal ini bertujuan untuk mengetahui pengembangan obyek daya tarik wisata alam sebagai daerah tujuan wisata di kabupaten karanganyar, kekayaan alam yang perlu untuk dikembangkan. Jenis penelitian menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus, teknik sampling yang di gunakan peneliti adalah purposive sampling. Sedangkan teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi. Untuk validitas data menggunakan triangulasi sumber.

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan Spesifikasi Penelitian

Penelitian “Pengembangan Obyek Daya Tarik Wisata Masjid Agung Jawa Tengah Prespektif Dakwah” menggunakan penelitian jenis kualitatif, yaitu penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari apa yang diamati. Penelitian tentu berdasarkan analisis pengamatan secara langsung berdasarkan fakta atau empiris, dalam hal ini peneliti memahami fenomena yang terdapat pada subyek peneliti, misalkan produk, kelembagaan, kebijakan, pengelolaan, dan kegiatan dengan cara deskriptif dalam bentuk bahasa atau kata-kata yang terdapat pada suatu konteks secara khusus, dengan cara memanfaatkan berbagai macam metode alamiah (Moleong, 2009:6)

Metode penelitian kualitatif disebut metode penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah (*Natural Setting*) (Sugiyono, 2017). Berdasarkan permasalahan yang akan diteliti, peneliti mengharapkan informasi terkait pengembangan obyek daya tarik wisata dalam perspektif dakwah.

2. Sumber Data

Sumber data penelitian adalah subyek dari data yang dapat diperoleh (Arikunto, 1992: 107). Data adalah rekaman atau gambaran atau keterangan suatu hal atau fakta (Soewajdi, 2012:148). Untuk mendapatkan data yang diperlukan peneliti menggunakan sumber data lapangan (*field research*) dan kepustakaan untuk memperoleh data teoritis.

Berdasarkan sumbernya, data penelitian dikelompokkan menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder. Adapun penjelasannya sebagai berikut :

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh peneliti langsung dari obyek yang diteliti (Soewajdi, 2012:147). Data primer merupakan data utama yang diperoleh langsung dari subyek penelitian dengan teknik pengambilan data langsung sebagai sumber informasi yang dicari (Azwar, 2005: 91). Sumber penelitian diperoleh dari semua informan melalui teknik wawancara dan observasi tentang pengembangan obyek daya tarik wisata Masjid Agung Jawa Tengah perspektif dakwah. Sumber data primer peneliti adalah humas Masjid Agung Jawa Tengah, Pengelola atau Penjaga Menara Al-Husna, dan Tokoh Agama di Masjid Agung Jawa Tengah, serta masyarakat di sekitar masjid.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari dokumen, publikasi yang sudah jadi, atau data yang diperoleh melalui kepustakaan (Soewajdi, 2012:147). Data yang diperoleh melalui pihak lain, tidak diperoleh langsung peneliti dari subyek penelitiannya (Azwar, 2005: 91). Sumber data sekunder adalah buku-buku, artikel-artikel, dokumen-dokumen yang berhubungan dengan pengembangan obyek daya tarik wisata.

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah yang berhubungan dengan studi kepustakaan maupun yang dihasilkan dari data empiris. Untuk memperoleh data yang diharapkan, teknik yang digunakan sebagai berikut:

a. Metode Observasi

Data untuk penelitian dapat dilakukan pula dengan cara pengamatan, pengamatan (observasi) yakni mengamati gejala yang diteliti, melalui panca indra manusia (penglihatan dan pendengaran) diperlukan untuk menangkap gejala yang diamati, nanti apa yang ditangkap dapat dicatat dan selanjutnya catatan tersebut dianalisis (Adi, 2004:70). Hal utama yang nanti peneliti amati yaitu Obyek daya tarik yang ada di masjid baik fisik maupun non fisik, salah satunya menara Al-Husna dan Pengajian Rutin di Masjid Agung Jawa Tengah. Metode ini digunakan untuk mendapatkan data, terkait dengan pelaksanaan pengembangan obyek daya tarik wisata di Masjid Agung Jawa Tengah.

b. Metode Wawancara

Wawancara adalah bentuk komunikasi antara dua orang, melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dari seseorang lainnya dengan mengajukan pertanyaan, berdasarkan tujuan tertentu (Mulyana, 2007: 180). Wawancara secara garis besar dibagi dua, yakni wawancara terstruktur dan tak terstruktur (meleong, 2004, 190). Penelitian dalam metode wawancara ini, sasaran utamanya adalah tokoh agama, pengelola atau penjaga menara Al-Husna, Masyarakat di sekitar, dan wisatawan. Wawancara tersebut untuk mendapatkan data di tempat wisata, baik pengelolaan yang benar menurut syariat, sudut pandangan masyarakat terhadap wisata Islami, dan kenyamanan wisatawan.

c. Metode Dokumentasi

Kata dokumentasi berasal dari bahasa latin docere, yang berarti mengajar. Sedangkan menurut istilah dokumen yaitu sumber tertulis bagi informasi sejarah sebagai kebalikan dari keaksian lisan, artefak, peninggalan tertulis, dan petilasan arkeologis. Dokumentasi merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara.(Gunawan, 2013: 175). Metode dokumentasi untuk memperoleh informasi dari dokumen-dokumen atau arsip yang berkaitan dengan penembangan obyek daya tarik wisata Masjid Agung Jawa Tengah.

4. Teknik Analisis Data

Terkait dalam menulis data, penulis menggunakan teknik analisis data yaitu kualitatif menggunakan pola pikir yang bersifat induktif yang berasal dari fakta, peristiwa, keadaan, fenomena, variabel yang mempunyai sifat empiris dan data

yang diperoleh nanti dipelajari serta dianalisis sehingga dapat ditemukan suatu kesimpulan yang bersifat umum (Narbuko, 2007:70). Analisis data deskriptif kualitatif adalah menganalisis dengan memberikan predikat kepada variabel yang sebenarnya, predikat tersebut dalam bentuk peringkat yang sebanding dengan kondisi yang diinginkan (Arikunto, 1998: 245).

Analisis terdiri dari 3 (tiga) alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan yaitu (Milles and Huberman, 1992) :

a. Reduksi Data

Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan tertulis di lapangan. Reduksi data berlangsung terus menerus selama penelitian kualitatif berlangsung. Antisipasi akan adanya reduksi data sudah tampak waktu penelitiannya memutuskan kerangka konseptual wilayah penelitian, permasalahan penelitian, dan pendekatan pengumpulan data yang dipilih. Selama pengumpulan data, terjadilah tahapan reduksi selanjutnya (membuat ringkasan, mengkode, menelusur tema, membuat gugusan, membuat partisi, membuat memo).

Reduksi data merupakan bagian analisis, suatu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak diperlukan, dan mengorganisasi data hingga kesimpulannya dapat diverifikasi. Data kualitatif dapat disederhanakan dan ditransformasi dengan cara, yaitu : melalui seleksi ketat, melalui ringkasan atau uraian singkat, menggolongkan dalam satu pola yang lebih luas, dan sebagainya.

b. Penyajian Data

Miles and Huberman membatasi suatu penyajian sebagai sekumpulan informasi yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian yang lebih baik merupakan suatu cara yang utama bagi analisis kualitatif yang valid, meliputi: berbagai jenis matrik, grafik, jaringan dan bagan. Dengan demikian seorang penganalisis dapat melihat apa yang sedang terjadi dan menentukan apakah menarik kesimpulan yang benar atau terus melangkah melakukan analisis yang menurut saran yang dikisahkan oleh penyajian sebagai suatu yang mungkin berguna.

c. Penarikan Kesimpulan/Verifikasi

Penarikan kesimpulan hanya sebagian dari satu kegiatan konfigurasi yang utuh. Kesimpulan juga diverifikasi selama penelitian berlangsung. Verifikasi mungkin sesingkat pemikiran yang melintas dalam pikiran penganalisis (peneliti) selama menulis, suatu tinjauan ulang pada catatan lapangan, atau menjadi begitu seksama dan menghabiskan tenaga dengan peninjauan kembali serta tukar pikiran untuk mengembangkan kesepakatan intersubjektif atau upaya untuk menempatkan salinan suatu temuan dalam data yang lain.

5. Teknik Pengecekan Keabsahan Data (Triangulasi)

Pada penelitian ini, untuk menguji keabsahan data peneliti menggunakan teknik pengecekan keabsahan data dengan triangulasi. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu.

Peneliti selain wawancara ke pihak pengelola juga mengkroscek data yang di dapat ke wisatawan untuk menguji keabsahannya, serta peneliti melihat dokumen-dokumen yang ada.

G. Sistematika Penulisan Skripsi

Agar mempermudah dalam memahami materi penelitian, diperlukannya gambaran garis besar dari keseluruhan bab, yang dikemukakan dalam sistematika pembahasan, sebagai berikut sistematika penulisan skripsi yang sangat penting untuk mengatakan garis besar masing-masing bab yang saling berkaitan dan berurutan. Hal ini agar tidak terjadi kekeliruan dalam penyusunannya sehingga terhindar dari kesalahan ketika penyajian pembahasan masalah.

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini nantinya pembahasan yang dicakup latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pembahasan yang di cakup pada bab ke-dua yaitu penjelasan terkait pengertian masjid, pengertian obyek daya tarik wisata, dan pengertian dakwah.

BAB III : GAMBARAN UMUM DAN OBJEK PENELITIAN

Pada bab ini nantinya akan membahas gambaran umum pengembangan obyek daya tarik wisata masjid agung jawa tengah prespektif dakwah, selain itu tentang hasil pengembangan yang ada di masjid agung jawa tengah.

BAB IV : ANALISIS HASIL PENELITIAN

Bab ke-empat menganalisis permasalahan yang ada di masjid agung jawa tengah dalam prespektif dakwah serta memberikan solusi untuk pengembangan masjid agung jawa tengah.

BAB V : PENUTUP

Bab terakhir ini, akan memberikan kesimpulan, kritik serta saran untuk semakin mengembangkan dunia pariwisata terkhusus di masjid agung jawa tengah.

BAB II

KERANGKA TEORI TENTANG PENGEMBANGAN OBYEK DAYA TARIK WISATA MASJID AGUNG JAWA TENGAH PRESPEKTIF DAKWAH

A. Masjid

1. Pengertian Masjid

Masjid berasal dari kata *sajada* yang artinya tempat bersujud atau tempat menyembah Allah SWT. Masjid juga merupakan tempat orang berkumpul dan melaksanakan sholat berjama'ah dengan bertujuan meningkatkan solidaritas dan silaturahmi di kalangan kaum muslimin dan di masjid pula tempat terbaik untuk melangsungkan sholat Jum'at (Ayub, 2001:1).

2. Fungsi dan Peran Masjid

Masjid memiliki fungsi dan peran yang dominan dalam kehidupan umat Islam, beberapa diantaranya adalah :

a. Sebagai tempat beribadah

Sesuai namanya masjid yang berarti tempat sujud, maka fungsi utamanya adalah sebagai tempat ibadah sholat. Diketahui bahwa makna ibadah di dalam Islam adalah luas menyangkut segala aktivitas kehidupan yang ditujukan untuk memperoleh ridha Allah SWT. Maka fungsi masjid di samping sebagai tempat ibadah shalat juga sebagai tempat beribadah secara luas sesuai dengan ajaran Islam.

b. Sebagai tempat menuntut ilmu

Masjid berfungsi sebagai tempat untuk belajar mengajar, khususnya ilmu agama yang merupakan fardlu 'ain bagi umat Islam. Di samping itu juga ilmu-ilmu lain, yaitu ilmu alam, ilmu sosial, humaniora, keterampilan dan lain sebagainya yang dapat diajarkan di masjid.

c. Sebagai tempat pembinaan jama'ah

Masjid berperan mengkoordinir umat guna menyatukan potensi dan kepemimpinan, dengan adanya umat Islam di sekitarnya. Selanjutnya yang terkoordinir secara rapi dalam organisasi Ta'mir Masjid dibina keimanan, ketaqwaan, ukhuwah imaniyah dan dakwah Islamiyah. Sehingga masjid menjadi basis umat Islam yang kokoh.

d. Sebagai pusat dakwah dan kebudayaan Islam

Masjid merupakan jantung kehidupan umat Islam yang selalu berdenyut untuk menyebarluaskan dakwah Islamiyah dan budaya Islam. Masjid direncanakan, diorganisasi, dikaji, dilaksanakan dan dikembangkan agar dakwah dan kebudayaan Islam tersampaikan kepada masyarakat. Oleh karena itu, masjid berperan sebagai sentra aktivitas dakwah dan kebudayaan.

e. Sebagai pusat kaderisasi umat

Masjid sebagai tempat pembinaan jama'ah dan kepemimpinan umat, memerlukan aktivitas yang berjuang menegakkan Islam secara istiqomah dan kesinambungan. Patah tumbuh hilang berganti, oleh sebab itu pembinaan kader perlu disiapkan dan dipusatkan di masjid sejak mereka masih kecil sampai dewasa. Diantaranya dengan penyelenggaraan Taman Pendidikan Al-Qur'an (TPA), Remaja masjid maupun Ta'mir masjid berserta kegiatannya.

f. Sebagai basis kebangkitan umat Islam

Abad ke-15 Hijriyah telah dirancang oleh umat Islam sebagai abad kebangkitan Islam. Umat Islam yang sekian lama tertidur dan tertinggal dalam peradaban dunia berusaha untuk bangkit dengan berlandaskan nilai-nilai agamanya. Islam dikaji dan ditelaah dalam berbagai aspek, baik ideologi, hukum, ekonomi, budaya, sosial dan lain sebagainya. Setelah itu dicoba untuk diaplikasikan dan dikembangkan dalam kehidupan riil umat. Proses islamisasi dalam segala aspek kehidupan secara arif bijaksana digulirkan (Ayub, 2001: 5-6)

3. Tipe-tipe Masjid

Masjid didirikan memiliki berbagai tipe masjid, fungsi dan kegiatannya menyesuaikan yang disandangnya. Perkembangan masjid berdasarkan jenisnya, dapat dikelompokkan dalam beberapa tipe antara lain :

a. Tipe masjid kampus/sekolah

Masjid yang dibangun disediakan untuk orang-orang yang berada di kampus atau sekolahan. Masjid tersebut memiliki jamaah yang terbatas mengingat jenis jamaahnya tertentu dan mudah dikenali, seperti mahasiswa / siswa, dosen / guru, karyawan, dan tamu yang kebetulan berkunjung.

b. Tipe masjid yayasan

Masjid yang didirikan oleh yayasan (terutama yayasan Islam), ketua yayasan menjadi pelindung dari takmir. Umumnya, masjid yayasan memiliki struktur kepengurusan yang sederhana. Namun, dapat berkembang sesuai kemampuan dan sumber daya yayasan.

c. Tipe masjid perorangan / penduduk

Masjid yang dibangun atas inisiatif perseorangan, setelah berdiri masjid dikelola dan digunakan oleh orang-orang disekitar masjid. Atau masjid yang dibangun atas inisiatif bersama dari orang-orang di sekitar masjid.

d. Tipe masjid pemerintah

Masjid yang didirikan dan dikelola atas nama pemerintah, dari tingkat pusat hingga desa. Pengelola masjid langsung dari orang-orang yang ditunjuk oleh pemerintah setempat (Al-Faruq, 2010: 76-81).

Tipe masjid pemerintah di Indonesia masih terbagi dalam beberapa tingkatan. Berdasarkan keputusan Direktur Jendral Bimbingan Masyarakat Islam Nomor : DJ.II/802 tahun 2014, tentang standar pembinaan manajemen Masjid yang membahas Tipologi Masjid, yaitu :

1) Masjid Negara

Masjid Negara adalah masjid yang berada di Ibu kota Negara Indonesia, menjadi pusat kegiatan keagamaan tingkat kenegaraan. Hanya ada satu masjid di Indonesia yaitu “Masjid Istiqlal”

2) Masjid Nasional

Masjid Nasional adalah masjid di Ibu Kota Provinsi yang ditetapkan oleh menteri Agama sebagai Masjid Nasional dan menjadi pusat kegiatan keagamaan tingkat pemerintah Provinsi. Seperti Masjid Nasional Baiturrahman Banda Aceh Provinsi Nanggroe Aceh Darussalam.

3) Masjid Raya

Masjid Raya adalah masjid yang berada di Ibu Kota Provinsi, ditetapkan oleh Gubernur atas rekomendasi Kepala Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi sebagai Masjid Raya dan menjadi pusat kegiatan keagamaan tingkat Pemerintahan Provinsi.

4) Masjid Agung

Masjid Agung adalah masjid yang terletak di Ibu Kota Pemerintah Kabupaten/Kota yang ditetapkan oleh Bupati/Walikota atas rekomendasi Kepala Kantor Kementerian Agama Kabupaten/Kota, menjadi pusat

kegiatan sosial keagamaan yang dihadiri oleh pejabat Pemerintah Kabupaten/Kota.

5) Masjid Besar

Masjid Besar adalah masjid yang berada di kecamatan dan ditetapkan oleh Pemerintah Daerah setingkat Camat atas rekomendasi Kepala KUA Kecamatan, menjadi pusat kegiatan sosial keagamaan yang dihadiri oleh camat, pejabat dan tokoh masyarakat tingkat kecamatan.

6) Masjid Jami'

Masjid Jami' adalah masjid yang terletak di pusat pemukiman di wilayah pedesaan/kelurahan. Menjadi pusat kegiatan keagamaan Pemerintah Desa/Kelurahan dan warga.

B. Obyek Daya Tarik Wisata

1. Dasar Hukum Pariwisata

Undang-undang Republik Indonesia nomor 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan disebutkan bahwa daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sarana atau tujuan kunjungan wisata.

Daya Tarik Wisata atau "*tourist attraction* yaitu segala sesuatu yang menjadi daya tarik bagi orang untuk mengunjungi suatu daerah tertentu (Yoeti, 1985). Sedangkan menurut pendapat lain Daya tarik wisata sebagai segala sesuatu yang menarik dan bernilai untuk dikunjungi dan dilihat (Nyoman, 1994).

Jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa daya tarik wisata adalah sesuatu yang memiliki daya pikat tersendiri bagi yang menikmatinya baik dari segi keunikan, keindahan atau lainnya sehingga akan menjadi rujukan setiap orang ketika kembali ketempat tersebut. Daya tarik wisata biasa disebut obyek wisata merupakan potensi pendorong kehadiran wisatawan kesuatu daerah tujuan wisata.

Terdapat di UU No. 9 tahun 1990 tentang kepariwisataan disebutkan bahwa daya tarik wisata adalah suatu yang menjadi sasaran wisata terdiri atas :

- a. Daya tarik wisata ciptaan Tuhan Yang Maha Esa yang berwujud keadaan alam, flora dan fauna.

- b. Daya tarik wisata hasil karya manusia yang berwujud museum, peninggalan sejarah, seni dan budaya, wisata agro, wisata buru, wisata petualangan alam, taman rekreasi dan kompleks hiburan.
- c. Daya tarik wisata minat khusus, seperti : berburu, mendaki gunung, gua, industri dan kerajinan, tempat perbelanjaan, sungai air deras, tempat-tempat ibadah, tempat ziarah dan lain-lain.

2. Pengelompokan Obyek Daya Tarik Wisata

Obyek dan daya tarik wisata dikelompokkan (Suwantoro, 1997:19) :

- a. Pengusahaan objek dan daya tarik wisata dikelompokkan dalam pengusahaan objek dan daya tarik wisata alam, pengusahaan objek dan daya tarik wisata budaya, pengusahaan objek dan daya tarik wisata minat khusus.
- b. Umumnya daya tarik suatu objek wisata berdasar pada :
 - 1) Adanya sumber daya yang dapat menimbulkan rasa senang, indah, nyaman dan bersih
 - 2) Adanya aksesibilitas yang tinggi untuk dapat mengunjunginya
 - 3) Adanya ciri khusus/spesifikasi yang bersifat langka
 - 4) Adanya sarana/prasarana penunjang untuk melayani para wisatawan yang hadir
- c. Objek wisata alam mempunyai daya tarik karena keindahan alam, pegunungan, sungai, pantai, pasir, hutan dan sebagainya.
- d. Objek wisata budaya memiliki nilai khusus seperti atraksi khusus, upacara adat, nilai leluhur yang terkandung pada suatu obyek
- e. Pembangunan suatu objek wisata harus dirancang dengan bersumber pada potensi daya tarik yang memiliki objek yang memiliki kriteria keberhasilan pengembangan yang meliputi:
 - 1) Kelayakan finansial adalah perhitungan secara komersial dari pembangunan objek wisata
 - 2) Kelayakan Sosial Ekonomi Regional adalah investasi dalam menanamkan pembangunan suatu objek wisata dalam menciptakan lapangan pekerjaan, meningkatkan devisa dan sebagainya.
 - 3) Kelayakan Teknis pembangunan objek wisata memiliki pertanggungjawaban secara teknis dengan melihat juga daya dukungnya.

- 4) Kelayakan lingkungan, pembangunan objek wisata bukan untuk merusak lingkungan tetapi memanfaatkan sumber daya alam untuk kebaikan manusia dan untuk meningkatkan kualitas hidup menjadi keseimbangan, keselarasan, dan keserasian (Suwanto, 1997:20)

3. Standarisasi Obyek Daya Tarik Wisata

Suatu obyek wisata dapat menarik untuk dikunjungi oleh wisatawan harus memenuhi syarat-syarat untuk pengembangan daerahnya, menurut Maryani (1991:11) adalah :

a. What to see

Tempat tersebut harus ada obyek wisata dan atraksi wisata yang berbeda dengan yang dimiliki daerah lain. Dengan kata lain daerah tersebut harus memiliki daya tarik khusus dan atraksi budaya yang dapat dijadikan “entertainment” bagi wisatawan. What to see meliputi pemandangan alam, kegiatan kesenian, dan atraksi wisata.

b. What to do

Tempat tersebut selain banyak yang dapat dilihat dan disaksikan, harus disediakan fasilitas rekreasi yang dapat membuat wisatawan betah tinggal lama.

c. What to buy

Tempat tujuan wisata harus tersedia fasilitas untuk berbelanja terutama barang souvenir dan kerajinan rakyat sebagai oleh-oleh untuk di bawa pulang ke tempat asal.

d. What to arrived

Termasuk aksesibilitas, bagaimana mengunjungi obyek wisata tersebut, kendaraan apa yang akan digunakan, dan berapa lama tiba ke tempat tujuan wisata tersebut.

e. What to stay

Bagaimana wisatawan akan tinggal untuk sementara selama berlibur di obyek wisata itu. Diperlukan penginapan-penginapan baik hotel berbintang atau hotel non berbintang dan sebagainya.

C. Pengembangan Pariwisata

Terkait pengembangan pariwisata hal yang perlu di perhatikan oleh pihak-pihak yang bersangkutan yaitu :

1. Pemasaran

Pemasaran merupakan suatu kegiatan pokok yang dilakukan oleh pengusaha dalam rangka mempertahankan kelangsungan usaha untuk dapat berkembang dan memperoleh laba. Pemasaran adalah fungsi yang penting di dalam suatu organisasi bisnis karena divisi pemasaran akan selalu mendatangkan pendapat bagi organisasi bisnis (Rangga, 2018:42).

American Marketing Association (AMA) mendefinisikan pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengomunikasikan, dan memberikan nilai kepada pelanggan dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingan (Kotler & Koller, 2009:5).

Konsep pemasaran merupakan sebuah keyakinan perusahaan bahwa pemuasan kebutuhan konsumen merupakan kunci sukses bagi perusahaan untuk dapat bertahan menghadapi persaingan. (Rangga, 2018:43). Pelaku pemasaran secara sederhana menganggap pemasaran sebagai “toolbox” untuk menjual produk dan pelaku pemasaran biasanya terlibat langsung dalam menciptakan kreatifitas melalui kebijakan dan prosedur dalam menghasilkan ide dan gagasan tentang proses pemasaran (Borden, 1964).

Terkait pemasaran perlu adanya memperhatikan 4 point biasa di kenal dengan 4P yaitu Produk, Price, Place dan Promotion. Pertama, Produk mencakup pengembangan, desain, modifikasi dan pemilihan produk yang tepat. Kedua, Harga (Price) untuk menetapkan nilai jual produk yang mempertimbangkan biaya, permintaan konsumen dan kompetisi harga di pasar. Ketiga, tempat (Place) menentukan saluran distribusi produk untuk lebih mudah dikenal dan dijangkau oleh konsumen. Keempat, promosi (promotion) meliputi iklan, penjualan, dan pengenalan produk secara berkala serta hubungan masyarakat melalui kritik dan saran yang diberikan (Mcdonald, 2007).

Pemasaran pariwisata tela lama diciptakan sebelum pemasaran tentang produk ada, karena layanan tentang produksi dan konsumsi secara umum sudah berlaku sejak dahulu termasuk pemasaran pariwisata (Calatone & Mazanec, 1991). Sedangkan pemasaran menurut Gronroos menjelaskan bahwa pertama nilai (value) tidak diciptakan oleh organisasi melainkan yang menciptakan nilai adalah konsumen dan perusahaan mendapatkan kesempatan untuk bersama menciptakan nilai dengan pelanggannya. Kedua, konsumen

mungkin tidak selalu ingin terlibat dalam menciptakan hubungan baik kepada perusahaan, jadi pemasaran berbasis hubungan dianggap penting untuk diperhatikan kepada pelanggan. Ketiga, pemasaran tidak dapat berfungsi secara efektif sebagai satu unit organisasi, sebaliknya fokus terhadap pelanggan untuk memenuhi kebutuhan menjadi penting. Keempat, proses pemasaran organisasi terdiri dari membuat janji pada konsumen, memungkinkan janji tersebut dan harapan bahwa konsumen mengembangkan dasar pada janji yang di buat (Dolnicar & Ring, 2014).

Dalam konteks pariwisata, menjelaskan bahwa pemasaran pariwisata merupakan bagaimana menciptakan nilai kepada konsumen terhadap apa yang diterima dan dirasakan oleh wisatawan ketika kunjungan ke sebuah objek wisata, menciptakan hubungan baik saat wisatawan berkunjung, memenuhi kebutuhan wisatawan disaat melakukan perjalanan (pelayanan) dan memenuhi keamanan dan kenyamanan wisatawan saat melakukan perjalanan (Gronroos, 2006)

2. Pelayanan

Terkait pelayanan terdapat penjelasan secara rinci dari Direktorat Jendral Pengembangan Destinasi Departemen Kebudayaan dan Pariwisata, Pelayanan adalah suatu usaha untuk membantu menyiapkan dan mengurus apa yang diperlukan oleh orang lain. Pelayanan Publik adalah kegiatan yang dilaksanakan oleh pemerintah (pusat, daerah, BUMN/BUMD) dalam bentuk barang maupun jasa dalam rangka pemenuhan kebutuhan masyarakat sesuai peraturan yang berlaku. Dan Pelayanan Pariwisata adalah suatu cara yang dilakukan oleh individu atau seseorang didalam memenuhi kebutuhan tamunya, dengan mencurahkan segenap kemampuannya, perasaan dan keterampilan yang dimilikinya sehingga tercapai tujuan yaitu kepuasan yang dirasakan oleh orang yang dilayani.

Karakteristik Pelayanan dalam Kegiatan Kepariwisataan :

- a. Pelayanan wisata yang akan disampaikan tidak dapat di denonstrasikan terlebih dahulu kepada wisatawan
- b. Pelayan wisata yang telah disampaikan dan berkualitas tidak baik, akan tidak dapat di ulangi kembali untuk di perbaiki.
- c. Pelayanan wisata yang di berikan di produksi pada waktu yang bersamaan dengan waktu yang di konsumsi oleh para wisatawan

- d. Pengalaman terhadap pelayanan wisata yang di sampaikan pada wisatawan, tidak dapat di pindahkan kepada orang ketiga sebagai pihak ketiga.
- e. Penilaian terhadap kualitas pelayanan yang di terima oleh wisatawan tergantung pada pengalaman pribadi wisatawan yang bersangkutan
- f. Harapan/Ekspektasi wisatawan terhadap pelayanan wisata yang akan di peroleh merupakan bagian yang terintegrasi dalam tingkat kepuasannya terhadap produk wisata yang dilaksanakan.

Jenis kebutuhan pelayanan Oleh Wisatawan :

- 1) Kebutuhan untuk merasa disambut dengan baik
- 2) Kebutuhan akan pelayanan yang cepat dan tepat waktu
- 3) Kebutuhan untuk merasa nyaman dan aman
- 4) Kebutuhan untuk di mengerti
- 5) Kebutuhan untuk memperoleh bantuan atau pertolongan
- 6) Kebutuhan untuk di hargai dan di anggap penting.

Perilaku dalam Pelayanan Pariwisata :

- a) Jujur dan dapat di percaya
- b) Menjaga sopan santun dalam berkomunikasi dan bersikap
- c) Selalu memperhatikan ketepatan waktu (disiplin)
- d) Memperhatikan penampilan agar selalu bersih, rapi, dan menarik
- e) Bersikap ramah tamah, hangat dan bersahabat
- f) Berkomunikasi secara efektif (verbal dan non verbal) dan memperlihatkan bahasa tubuh (body language) yang positif
- g) Selalu tersenyum dan memberikan perhatian
- h) Sigap/cekatan untuk memberikan bantuan atau pertolongan
- i) Mengingat nama seseorang dengan baik
- j) Menghilangkan kebiasaan negatif yang di miliki (berdehem, menggaruk kepala dan sebagainya) ([https://www.google .com/pelayanan pariwisata](https://www.google.com/pelayanan_pariwisata), di akses pada 18 juni 2020, 17:01 WIB)

D. Dakwah

1. Pengertian Dakwah

Kata dakwah sendiri berasal dari bahasa Arab yaitu, "Da'a-yad'u-da'watan" yang artinya mengajak, menyeru, atau memanggil (Samsul. 2008 :12). Pendapat lain

kata “Da’a” mempunyai beberapa makna antara lain memanggil, mengundang, minta tolong, meminta, memohon, menamakan, menyuruh datang, mendorong, menyebabkan, mendatangkan, mendoakan, menangi dan meratapi (Ali Aziz, 2009:6).

Secara etimologis atau lughot pengertian dakwah dan tabligh itu merupakan proses penyampaian (tabligh) pesan-pesan tertentu yang berupa ajakan atau seruan dengan tujuan orang lain agar memenuhi ajakan tersebut.

Dakwah juga dapat diartikan menerangkan atau menjelaskan, hal ini dapat kita lihat dalam surat (Al-Baqarah:256):

لَا إِكْرَاهَ فِي الدِّينِ قَدْ تَبَيَّنَ الرُّشْدُ مِنَ الْغَيِّ فَمَنْ يَكْفُرْ بِالطَّاغُوتِ وَيُؤْمِنْ بِاللَّهِ فَقَدِ اسْتَمْسَكَ بِالْعُرْوَةِ الْوُثْقَىٰ لِأَنَّفْصَامَ لَهَا وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ

“Tidak ada paksaan untuk (memasuki) agama (Islam); sesungguhnya telah jelas jalan yang benar dari pada jalan yang sesat. Karena itu barang siapa yang ingkar kepada Thaghut dan beriman kepada Allah, maka sesungguhnya ia telah berpegang kepada buhul tali yang amat kuat yang tidak akan putus. Dan Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui.” Qs. Al-Baqarah : 256)

Sedangkan, kata dakwah yang memiliki arti permohonan dijelaskan pada (QS. Al-Baqarah : 186) :

وَإِذَا سَأَلَكَ عِبَادِي عَنِّي فَإِنِّي قَرِيبٌ أُجِيبُ دَعْوَةَ الدَّاعِ إِذَا دَعَانِ فَلْيَسْتَجِيبُوا لِي وَلْيُؤْمِنُوا بِي لَعَلَّهُمْ يَرْشُدُونَ

Artinya :”Dan apabila hamba-hamba-Ku bertanya kepadamu tentang Aku, maka (jawablah), bahwasanya Aku adalah dekat. Aku mengabulkan permohonan orang yang berdo’a apabila ia memohon kepada-Ku, maka hendaklah mereka itu memenuhi (segala perintah-Ku) dan hendaklah mereka beriman kepada-Ku, agar mereka selalu berada dalam kebenaran.”

Sedangkan dakwah yang berarti menyeru /seruan ditugaskan Allah dalam (QS. Ibrahim: 44) :

wajib kifayah, maksudnya “sebagian masyarakat muslim” tidak seluruhnya.

يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ

Kalimat tersebut berupa kalimat verbal yang maksudnya kaum muslimin secara kolektif. Menurut bahasa dakwah berarti panggilan, seruan, jamuan, atau ajakan. Jadi definisi dakwah adalah suatu kegiatan atau aktivitas mengajak seseorang atau sekelompok orang untuk melakukan kebaikan dan mencegah dari perbuatan munkar baik melalui lisan maupun tulisan.

وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ

Perintah Allah yang kedua pada ayat di atas adalah Amar Ma'ruf. Perbuatan yang ma'ruf apabila dikerjakan dapat diterima dan dipahami oleh manusia, juga perbuatan ma'ruf tidak bertentangan dengan norma sosial dan norma agama.

وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ

Ada kesamaan redaksi dengan ayat sebelumnya yaitu berupa kalimat verbal yang diawali kata kerja yang dilanjutkan dengan isim majrur. Kalimat pertama yanhauna fi'il mudhori' yang disandarkan pada waw nun, berasal dari kata naha-yanhu-nahwan artinya mencegah. Sedangkan munkar, menurut bahasa berasal dari Ankara-Yunkiru artinya diingkari, dibenci, ditolak oleh masyarakat, tidak pantas, tidak diinginkan, tidak disengangi, tidak patut. Perbuatan munkar adalah bertentangan secara aqly, secara syar'iy dan qalby. Ketika manusia melihat kemungkaran maka ia seyogyanya mencegah sesuai hadits Rasulullah yang artinya “Barang siapa diantara kamu melihat kemungkaran, ubahlah dia dengan tangannya, jika tidak mampu maka dengan lisannya, jika tidak mampu, maka dengan hatinya, itulah selemah-lemahnya iman (HR.Muslim)”

وَأَنَّكَ هُمْ الْمُفْلِحُونَ

Ayat di awali kata sambung jamak ula'ika, artinya mereka. Dikuatkan dengan dlamir ghaib jamak hum/ kata ganti ketigs bentuk jamak artinya mereka. Selanjutnya al-muflihunn menunjukkan bentuk jamak. Maksudnya redaksinya adalah mereka yang mengindahkan tiga tuntunan di atas, yakni mengajak kepada kebajikan, menyuruh yang ma'ruf dan mencegah yang

munkar adalah yang memiliki martabat yang tinggi, orang-orang yang beruntung, mendapatkan apa yang mereka dambakan dalam kehidupan dunia dan akhirat.

Istilah dakwah dalam berbagai derivasi dan maknanya telah banyak di firmankan ayat-ayat Al-qur'an, dalam arti mengajak disebutkan 46 kali, 39 kali dalam arti mengajak kepada Islam dan kebaikan, dan 7 kali mengajak ke neraka atau kejahatan. Oleh karena itu dakwah didefinisikan kegiatan mengajak, mendorong, dan memotivasi orang lain berdasarkan bashirah untuk meneliti jalan Allah dan Istiqomah di jalan-Nya serta berjuang bersama meninggikan Agama Allah.

Dasar hukum dakwah Islam adalah Al-qur'an dan Hadis, karena keduanya merupakan sumber pokok dari hal yang berkaitan dengan ajaran Islam, sama halnya dengan aspek-aspek ajaran Islam lainnya yang berlandaskan kepada Al-qur'an dan Hadis, terdapat penjelasan lebih lanjut dari para ahli agama maa dulu, sekarang dan yang akan datang tetap berlandaskan dengan Al-Qur'an dan Hadis.

Hukum dakwah adalah fardhu kifayah, atau menjadi kewajiban secara kolektif bagi umat Islam yang mempunyai kemampuan dan pengetahuan untuk melaksanakan aktivitas dakwah, akan tetapi pada dasarnya adalah kewajiabn individu untuk berusaha memperoleh pengetahuan agar dapat melaksanakan dakwah. Secara umum berdakwah memiliki empat strategi yaitu: Strategi pertumbuhan, Strategi kesejahteraan, Strategi reaksi atau respon, dan Strategi Gabungan.

Dakwah merupakan proses perubahan yaitu perubahan yang berazaskan cerminan dari nilai-nilai Islam, sehingga aktivitas dakwah inherent dengan sisi antropologi masyarakat dapat berperan sebagai pemandu perkembangan budaya masyarakat.

Proses dakwah yang panjang dan selalu menghadapi tantangan, memerlukan wawasan dan informasi yang lebih luas untuk mengantisipasi kendala-kendala. Dengan demikian juru dan organisasi dakwah, seyogyanya memiliki pengetahuan tentang ruang lingkup dakwah. Ruang lingkup dakwah memiliki beberapa pokok persoalan sebagai matan kajian dakwah. Matan-matan tersebut ialah : Matan pertama, Lingkup Al-qur'an sebagai kitab dakwah yang diturunkan langsung dari Allah kepada

Rasulullah. Didalam Al-qur'an terdapat bentuk-bentuk dan term-term dakwah. Matan kedua, Lingkup Hadits, Rasulullah merupakan dai pertama yang melanjutkan rasul sebelumnya. Matan ketiga, Lingkup dakwah Islam setelah rasululla, sampai melintasi zaman khulafaurasyidin, bani umayah, bani abbas, dinasti-dinasti klasik, pra-modern, modern dan pasca modern. Matan keempat, Lingkup dakwah Islam yaitu dakwah yang tampak dalam wujud realita, ia teramati, dan terasakan yang melibatkan semua unsur-unsur dakwah yakni: pelaku dakwah, madah dakwah, metode dan mad'u. Matan kelima, Lingkup Konseptualisasi dakwah. Matan keenam, Teori dakwah. Dan Matan terakhir, Struktur keilmuan Dakwah.

Hadits-hadits dakwah yang mengandung makna yang menyerupai atau bahkan ada yang sama dengan makna-makna dakwah di atas, berikut adalah :

a. Kata yang berarti memerintah

Dari Hudzaifah ra, dari Nabi Muhammad saw dia bersabda: “ Demi Dzat yang jiwaku ada di tangan-Nya, sungguh kamu akan memerintakan yang ma'ruf mencegah yang munkar atau sebentar lagi Allah turunkan azab dari-Nya, kemudian kamu berdo'a lalu tidak dikabulkan.” (HR. At-Tirmidzi)

b. Kata yang berarti nasehat atau menasehati

Dari Jarir ra. Berkata: ”Aku berbaiat kepada Nabi untuk mendengar dan taat, lalu Nabi menuntunku: “Sesuai dengan kemampuanmu, dan menasehati setiap muslim” (HR. Bikhari dan Muslim)

c. Kata yang berarti menyuruh

Dari Ibnu Abbas ra. Dari Nabi Muhammad saw, dia bersabda: “Tidak termasuk umatku orang yang tidak menyayangi yang lebih muda dan menghormati yang lebih tua, menyuruh yang baik dan melarang yang buruk.” (HR. Ahmad, At-Tirmidzi dan Ibnu Hibban)

Sebagian kecil hadits yang memiliki kesamaan makna atau arti dengan kata dakwah. Jadi kata dakwah sendiri memiliki arti yang beragam, meskipun kata tersebut tidak langsung berasal dari kata Da'a, Yad'u, Da'watan tersebut.

3. Unsur-unsur Dakwah

Unsur-unsur dakwah adalah komponen- komponen yang ada dalam kegiatan dakwah (Aziz, 2004:75). Unsur-unsur dakwah tersebut antara lain:

a. Subjek Dakwah

Subjek dakwah merupakan orang yang menyampaikan dakwah (pelaksana dakwah). Kesuksesan dakwah tergantung pada kepribadian da'i yang bersangkutan. Apabila da'i mempunyai kepribadian menarik maka dakwah akan berhasil dengan baik. Sebaliknya, jika da'i tidak memiliki kepribadian baik atau tidak memiliki daya tarik, maka dakwah akan mengalami kegagalan (Anshari, 1993:107).

b. Obyek Dakwah

Obyek dakwah adalah orang yang menerima dakwah (Mad'u). Mad'u terdiri dari berbagai macam golongan, antara lain :

- 1) Segi sosiologis, yaitu masyarakat terasing, pedesaan, perkotaan, kota kecil, serta masyarakat marjinal dari kota besar.
- 2) Struktur kelembagaan, yaitu priyai, abangan, santri dan masyarakat jawa
- 3) Segi tingkatan usia, yaitu anak-anak, remaja, dewasa, dan orang tua.
- 4) Segi profesi, yaitu petani, pedagang, seniman, karyawan dan pegawai negeri
- 5) Segi tingkatan sosial ekonomis, yaitu kaya, menengah dan miskin
- 6) Jenis kelamin yaitu pria dan wanita
- 7) Segi khusus yaitu masyarakat tunasusila, tunawisma, tunakarya, narapidana dan sebagainya (Aziz, 2004 : 91)

c. Materi Dakwah

Materi dakwah adalah pesan yang disampaikan oleh subyek dakwah kepada obyek dakwah. Materi dakwah juga disebut ideologi dakwah, ialah ajaran Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan as-Sunnah (Rofiah, 2010:26). Ajaran Islam yang ada di Al-Qur'an dan As-Sunnah, pada pokoknya mengandung tiga prinsip yaitu:

1) Aqidah

Aqidah adalah menyangkut prinsip keimanan dan kepercayaan kepada Allah SWT.

2) Syariat

Syariat adalah ajaran mengenai aktivitas seorang muslim, untuk memahami boleh dan tidak boleh suatu tindakan, halal dan haramnya suatu makanan, dan lain sebagainya.

3) Akhlaq

Akhlaq yaitu tata cara berhubungan baik secara vertikal dengan Allah SWT. Maupun secara horizontal dengan seluruh makhluk-makhluk Allah SWT (Anshari, 1993:146).

d. Media Dakwah

Media dakwah adalah alat untuk mendukung menyampaikan pesan-pesan dakwah. Penggunaan media-media dan alat-alat modern bagi pengembangan dakwah adalah suatu keharusan untuk mencapai efektivitas dakwah (Amin, 2009:14).

e. Metode Dakwah

Metode dakwah adalah cara-cara penyampaian dakwah baik individu maupun kelompok agar pesan-pesan dakwah mudah diterima. Penerapan metode dakwah menjadi perhatian serius bagi para penyampai dakwah. Berbagai pendekatan bil lisan, bil qalam, dan bil hal di modifikasi sedemikian rupa sesuai dengan modernitas. Demikian pula metode dakwah dengan hikmah, mau'idzah, hasanah dan mujaadalah (Amin, 2009 : 13).

BAB III

GAMBARAN UMUM MASJID AGUNG JAWA TENGAH DAN PENGEMBANGAN OBJEK DAYA TARIK MASJID AGUNG JAWA TENGAH

A. Gambaran Umum Masjid Agung Jawa Tengah

1. Sejarah Masjid Agung Jawa Tengah

Data mengenai sejarah Masjid Agung Jawa Tengah, didapatkan peneliti dengan metode dokumentasi. Masjid Agung Jawa Tengah merupakan masjid yang memiliki arsitektural dengan gaya yang unik, memadukan arsitektural jawa, eropa serta universal ke suatu bangunan masjid dengan bentuk yang elok dilengkapi fitur masjid modern abad ke-21. Bentuk atap yang didesain serupa dengan atap Masjid Raya Al-Bantani, Banten dan atap Masjid Akbar di kawasan bekas bandara kemayoran jakarta pusat.

Arsitektur yang memadukan tiga gaya, yaitu arsitektur jawa yang diwakilkan pada badan atap masjid yang berbentuk limas serta dasar tiang masjid bermotif batik seperti model tumpal, untu walang, kawung, dan parang-parangan. Arsitektur arab yang diwakilkan pada puncak kubah masjid dan dinding masjid yang dihiasi kaligrafi. Dan Arsitektur Roma-Yunani yang diwakilkan pada desain interior dan pewarnaan sudut-sudut bangunan.

Pembangunan Masjid Agung Jawa Tengah merupakan bangunan yang di dirikan di lahan tanah banda wakaf Masjid Besar Kauman Semarang oleh muslim semarang setelah melalui prokontra sejak tahun 1980. Kembalinya banda wakaf Masjid besar Kauman Semarang inilah yang menjadi latar belakang sejarah pembangunan Masjid Agung Jawa Tengah.

Raibnya banda wakaf Masjid Besar Kauman Semarang berawal dari proses tukar guling tanah wakaf Masjid seluas 119,127 ha yang dikelola oleh BKM (Badan Kesejahteraan Masjid) bentukan Bidang Urusan Agama Depag Jawa Tengah. Alasan tanah tersebut tidak produktif, oleh BKM tanah tersebut tukar guling dengan tanah seluas 250 ha di Demak lewat PT. Sambirejo, kemudian berpindah tangan ke PT. Tesindo milik Tjipto Siswoyo. Berbagai upaya hukum yang ditempuh untuk mengembalikan tanah menemui jalan buntu, dari tingkat pengadilan negeri hingga di Mahkamah Agung (Dokumentasi Masjid Agung Jawa Tengah)

Akhirnya disepakati membentuk tim terpadu pengembalian banda wakaf Masjid Agung Kauman Semarang yang dimotori oleh Mayjend TNI Mardiyanto selaku Pangdam IV Diponegoro dan kepala Badan Koordinasi Stabilitas Nasional Daerah (Bakortanasda) Jawa Tengah. Sedangkan ketua tim terpadu dijabat oleh Kol.Bambang Sugiyarto kemudian dilanjutkan oleh Kol. Art. Slamet Prayitno yang menjabat Badan Kesbang dan Linmas Jawa Tengah (Wawancara dengan humas dan pemasaran MAJT).

Pada tanggal 8 Juli 2000, Tjipto Siswoyo menyerahkan sertifikat tanah seluas 69,2 ha yang dikuasainya kepada Pangdam IV Diponegoro Mayjen TNI Bibit Waluyo selaku ketua Bakortanasda Jawa Tengah yang selanjutnya diserahkan kepada Gubernur Mardiyanto.

Gagasan pendirian Masjid Agung Jawa Tengah terlontar pada acara syukuran dan istighosah di Masjid Besar Kauman Semarang yang berlangsung pada tanggal 10 september 2000. Pada acara tersebut H.Mardiyanto melontarkan gagasan untuk mendirikan masjid sebagai bentuk rasa syukur atas kembalinya banda wakaf Masjid Besar Kauman Semarang. Ide pendirian masjid bergulir dengan cepat, kalangan yang keberatan dengan ide tersebut akhirnya ikut mendukung. Kesediaan Gubernur Jawa tengah untuk mendirikan masjid tersebut juga didorong oleh para masyarakat, seperti KH. Sahal Mahfudz dan tokoh politik seperti KH. Toyfoer, Drs. H. Noor Ahmad, Drs.H. Masruhan Syamsuri, Drs. H. Hisyam Ali dan lain-lain.

Tanggal 6 Juni 2001 Gubernur Jawa Tengah membentuk Tim koordinasi pembangunan masjid Agung Jawa tengah yang terdiri atas unsur Pemerintahan Provinsi, Majelis Ulama Indonesia, Masjid Besar Kauman Semarang, Departemen Agama, Departemen Pekerjaan Umum, Organisasi Kemasyarakatan Islam, Pemerintah Kota, dan Cendekiawan.

Pada bulan september 2001, panitia menerbitkan sebuah dokumen teknis yang menjadi kerangka acuan kerja bagi peserta sayembara. Masjid menjadi pusat pelayanan ibadah dan kemasyarakatan, pusat pendidikan dakwah Islam, silaturahmi dan komunikasi dunia Islam selain masjid diharapkan menjadi pusat inovasi pemikiran Islam dan pusat pemberdayaan ekonomi umat. Skala ukuran tersebut, Masjid Agung Jawa Tengah menjadi tuntunan atau landmark kota untuk mengikuti perkembangan jaman sekaligus menyiratkan jiwa napas Jawa Tengah (Dokumentasi Masjid Agung Jawa Tengah)

Rancangan yang dinilai Dewan Juri dipamerkan untuk diumumkan di Masjid Raya Baiturrahman Semarang untuk menampung komentar baik masukan maupun kritikan masyarakat. Melalui pameran keterlibatan dan kepedulian masyarakat luas dijajagi. Sebelum keputusan akhir dari Gubernur memilih pemenang dari lima peserta unggulan hasil penilaian Dewan Juri, masih ada presentasi khusus di depan para ulama dan kyai Jawa Tengah.

Kelima rancangan yang telah dipilih dewan juri kemudian dinilai oleh dewan juri kehormatan yaitu Gubernur Jawa Tengah, Walikota Semarang dan Prof. Ir. Eko Budihardjo, M.Sc untuk menentukan pemenangnya. Pada 20 November 2001 dewan juri kehormatan mengukuhkan “Gelagah Wangi” sebagai pemenang sayembara dan langsung ditugasi mengembangkan desainnya. PT. Atelier Enam Mekar Bangun, menjadi konsultan utama, sedangkan lelang untuk pelaksanaan proyek dimenangkan oleh PT.Hutama Karya (Data wawancara dengan pengelola menara Al-Husna Masjid Agung Jawa Tengah)

Pada hari senin wage tanggal 17 jumadil Akhir 1423 H bertepatan pada tanggal 26 Agustus 2002 pukul 08:21 WIB dilakukan pengukuran arah kiblat dengan theodolit dan GPS di lokasi pembangunan Masjid Agung Jawa Tengah di Jl. Gajah kelurahan sambirejo kecamatan Gayamsari Semarang. Pengukuran arah kiblat dilaksanakan oleh Ahli Hisab Fakultas Syari’ah IAIN Walisongo Semarang, Drs. H. Slamet Hambali dan Ahmad Izzuddin, M.Ag yang disaksikan KH> Masykuri (Wakil Ketua PWNU Jawa Tengah), Dr. H. Ahmad Rofiq, MA (Dekan Fakultas Syari’ah IAIN Walisongo), Drs. H. Agus Fathuddin Yusuf (Wartawan Suara Merdeka), Heru Djatmiko (PT. Utama Karya) dan Ir. Sigit Krida Hariono, M.Si (staf Subdin Bangunan dan Jasa Konstruksi Diskimtaru Jawa Tengah) dan lain-lain.

Pembangunan masjid dimulai pada hari jum’at, 6 September 2002 ditandai dengan pemasangan tiang pancang perdana oleh Menteri Agama RI, Prof. Dr. H. Said Agil Husen Al-Munawar, KH. MA Sahal Mahfudz dan Gubernur Jawa Tengah, dan H. Mardiyanto. Pemasangan tiang perdana juga dihadiri oleh tujuh duta besar dari negara-negara sahabat yaitu Arab Saudi, Uni Emirat Arab, Qatar, Kuwait, Mesir, Palestina, dan Abu Dabi. Sebelum dilaksanakan pemasangan tiang pancang, dilaksanakan pengajian dan mujahadah oleh kiai-kiai karismatik seperti KH. Munif Zuhri dan Girikusumo, KH. Baqoh Arifin dan Kajoran, KH. Habib Luthfi dari pekalongan daan lain-lain.

Masjid Agung Jawa Tengah dirancang dalam gaya arsitektur campuran Jawa, Islam, dan Romawi. Arsiteknya adalah Ir. H. Ahmad Fanani dari PT. Atelier Enam Bandung yang memenangkan sayembara desain MAJT tahun 2001. Bangunan utama masjid beratap limas khas bangunan Jawa namun di bagian ujungnya dilengkapi dengan kubah besar berdiameter 20 meter ditambah lagi dengan 4 menara masing-masing setinggi 62 meter ditiap penjuru atapnya sebagai bentuk bangunan masjid universal Islam lengkap dengan satu menara terpisah dari bangunan masjid setinggi 99 meter (Dokumentasi Masjid Agung Jawa Tengah)

Gaya Romawi terlihat dari bangunan 25 pilar kolosium di pelataran masjid, pilar bergaya kolosium Athena di Romawi dihiasi kaligrafi yang indah, menyimbolkan 25 Nabi dan Rosul, di gerbang ditulis dua kalimat syahadat, pada bidang datar tertulis huruf Arab Melayu “Sucining Guno Gapuraning Gusti”. Pada tahun 2004-2005 rencana untuk membeli payung elektrik disampaikan oleh Gubernur Jawa Tengah H. Mardiyanto dalam pertemuan dengan DPRD Jawa Tengah, dan H. Mardiyanto menyampaikan bahwa akan diadakan pembelian payung elektrik sebanyak 6 payung sesuai dengan desain pembangunan Masjid Agung Jawa Tengah (Wawancara dengan manajer menara dan museum Al-Husna).

Umat Islam di Jawa Tengah patut berbangga bahwa memiliki masjid yang megah dan indah, sarat keistimewaan dibanding masjid lain, yaitu Masjid Agung Jawa Tengah (MAJT) yang terletak di Jl. Gajah Raya Kelurahan Sambirejo Kota Semarang. Pada tanggal 14 November 2006 Masjid Agung Jawa Tengah diresmikan oleh presiden RI Susilo Bambang Yudhoyono. Namun sebelum diresmikan masjid sudah difungsikan untuk ibadah shalat, dan pada tanggal 19 Maret 2004 sudah digunakan ibadah sholat jum'at dengan khatib Drs. H. M. Chabib Thoha, MA (Kakanwil Depag Jawa Tengah dan Wakil ketua BP MAJT), imam KH. Zainuri Ahmad Al-Hafidz serta dua orang bilal yakni Drs. H. Ahyani dan Ulin Nuha, S.Ag (Dokumentasi Masjid Agung Jawa Tengah)

2. Visi Misi Masjid Agung Jawa Tengah

Berdasarkan data/dokumentasi yang didapatkan dari pihak pengelola Masjid Agung Jawa Tengah memiliki Visi dan Misi sebagai berikut (dokumentasi Masjid Agung Jawa Tengah) :

a. VISI :

“Pusat Peribadatan dan peradaban Islam Ahlussunnah wal jama'ah yang unggul di tingkat nasional maupun internasional”

b. MISI :

- 1) Mewujudkan sistem pengelolaan masjid yang modern dan profesional
- 2) Menyelenggarakan kegiatan ibadah dan mengembangkan ajaran Islam ahlusunnah wal jama'ah
- 3) Membimbing umat Islam menuju pada terciptanya generasi muslim yang beriman, bertaqwa, dan berakhlakul karimah
- 4) Membina persatuan umat Islam dalam bingkai NKRI melalui ukhwah Islamiyyah, bersyariyah dan wathaniyyah
- 5) Menjadikan masjid lebih megah dan indah sebagai destinasi wisata religi dan aset kebanggaan masyarakat Jawa Tengah
- 6) Menjadikan masjid sebagai pusat pengembangan ekonomi umat Islam
- 7) Menjalin kerjasama dengan berbagai pihak baik dalam dan luar negeri dalam pengembangan peradaban dan syiar Islam

3. Rencana Strategis Masjid Agung Jawa Tengah Periode 2019-2023

Rencana strategis merupakan program jangka menengah yang sifatnya arahan umum, di mana nantinya harus dijabarkan dalam program jangka pendek yang berkesinambungan dengan masing-masing pengurus bidang. Program tahunan harus berbentuk matrik, meliputi nama program atau kegiatan, volume, waktu pelaksanaan dan penanggung jawab pelaksana. Rencana strategi MAJT periode 2019-2023 perbidang sebagai berikut (Dokumentasi Masjid Agung Jawa Tengah) :

a. Bidang Ketakmiran

Tujuan : Meningkatkan pelayanan prima kepada para jama'ah dalam pelaksanaan ibadah rutin, sholat jamaah, syi'ar Ramadhan dan Syawal, pelayanan Qurban, peringatan hari besar Islam, Khalaqah Al-Qur'an dan kajian-kajian rutin yang berkualitas, sehingga menjadi daya tarik para jamaah untuk menghadiri berbagai kegiatan di MAJT.

Target : Meningkatnya jumlah jamaah dan wisatawan ke MAJT.

b. Bidang Pendidikan

Tujuan : Meningkatkan layanan pendidikan dan dakwah Islam ahlusunnah wal jamaah yang berkualitas, modern, dan profesional dalam bentuk pendidikan dan pelatihan, program ma'had Tahfidzul Qur'an dan Tafsir, menyelenggarakan lembaga

pendidikan Islam unggulan, pengirisan santri-santri berprestasi ke luar negeri.

Target : meningkatnya pemahaman Islam Ahlus sunnah wal jamaah yang moderat dan terwujudnya kehidupan umat Islam yang maju dan berdaya saing dalam pergaulan global.

c. Bidang Pembangunan, Asset dan Pemeliharaan

Tujuan : Meningkatkan pemeliharaan dan kelestarian aset-aset MAJT, optimalisasi fungsi asset, pembangunan gedung Ma'had Tahfidzul Qur'an wat Tafsir, perkantoran, memperkuat identitas masjid (gapura dan talut Jl. Sukarno Hatta), Sentra pengembangan ekonomi Islam yang produktif dan maju.

Target : Terwujudnya kompleks MAJT menjadi little Makkah yang megah, indah, bersih dan berwibawa.

d. Bidang Usaha

Tujuan : Meningkatkan pendapatan dengan usaha-usaha produktif dan halal sebagai sumber dana pembangunan dan pembiayaan program-program MAJT yang mandiri dan kokoh, menjadikan MAJT sebagai destinasi wisata halal, agro wisata (kurma), pusat pengembangan inkubasi ekonomi dan bisnis umat.

Target : Terwujudnya keuangan MAJT yang mandiri

e. Bidang Kewanitaan

Tujuan : Meningkatkan peran serta kaum perempuan dalam bidang dakwah, pendidikan dan syi'ar Islam

Target : Terwujudnya keseimbangan dan partisipasi aktif kaum perempuan dalam pengelolaan dan pelaksanaan program-program MAJT.

f. Bidang Remaja

Tujuan : Meningkatkan peran serta dan kualitas remaja dalam bidang pendidikan, dakwah, seni budaya, keterampilan, dan kepemimpinan.

Target : Terwujudnya organisasi remaja MAJT yang dinamis, produktif dan mandiri.

g. Bidang Hubungan Masyarakat

- Tujuan** : Meningkatkan syi'ar MAJT kepada masyarakat luas melalui sosialisasi dan pemberitaan yang positif seluruh aktifitas dan pelaksanaan program-program melalui media-media modern, digitalisasi, online, website, Radio Dais, TV MAJT, dan memberikan layanan penyuluhandan konsultasi agama Islam (majlis al Ifta')
- Target** : MAJT dikenal dan menjadi kebanggan masyarakat, baik ditingkat nasional maupun internasional.

h. Bidang Hubungan Kerjasama

- Tujuan** : Meningkatkan hubungan kerjasama saling menguntungkan, baik dengan lembaga swasta maupun pemerintah, baik tingkat nasional maupun internasional, dalam bidang dakwah, pendidikan, sosial budaya, pemberdayaan, dan ukhuwah untuk meningkatkan peran dana fungsi masjid dalam ikut serta pembangunan bangsa.
- Target** : Terwujudnya jalinan kerjasama yang harmonis dengan berbagai pihak dalam pelaksanaan visi, misi dan program-program strategis MAJT

4. Struktur Organisasi Masjid Agung Jawa Tengah

Data dokumentasi struktur organisasi masjid Agung Jawa Tengah yang diperoleh peneliti, sebagai berikut :

Struktur Keanggotaan Dewan Penasehat, Dewan Pengawas dan Pelaksana Pengelola Masjid Agung Jawa Tengah Periode Tahun 2019-2023, yaitu :

PEMBINA :

- a. Gubernur Jawa Tengah
- b. Wakil Gubernur Jawa Tengah

DEWAN PENASEHAT :

- a. Sekretaris Daerah Provinsi Jawa Tengah
- b. Kepala Kantor Wilayah Kementerian Agama Provinsi Jawa Tengah
- c. Ketua Umum Majelis Ulama Indonesia Jawa Provinsi Jawa Tengah
- d. Ketua Pengurus Wilayah Nahdlatul Ulama Jawa Tengah
- e. Ketua Pengurus Wilayah Muhammadiyah Jawa Tengah
- f. Ketua Pengurus Wilayah Dewan Masjid Indonesia Jawa Tengah

- g. Ketua Ikatan Persaudaraan Haji Indonesia Jawa Tengah
- h. H. Mardiyanto
- i. H. Bibit Waluyo
- j. Drs. H. Ali Mufiz. MPA
- k. Drs. KH. Achmad
- l. Prof. Dr. H. Abdul Djamil, MA
- m. H. Slamet Prayitno
- n. Drs. KH. Dizkron Abdullah
- o. Drs. KH. Amjad Al-Hafidh, BSC, MPd
- p. Prof. Dr. Hj. Sri Suhanjati
- q. Drs. KH. Musman Tholib, M.Ag

DEWAN PENGAWAS :

- a. Dr. KH. Ahmad Darodji, M.Si
- b. Asisten Pemerintah dan Kesejahteraan Rakyat Sekretaris Daerah Provinsi Jawa Tengah
- c. Kepala Biro Kesejahteraan Rakyat Sekretaris Daerah Provinsi Jawa Tengah
- d. Inspektur Provinsi Jawa Tengah
- e. Kepala Badan Pengelola Keuangan dan Aset Daerah Provinsi Jawa Tengah
- f. H. Hasan Thoha Putra, MBA

PELAKSANA PENGELOLA :

- Ketua : Prof. Dr. H. Noor Achmad, MA.
- Wakil Ketua I : Prof. Dr. Ir. H. Edi Noersasongko, M. Kom
- Wakil Ketua II : KH. Hanief Ismail, Lc
- Wakil Ketua III : Drs. H. Ahyani, M.Si
- Sekretaris : Drs. H. Muhyiddin, M.Ag
- Wakil Sekretaris I : Drs. H. Aufarul Marom, M.Si
- Wakil Sekretaris II : Drs. H. Istajib AS
- Wakil Sekretaris III : Dr. H. Ahmad Saifuddin, Lc. Ma

Bendahara : Dr. H. Nor Hadi, SE, M.Si, Akt, CA

Wakil Bendahara I : H. Mustain

Wakil Bendahara II : Ir. H. Khammad Ma'shum Al-Hafidh

Wakil Bendahara III : Drs. H. Zen Yusuf, MM

BIDANG-BIDANG :

a. Bidang Ketakmiran

Ketua : Drs. KH. A. Hadlor Ihsan

Sekretaris : Dr. H. Ahmad Izzuddin, M.Ag

b. Bidang Pendidikan

Ketua : Prof. Dr.H. Ahmad Rofiq, MA

Sekretaris : Drs. H. Eman Sulaeman, MH

c. Bidang Pembangunan, Aset dan Pemeliharaan

Ketua : Ir. H. Fanani

Sekretaris : Drs. H. Sarjuli, SH, M.Si

d. Bidang Usaha

Ketua : Drs. H. Harsono

Sekretaris : Ir. H. Choirul Ikhsan

e. Bidang Wanita

Ketua : Dr. Hj. Nur Kusuma Dewi, M.Si

Sekretaris : Hj. Gatyti Sari Chotijah, SH, MM.

f. Bidang Remaja

Ketua : Drs. H. Adib Fatoni, M.Si

Sekretaris : Hery Nugroho, S.Pd.i, M.Pd

g. Bidang Hubungan Masyarakat

Ketua : Drs. H. Isdiyanto Isman

Sekretaris : Dr. H. Nur Khoirin, M.Ag

h. Bidang Hubungan Kerjasama

Ketua : Dr. H. Asiqin Zuhdi, Lc. M.Ag

Sekretaris : Dr. H. Nanang Nur Kholis, M.Ag

Struktur Organisasi Kesektarian Masjid Agung Jawa Tengah 2019-2023,yaitu:

- Kepala Kantor : Drs. H. Muhyiddin, M.Ag
- a. Kepala Bagian Umum : Drs. Supriyanto
- 1) Kasubbag Adminitrasi : Retnaning Setiana, S.Sy
- 2) Kasubbag Kepegawaian : Pipit Afiyanti, SE
- 3) Kasubbag Keuangan : Nurul Wahidah, SE
- a) Staf Keuangan : Ira Nur Khasanah, SE
- b) Kasir : Tri Najiha Budhiarti, SE
- 4) PLT Kasubbag Rumah Tangga dan Properti
- a) Sekretaris Rumah Tangga dan Properti
- b) Staf Rumah Tangga
- c) Teknisi
- d) Tukang
- e) Sopir
- f) Staf Umum
- 5) Kasubbag Peribadatan Kotak Infaq
- a) Staf Peribadatan
- b) Imam
- c) Muadzin
- b. Kabag Keamanan dan Kebersihan : Agustono Karyadi
- 1) Kasubbag Keamanan : Imam Setyo Wibowo
- a) Komandan Regu
- i) Tenaga Keamanan
- b) Komandan Regu
- i) Tenaga Keamanan
- c) Komandan Regu
- i) Tenaga Keamanan
- 2) Kasubbag Kebersihan : Taufiq Hidayaturahman, SE
- a) Supervisor Kebersihan
- b) Staf Kebersihan
- c. Kabag Humas Pemasaran : Beny Arief Hidayat, S.Pi, M. Agri
- 1) Kasubbag Humas dan Protokoler : Ika Ratna Yuni Wulandari, S.TP

- a) Staf Humas dan Protokoler
- b) Staf Perpustakaan dan Arsip : Ita Maulani, A.Md
- 2) Kasubbag Pemasaran : Diah Ambarwati, SE
 - a) Staf Pemasaran : Nurul Aeini, SE
- 3) Kasubbag Radio dan TV MAJT : Dr. Guruh Fajar Sidiq, MCS, S.Kom
 - a) Koordinator Radio DAIS : Drs. H. Karno, MH
 - b) Koordinator MAJT TV : Hery Pamungkas, S.Kom, M.Kom
 - c) Sekretaris Radio dan TV MAJT : Fajar Tri Utami, S.Kom
 - d) Kru TV MAJT
 - e) Penyiar Radio DAIS
 - f) Staf Umum Radio dan TV MAJT
- d. Kepala Bagian Usaha : Dedy Sukma Indraswara, SH
 - 1) Manajer Layanan Gedung : Didik Irawan, A.Md
 - a) Sekretaris Ruang Pertemuan : Fery Mumfa'ati
 - b) Staff Ruang Pertemuan
 - 2) Manajer Layanan Persewaan dan Parkir : Joko Prasetyo, SE
 - a) Sekretaris Layanan Persewaan dan Parkir
 - b) Staff Perkantoran, Pertokoan, Pujasera, Parkir dan Toilet Luar
 - 3) Manajer Hotel Graha Agung : Wisnu Rahmad, ST
 - a) Sekretaris Manajer hotel
 - b) Staff Hotel
 - 4) Manajer Menara dan Museum Al-Husna : R. Bagas Prakoso, SEI
 - a) Sekretaris Menara dan Museum
 - b) Staff Menara
 - c) Staff Museum

5. Obyek Daya Tarik Wisata Masjid Agung Jawa Tengah Prespektif Dakwah

a. Menara Al-Husna

Menara Al-Husna merupakan salah satu bagian yang menjadi daya tarik para wisatawan yang berkunjung ke Masjid Agung Jawa Tengah. Menara Al-Husna dapat dilihat dari berbagai penjuru ketika masuk Kota Semarang, beberapa jalan di sekitar Semarang dan jalan tol yang tidak terhalang bukit

dapat dilihat dengan jelas. Menara menjadi bangunan yang sangat mencolok dan indah, bangunan yang menjulang tinggi dan tampak jelas terlihat di antara beberapa bangunan. Hal ini, sangat membantu wisatawan yang menelusuri jalan menuju lokasi masjid, tidak akan salah jalan atau tersesat.

Tinggi Menara yang terletak di sudut tenggara (sebelah kanan depan masjid) mencapai 99 meter, sebagaimana yang direncanakan. Oleh sebab itu menara ini disebut Menara Al-Husna, disesuaikan dengan jumlah nama-nama Allah (Asmaul Husna) yang terdiri dari 99 nama. Maka dapat dipahami bahwa setiap satu meter mencerminkan nama Allah, mulai dari lantai dasar sampai puncak menara.

Menara yang terdapat Teropong Pandang di Lantai 19 menambah kesan menarik dari menara, di mana dari alat teropong dapat melihat kota Semarang secara jelas. Bahkan dari hal tersebut pula membuat manusia mengingat sang pencipta yaitu Allah SWT. Ciptaan alam yang indah dan menakjubkan membuat setiap manusia mengucap rasa syukur dan dapat mentadaburkan diri dari apa yang dilihat. (wawancara dengan R.Bagas selaku manajer menara Al-Husna pada tanggal 14 juni 2020)

b. Mushaf al-Akbar

Masjid Agung Jawa Tengah memiliki koleksi Al Quran yang berukuran 145 x 95 cm². Ditulis tangan oleh Drs. Khyatudin, dari Pondok Pesantren Al-Asyariyyah, Kalibeber, Mojotengah, Wonosobo. Al-Qur'an tersebut berada di dalam ruang utama tempat shalat. Bagi pengunjung yang ingin melihat isi Al-Qur'an tersebut bisa menghubungi petugas keamanan Masjid Agung Jawa Tengah (Dokumentasi Masjid Agung Jawa Tengah)

c. Bedug Ijo Mangunsari

Obyek wisata religi di area Masjid Agung Jawa Tengah ialah sebuah bedug yang diberi nama "Bedug Ijo Mangunsari". Bedug tersebut dibuat oleh para santri dari pesantren al-Falah, Tinggarjaya, Jatilawang, Banyumas yang diasuh KH. Ahmad Sobri. Bedug ini sangat besar apabila dibandingkan dengan bedug yang ada di setiap masjid Nusantara. Bedug yang memiliki 310 cm dan diameter 220 cm dengan penutup lembung di kanan kirinya.

Setiap penziarah atau pengunjung Masjid Agung Jawa Tengah dipastikan tidak akan melewatkan menyaksikan bedug raksasa yang dimiliki dan menjadi koleksi masjid termegah di Jawa Tengah. Hal tersebut dapat disaksikan pada

setiap harinya, terutama pada hari libur sabtu dan minggu serta hari jum'at di mana cukup banyak pengunjung yang mengerubungi bedug tersebut (Dokumentasi Masjid Agung Jawa Tengah)

d. Payung Elektrik

Salah satu obyek daya tarik yang ada di Masjid Agung Jawa Tengah adalah payung elektrik yang berada di Plaza pelataran Masjid. Payung elektrik yang dibuka pada saat diadakan pengajian akbar yang menghadirkan banyak pengunjung dan bertempat di plaza pelataran masjid, dan peringatan hari besar Islam untuk para pengunjung agar terhindar dari paparan matahari atau hujan. Payung elektrik akan ditutup ketika tidak digunakan untuk keperluan atau suatu kegiatan.

Pembangunan payung elektrik dilaksanakan paling akhir, yaitu menjelang diresmikannya Masjid Agung Jawa Tengah oleh Presiden RI. Pada kenyataan benar adanya bahwa payung elektrik menjadi salah satu daya tarik yang cukup diminati oleh para pengunjung, meskipun banyak yang kemudian kecewa karena tidak dapat menyaksikan dibukanya payung tersebut. Namun setidaknya dapat menyaksikan pada saat menutup atau mengerucut.

Payung elektrik memiliki filosofi tersendiri yaitu melambangkan Rukun iman, sebagaimana seorang muslim harus mempunyai iman kepada Allah SWT, Malaikat-Nya Allah SWT, Rosul-Nya Allah SWT, Kitab Nya Allah SWT, Qodo' dan Qodar, dan Hari kiamat. Secara tidak langsung filosofi yang ada pada payung tersebut menjadi obyek dakwah (Wawancara dengan humas dan pemasaran Masjid Agung Jawa Tengah)

e. Radio Dakwah Islam (DAIS FM)

Radio Dakwah Islam (DAIS FM) memiliki frekuensi 107,0 MHz, merupakan salah satu upaya menjadikan Masjid Agung Jawa Tengah sebagai Center of Information. Radio Dais memiliki peran besar dalam dakwah Islamiyyah serta promosi Masjid Agung Jawa Tengah sebagai salah satu pusat wisata religius.

Radio yang menyampaikan pesan-pesan moral melalui ceramah dan dialog interaktif dengan pendengar, serta menginformasikan berita-berita aktual. Informasi Masjid Agung Jawa Tengah melalui media elektronik ini cukup efektif.

Dais memiliki pola dakwah yang terstruktur, di mana pembahasan menggunakan kitab kuning yang dikaji pun sampai khatam. Kitab yang sudah digunakan untuk berdakwah di antaranya kitab Al-Hikam, Kitab Ihya Ulumuddin, Kitab Durratun Nasihin, dan Tafsir Al-Qurthubi.

Kajian yang disampaikan langsung mendatangkan narasumber yang ahli di bidang kitab atau tafsir tersebut (ulama' besar), setiap hari tema yang disiarkan pun menggunakan tema yang menggugah hati seorang muslim, lantunan musik juga nuansa islami sehingga hati seorang yang mendengar akan merasa tenang (Wawancara dengan staff umum radio Masjid Agung Jawa Tengah).

f. Museum Perkembangan Islam Jawa Tengah

Masjid Agung Jawa Tengah dilengkapi museum yang dinamakan Museum Perkembangan Islam Jawa Tengah (PIJT). Museum yang terletak di salah satu lantai menara Al-Husna menambah daya tarik wisata. Ide pendirian museum tersebut digulirkan dan didiskusikan melalui serangkaian pertemuan. Proses realisasi dimulai dari pertemuan di Dinas Kimtaru pada tanggal 11 Oktober 2005 yang membahas peruntukan *space* lantai 2 dan 3 menara Masjid Agung Jawa Tengah (MAJT) (Dokumentasi Masjid Agung Jawa Tengah)

Pada tanggal 1 November 2005 membicarakan tentang identitas museum yang mengarah pada Museum Perkembangan Islam di Jawa Tengah yang menuturkan sejarah awal masuknya Islam di Jawa Tengah hingga pendirian Masjid Agung Jawa Tengah. Hal-hal mendasar mengenai perlunya Masjid Agung Jawa Tengah memiliki museum Perkembangan Islam Jawa Tengah. Dilihat prespektif sejarah, masuknya Islam ke Jawa dilakukan melalui jalur pesisir dan disemangati dengan nilai-nilai perdamaian. Para penyebar Islam adalah saudagar yang memiliki kepentingan berdagang sehingga diperlukan nuansa persahabatan. Wilayah pesisir sebagai pintu masuk datangnya Islam menjadi kawasan yang mengenal Islam dan menerapkan dalam kehidupan sehari-hari dibanding dengan kawasan pedalaman. Sehingga menjadi penyebab corak Islam di pesisir kental dengan semangat ortodoks dan taat asas.

Selanjutnya, Islam berkembang di kawasan pedalaman Jawa termasuk lingkungan keraton. Perkembangan Islam di Jawa menghasilkan corak Islam yang kental dengan elemen lokal, menghasilkan warna Islam Jawa yang mengandung campuran antara Islam dengan nilai-nilai yang sudah ada. Akar kultur Islam Jawa adalah Islam yang berwatak santun, moderat, toleran, dan

dikembangkan atas prinsip-prinsip damai. Hal ini dapat dilihat dari karya kesusasteraan Islam hasil proses kreatif para kreatif kyai pesisir dalam memaknai dan mengapresiasi ajaran normatif Islam yang merefleksikan watak santun, moderat, dan toleran. Watak yang sama juga ditemukan dalam karya para pujangga Jawa mengekspresikan Islam sebagaimana tertuang dalam serat-serat maupun babad Jawa seperti Serat Wedhotomo, Wulangreh, dan lain sebagainya.

Mengembangkan kesadaran serta memori kolektif dibutuhkan upaya kongkrit. Salah satunya yang bersifat strategis adalah melalui kebudayaan, suatu instrumen kebudayaan secara mudah mengingatkan kembali kepada masyarakat mengenai akar sejarah dan kebudayaan. Salah satunya adalah melalui museum yang menuturkan banyak hal mengenai Islam di Jawa Tengah hadir dan berkembang. Kehadiran museum terasa penting di tengah derasnya arus informasi yang memungkinkan berbagai model kebudayaan, cara pandang dan cara pikir dari berbagai entitas kebudayaan.

Berdasarkan desainnya, museum tersebut didasarkan pada story line yang menggambarkan babakan sejarah perkembangan Islam di Jawa Tengah yang meliputi lima periode sejarah sebagai berikut: pertama, Raden Fatah sebagai peletak dasar kerajaan Islam Demak menandai perkembangan awal Islam di Jawa Tengah. Kedua, pesantren memegang peranan penting sebagai tempat melanjutkan proses islamisasi di Jawa Tengah. Ketiga, perkembangan Islam di wilayah pedalaman Jawa Tengah menghasilkan dialog Islam dengan budaya lokal. Keempat, memasuki era kolonialisme dunia pesantren mengisolir diri dari kekuasaan penjajah dengan sikap non kooperatif. Kelima, memasuki dunia modern ada kebutuhan untuk meningkatkan fasilitas peribadatan yang representatif antara lain pendirian Masjid Agung Jawa Tengah (Wawancara dengan manajer menara dan museum Al-Husna)

g. Bangunan 25 (dua puluh lima) pilar

Bangunan yang berdiri kokoh dengan gaya ciri khas romawi ini seperti bentuk kolosium, terdapat tulisan kaligrafi yang indah dan menakjubkan. Bangunan ini memiliki gaya yang apik untuk menjadi background foto wisatawan. 25 pilar kolosium memiliki filosofi, yaitu 25 nabi. Secara tidak langsung bangunan ini mengajarkan mengingatkan pada manusia yang ada di dunia, bahwa ada 25 nabi yang wajib dimengerti. Bangunan yang terletak di

pelataran masjid salah satu obyek daya tarik wisata di mana selalu menjadi pilihan lokasi foto-foto di area masjid (Dokumentasi Masjid Agung Jawa Tengah)

h. MAJT TV

MAJT TV merupakan stasiun televisi naungangan Masjid Agung Jawa Tengah yang bekerjasama dengan TVKU Semarang, stasiun televisi ini berisikan konten-konten Islami, kajian, dongeng Islami dan informasi tentang Masjid Agung Jawa Tengah. MAJT TV menjadi obyek daya tarik wisata yang terbaru di Masjid Agung Jawa Tengah (Dokumentasi masjid Agung Jawa Tengah)

6. Sarana dan Prasarana

a. Pusat perdagangan

Penyediaan tempat untuk masyarakat melakukan kerja dengan berdagang, terdapat 70 kios sebagai pemberdayaan tempat dan masyarakat. Kios yang disediakan menjadi beberapa blok yaitu blok A, Blok B dan Blok C yaitu terdapat souvenir shop, pedagang makanan, serta dilengkapi Toilet Umum 2 buah untuk wanita dan 2 buah untuk pria (data dokumentasi Masjid Agung Jawa Tengah).

b. Parkiran

Area parkir yang disediakan pihak pengelola wisata di Masjid Agung Jawa Tengah sangat luas, dengan kapasitas area parkir kapasitas 30 bus, 680 mobil dan 670 sepeda motor (Dokumentasi Masjid Agung Jawa Tengah).

c. Wisma tamu

Wisma tamu yang ada di MAJT sebagai tempat peristirahatan tamu dr luar kota atau luar negeri yang sedang memberlangsungkan kegiatan di area Masjid Agung Jawa Tengah. Wisma tamu terletak tepat di sebelah Wisma Imam Besar Masjid Agung Jawa Tengah.

d. Graha agung hotel

Tempat wisata yang bertempat di kelurahan sambirejo ini terdapat pula hotel di komplek Masjid Agung Jawa Tengah. Hotel yang bernuansakan Islami ini menerapkan kenyamanan, kebersihan, dan keamanan sebagaimana dengan hotel lainnya. Terdapat 22 kamar luas dengan tipe kamar yang ditawarkan adalah Deluxe, Executive, Suite, dan Family. (Dokumentasi Masjid Agung Jawa Tengah)

Wisatawan yang ingin bermalam di area Masjid Agung Jawa Tengah tidak perlu kesusahan mencari tempat bermalam, begitupun dengan yang ingin membuat event di Masjid Agung Jawa Tengah.

e. Perpustakaan

Terdapat perpustakaan yang diperuntukan menambah wawasan wisatawan, perpustakaan yang memiliki luas 1650 m², umumnya perpustakaan terdapat pula Counter desk, dan memiliki fasilitas untuk menunjang kenyamanan terdapat toilet di lantai atas dan bawah, dilengkapi dengan fasilitas AC yang membuat wisatawan ingin membaca dapat merasakan kenyamanan dan ketenangan. (Dokumentasi Masjid Agung Jawa Tengah)

f. Ruang perkantoran

Ruang perkantoran atau biasa dikenal dengan office hall ini merupakan salah satu tempat memberikan yang selalu menjadi pusat perhatian. Tempat yang memiliki luas 2100 m², terdapat jumlah perkantoran 19 unit, Hall m². (data dokumentasi Masjid Agung Jawa Tengah)

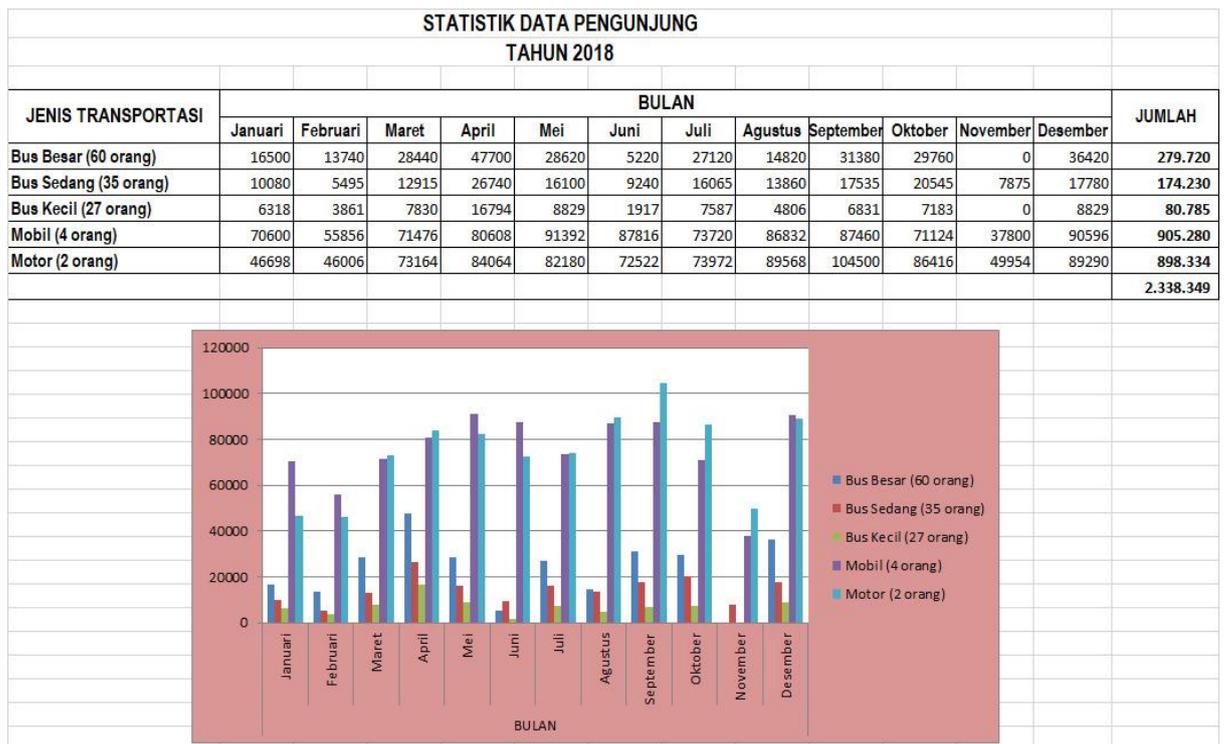
g. Pertamanan

Masjid Agung termasuk tempat wisata yang memiliki taman yang sangat luas, di mana hal tersebut memberikan nilai plus terhadap kenyamanan wisatawan karena dapat menghirup udara segar di area masjid. Memiliki luas 48.500 m², di mana penempatan taman tersebut di sektor pintu gerbang, sektor selatan Convention Hall, Sektor Sebelah utara perpustakaan, sektor belakang masjid, dan sektor timur Rumah kyai / wisma imam (Dokumentasi Masjid Agung Jawa Tengah)

B. Pengembangan Obyek Daya Tarik Wisata Masjid Agung Jawa Tengah

Pengembangan obyek daya tarik wisata sangat mempengaruhi minat wisatawan untuk berkunjung, baik itu pengembangan di area tertentu ataupun hanya segi pelayanan bagi pengunjung. Hal ini dapat di lihat dari tabel yang didapat peneliti, tabel tersebut menginformasikan terkait pengunjung di tahun 2018-2019 (data dokumentasi Masjid Agung Jawa Tengah)

Tabel 3.1
Daftar Pengunjung Parkir
Tahun 2018



Tabel 3.2
Daftar Pengunjung Parkir
Tahun 2019

DAFTAR PENGUNJUNG PARKIR													
TAHUN 2019													
JENIS TRANSPORTASI	BULAN												JUMLAH
	Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus	September	Oktober	November	Desember	
Bus Besar (60 orang)	23.880	25.800	43.740	57.660	11.100	21.480	41.400	18.900	53.520	49080	41040	53.880	441.480
Bus Sedang (35 orang)	6.510	8.225	18.935	19.740	3.850	7.210	12.075	5.495	12.285	10360	11165	13.160	129.010
Bus Kecil (27 orang)	10.314	7.614	13.716	15.363	4.266	8.559	11.853	7.506	10.854	9450	9450	13.365	122.310
Mobil (4 orang)	61.812	57.776	82.164	70.664	169.172	202.004	188.508	195.024	192.808	72568	68456	82.820	1.443.776
Motor (2 orang)	71.532	67.982	88.756	89.578	25.270	41.578	36.294	37.190	34.344	92490	89100	93.956	768.070
													2.904.646

Hasil wawancara dengan bapak Beny Arief Hidayat S.Pi, M.Agri selaku Kabag Humas dan Pemasaran, terkait strategi pengembangan wisata di tahun 2018 untuk meningkatkan daya minat wisatawan di tahun 2019 pihak MAJT bekerjasama dengan berbagai pihak yaitu pemerintah dan lembaga swasta lainnya, dan pihak MAJT mulai memperbaiki beberapa obyek yang sekiranya perlu perbaikan dan upgrade ilmu terkait wisata.

Terkait pengembangan obyek daya tarik wisata perlu adanya pengembangan fisik maupun non fisik, berikut pengembangan yang telah dilakukan pengurus untuk meningkatkan pengunjung Masjid Agung Jawa Tengah :

1. Pengembangan Fisik

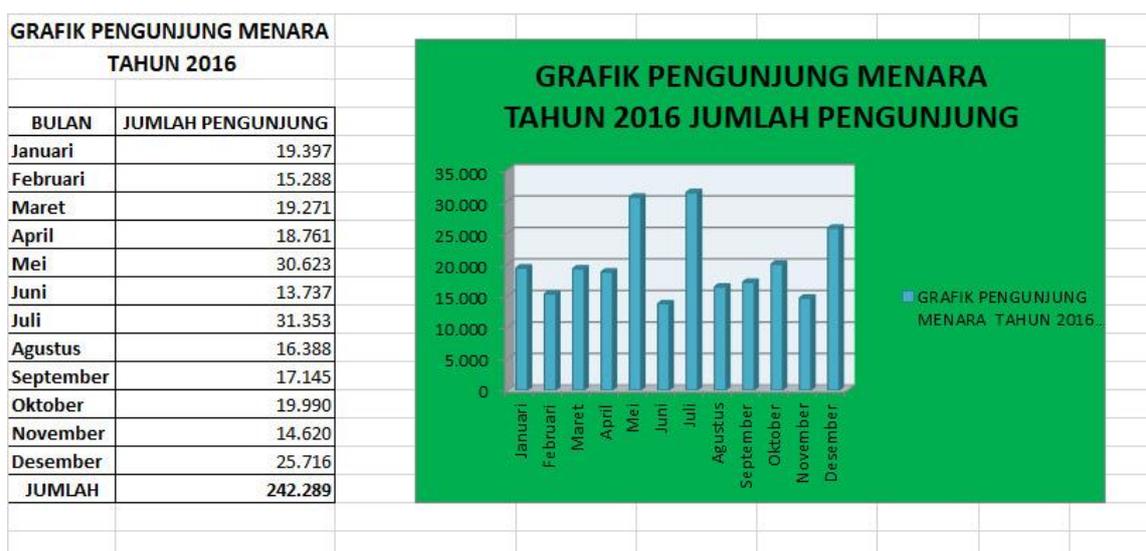
Pengembangan secara fisik suatu obyek wisata memang sangat mempengaruhi pengunjung. Salah satu obyek daya tarik di Masjid Agung Jawa Tengah yaitu menara Al-Husna merupakan obyek yang sangat di gemari oleh wisatawan, karena mendapatkan ilmu di museum, dapat melihat keindahan dari puncak menara dan mendapatkan informasi-informasi Islam dari Radio DAIS dan tidak lupa Kajian-kajian yang ditayangkan di MAJT TV. Menara Al-Husna memang selalu menjadi obyek favorit wisatawan, sehingga peneliti memfokuskan pencarian data-data di menara Al-Husna.

Sebelum melaksanakan penelitian di menara Al-Husna, Peneliti mencari data-data informasi untuk menunjang metode penelitian observasi. Data yang di dapat yaitu data pengunjung menara Al-Husna dari tahun 2016-2019, sebagai berikut : (dokumentasi Masjid Agung Jawa Tengah)

Tabel 3.3

Grafik Wisatawan menara Al-Husna Masjid agung Jawa Tengah

Tahun 2016



Pada tahun 2016, tempat pariwisata menjadi hal utama yang menjadi daya pikat setiap daerah, salah satu daerah yang memiliki tempat wisata adalah kota Semarang. oleh sebab itu Semarang menjadi kota yang sangat diminati wisatawan, apalagi terdapat lokasi wisata religi yang menjadi perbincangan di berbagai daerah, yaitu Masjid Agung Jawa Tengah. Pada tabel di atas, memberikan informasi dimana minat pengunjung menara Al-Husna sangat tinggi.

Tabel 3.4

Grafik wisatawan menara Al-Husna Masjid Agung Jawa Tengah

Tahun 2017



Pada tahun 2017, grafik pengunjung menara Al-husna mengalami penurunan dari tahun sebelumnya. Pada tahun 2017 pihak pengelola Masjid Agung Jawa Tengah mulai melakukan berbagai cara untuk memikat kembali wisatawan dengan berbagai rasa, mulai perbaikan pelayanan serta pembangunan di area tertentu. MAJT TV menjadi salah satu terobosan inovasi dari pihak Masjid Agung Jawa Tengah. Serta pengelola melakukan pembebasan jalan di sekitar Masjid Agung Jawa Tengah untuk Parkir Masjid Agung Jawa Tengah.

Tabel 3.5

Grafik Wisatawan menara Al-Husna Masjid Agung Jawa Tengah

Tahun 2018

GRAFIK PENGUNJUNG MENARA TAHUN 2018	
BULAN	JUMLAH PENGUNJUNG
Januari	17.861
Februari	12.371
Maret	18.760
April	21.110
Mei	17.784
Juni	21.995
Juli	19.995
Agustus	15.169
September	16.173
Oktober	12.095
November	14.182
Desember	11.439
JUMLAH	198.934



Tahun 2018, data grafik Menara AL-Husna menunjukkan penurunan. Hal ini menjadi ketidak stabilan bagi pihak pengelola, pihak pengelola semakin aktif memberikan pengembangan baik fisik maupun non fisik. Hingga pihak pengelola melakukan berbagai kerjasama dengan pihak pemerintah maupun pihak swasta serta memberikan pelatihan kepada petugas yang ada di lapangan terkait pelayanan wisatawan. Pihak pengelola juga memperindah pintu masuk agar yang melihat dan memasuki masjid akan selalu memanjatkan rasa syukur.

Tabel 3.6

Grafik Wisatawan Menara Al-Husna Masjid Agung Jawa Tengah

2019

GRAFIK PENGUNJUNG MENARA TAHUN 2019	
BULAN	JUMLAH PENGUNJUNG
Januari	13.411
Februari	11.505
Maret	18.288
April	20.296
Mei	9.396
Juni	29.761
Juli	22.686
Agustus	11.708
September	18.793
Oktober	17.114
November	15.971
Desember	24.673
JUMLAH	213.602



Pada tahun 2019, pihak pengelola memberikan hal baru untuk wisatawan. Sehingga wisatawan mendapatkan kenyamanan berada di lokasi wisata. Pengunjung menara Al-Husna dari tahun 2016-2019 mengalami grafik yang berbeda, sesuai data tabel yang ada bahwa terjadi ketidakstabilan minat wisatawan. Namun terdapat inovasi untuk wisatawan, wacana tersebut penyediaan kereta wisata dan pembayaran Elektronik (pembayaran parkir) yang bekerjasama dengan Pemkot Semarang.

Hasil wawancara dengan pedagang makanan di area Masjid Agung Jawa Tengah, Pihak yang di wawancara mengatakan bahwa sejak peralihan pengurus badan pengelola wisata Masjid Agung Jawa Tengah, wisata ramai di datangi pengunjung hanya di saat hari besar Islam, libur nasional dan kegiatan-kegiatan dakwah yang mendatangkan narasumber nasional, ketika waktu tertentu pengunjung wisatawan tidak stabilan.

Hasil wawancara dengan beberapa pihak pengurus Masjid Agung Jawa Tengah, obyek yang menjadi daya tarik wisata beberapa sudah dilakukan renovasi di antaranya payung elektrik. Payung tersebut sudah pernah di ganti beberapa kali karena rusak akibat angin, sehingga saat ini payung tersebut dibentangkan di saat hari-hari besar Islam saja.

2. Pengembangan Non-fisik

Pengembangan obyek daya tarik wisata tidak hanya fisik, tetapi juga non fisik. Terkait pengembangan non fisik dari hasil wawancara yang di dapat peneliti yaitu pelaksanaan pengajian rutin yang di laksanakan ada di waktu ba'da (setelah) subuh dan ba'da magrib dengan kyai yang berbeda. Namun tidak hanya pelaksanaan yang di masjid, namun di berlangsung di RADIO DAIS dan MAJT TV (Wawancara dengan humas Masjid Agung Jawa Tengah).

BAB IV

ANALISIS HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN PENGEMBANGAN OBYEK DAYA TARIK WISATA MASJID AGUNG JAWA TENGAH

A. Analisis Obyek Daya Tarik Wisata Masjid Agung Jawa Tengah dalam Prespekif Dakwah

Pariwisata merupakan sektor yang dapat mengambil peran penting dalam pembangunan perekonomian bangsa. Kemajuan dan kesejahteraan menjadikan pariwisata sebagai kebutuhan pokok atau gaya hidup manusia. Obyek daya tarik wisata merupakan alasan seseorang untuk mengunjungi suatu tempat wisata.

Daya tarik wisata sebagai segala sesuatu yang menarik dan bernilai untuk dikunjungi dan dilihat (Nyoman, 1994). Kegiatan berwisata yang semakin tahun di gemari oleh setiap kalangan masyarakat perlu adanya perhatian dari pihak pengelola maupun pengurus tempat wisata.

Sebagaimana terdapat dalam UU No. 9 tahun 1990 tentang kepariwisataan, bahwa obyek daya tarik wisata merupakan sasaran wisata yang terdiri :

1. Daya tarik wisata ciptaan Tuhan Yang Maha Esa
2. Daya tarik wisata dari karya manusia
3. Daya tarik minat khusus

Pariwisata merupakan sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk dengan obyek daya tarik wisata serta usaha-usaha yang berhubungan di bidang tersebut. Undang-undang di atas telah menjelaskan bahwa Masjid Agung Jawa Tengah termasuk obyek daya tarik wisata karya manusia dan obyek daya tarik minat khusus. Sebagaimana yang telah diketahui oleh semua orang karya manusia yang ada di Masjid Agung Jawa Tengah terdapat museum, peninggalan sejarah, seni budaya. Serta terdapat pula obyek daya tarik minat khusus di mana terdapat tempat perbelanjaan serta yang paling utama adalah tempat ibadah umat muslim.

Paling utama yang menjadi obyek daya tarik wisata adalah bangunan megah masjid yang memberikan suasana tenang, nyaman serta damai bagi umat muslim. Sebagaimana terdapat filosofi yang menegaskan tentang Islam yang damai. Bangunan yang kokoh berdiri di kelurahan gayamsari ini membuat setiap orang yang melihat akan selalu mengucap syukur atas pemberian apa yang telah didapatkan.

Masjid Agung Jawa Tengah merupakan obyek daya tarik wisata religi karena apa yang sudah ada di area masjid sudah menerapkan filosofi Islam di setiap bangunan di Masjid Agung Jawa Tengah. Dimulai dari pintu gerbang masjid, di mana disambut dengan 9 air mancur yang berartikan 9 walisongo. Dan 25 pilar yang berbentuk seperti kolosium merupakan sesuatu yang mengingatkan umat Islam pada 25 nabi yang wajib diketahui. Dan 6 payung elektrik yang impor langsung dari Arab Saudi berartikan cerminan 6 rukun iman. (Hasil wawancara dengan bapak R. Bagas Prakosa selaku manajer museum dan menara Al-husna pada tanggal 14 Juni 2020).

Tidak hanya berupa bangunan yang menjadi daya tarik wisata di Masjid Agung Jawa Tengah, terdapat pula suatu obyek yang membuat nilai plus suatu wisata, di mana pihak pengelola dan pengurus telah membuat terobosan baru, sebagaimana telah diketahui bahwa di MAJT terdapat pula Radio DAIS dan juga MAJT TV. Suatu terobosan baru yang dilakukan tempat wisata guna mengenalkan wisata yang ada sekaligus sebagai media dakwah yang dapat menunjang kegiatan-kegiatan Islam di area Masjid Agung Jawa Tengah.

Secara tidak langsung Obyek daya tarik wisata yang ada di Masjid Agung Jawa Tengah merupakan media dakwah. Sebagaimana dari hasil wawancara dengan pengurus Radio DAIS, memberikan informasi terkait siaran yang disampaikan dari pihak Radio Dais berupa kajian-kajian Islam, Ngaji kitab kuning dan lagu-lagu Islami. Sebagai wisatawan tentu, terutama masyarakat muslim merasa nyaman dan damai saat mereka menikmati obyek daya tarik wisata melalui panca indra mata dan juga telinga.

Berbicara tentang obyek daya tarik wisata yang ada di Masjid Agung Jawa Tengah, terdapat suatu kegiatan masjid yang telah terprogram dan terstruktur dari pihak pengelola masjid. Terdapat program kegiatan berskala pendek, yaitu ngaji kitab, ngaji fikih yang dilaksanakan di masjid yang berlangsung setelah sholat wajib.

Dakwah adalah suatu kata yang banyak sekali makna, antara lain dapat diartikan dengan mengajak, menyeru, memanggil dan lain sebagainya yang mengarahkan pada hal yang positif serta berada di jalur Allah SWT. Pada penelitian kali ini, peneliti memfokuskan pada obyek daya tarik wisata secara sudut pandang dakwah atau mengandung suatu unsur dakwah, yaitu :

1. Menara Al-Husna

Menara yang memiliki ketinggian 99 meter ini memiliki filosofi yaitu 99 nama-nama Allah SWT (Asmaul Husna). Asmaul Husna merupakan nama-nama mulia yang menandakan sifat yang dimiliki Allah. Seorang muslim dianjurkan membaca dan bahkan menghafal asmaul husna agar hidup mendapat keberkahan dan terlindungi.

Sebagaimana terdapat dalam surat Al-A'raaf :180 dan surat Al-Isra :110 yang menegaskan tentang kebesaran dan kekuasaan Allah.

Surat Al-A'Raaf :180 Allah SWT berfirman :

وَلِلَّهِ الْأَسْمَاءُ الْحُسْنَىٰ فَادْعُوهُ بِهَا وَذُرُّوا الَّذِينَ يُلْحِدُونَ فِي أَسْمَائِهِ
سَيُجْزَوْنَ مَا كَانُوا يَعْمَلُونَ [الأعراف:180]

Artinya : “Dan Allah memiliki Asmaul Husna (nama-nama terbaik), maka bermohonlah kepada-Nya dengan menyebut Asmaul Husna dan tinggalkanlah orang-orang yang menyalah artikan nama-Nya. Mereka kelak akan mendapat balasan terhadap apa yang telah mereka kerjakan.

Begitupun dalam surat Al-Isra :110 Alla SWT berfirman :

قُلِ ادْعُوا اللَّهَ أَوْادْعُوا الرَّحْمَنَ أَيًّا مَا تَدْعُوا فَلَهُ الْأَسْمَاءُ الْحُسْنَىٰ وَلَا تَجْهَرُوا
بِصَلَاتِكُمْ وَلَا تَخَافُتْ بِهَا وَابْتَغِ بَيْنَ ذَلِكَ سَبِيلًا [الإسراء : 110]

Artinya : Katakanlah (Muhammad) “Serulah Allah dan serulah Ar-rahman. Dengan nama yang mana saja kamu seru, dia mempunyai al asmaul husna (nama-nama yang terbaik) dan janganlah kamu mengeraskan suaramu dalam shalatmu dan janganlah (pula) merendharkannya dan carilah jalan tengah diantara kedua itu.

Sebagaimana yang telah ada dalam Al-Qur'an, nama-nama Allah SWT yang diperintahkan pada umat muslim untuk mengingat dan menghafalnya. Dari anjuran tersebut salah satu obyek daya tarik wisata Masjid Agung Jawa Tengah yaitu menara Al-husna telah mengamalkan ayat-ayat dalam Al-Qur'an dengan berdakwah secara tidak langsung.

Konsep dakwah yang telah ada di obyek daya tarik wisata terkhusus menara al-husna ini meyakinkan pada umat muslim untuk selalu bermunajat setiap langkah di kehidupannya. Bangunan menara dengan desain menjulang keatas secara tidak langsung juga memberikan pesan kepada umat Islam, bahwa kokohnya menara sampai menjulang langit semakin menambah kemegahan dan keindahan, serta diartikan suatu simbol yang berartikan ketinggian dengan superioritas dan kekuatan.

Menara juga merupakan simbol dari peradaban Islam, lantaran menara memiliki fungsi yang amat penting yakni tempat untuk mengumandangkan adzan. Masjid Quba yang dibangun Nabi Muhammad belum terdapat menara, pada masa itu agar gema adzan bisa terdengar jauh, sahabat yang menjadi muadzin naik ke atap rumah Nabi. Sehingga peradaban Islam yang semakin maju, menara menjadi bangunan simbol peradaban Islam.

2. Mushaf Al-Akbar

Allah SWT menurunkan al-Qur'an sebagai sumber hukum Islam, kitab suci terakhir yang diturunkan agar menjadi pedoman hidup umat muslim. Segala informasi hukum, etika, science, antariksa, kedokteran dan sebagainya ada dalam Al-Qur'an.

Al-Qur'an adalah kalam Allah yang diturunkan kepada Rasuluallah melalui perantaraan malaikat jibril. Allah SWT telah menjamin terjaganya Al-Qur'an dari upaya merubah, menambah, mengurani atau menggantinya. Sesuai dengan surat Al-Hijr:9, Allah SWT berfirman :

إِنَّا نَحْنُ نَزَّلْنَا الذِّكْرَ وَإِنَّا لَهُ لَحَافِظُونَ [الحجر: 9]

Artinya : “Sesungguhnya kami-lah yang menurunkan Al-Qur'an dan sesungguhnya kami benar-benar memeliharanya”.

Obyek daya tarik wisata yang selalu menjadi tujuan utama wisatawan salah satunya adalah Mushaf Al-Akbar atau Al-Qur'an Al-akbar dengan ukuran 145 x 95 cm². Mushaf yang menjadi pedoman umat muslim bertepat di Masjid Agung Jawa Tengah memiliki ukuran yang memberikan kebanggaan tersendiri bagi masyarakat muslim Jawa.

Mushaf yang memiliki pedoman-pedoman hidup umat Islam di seluruh dunia, sebagai seorang muslim yang telah menyusun mushaf akbar ini secara tidak langsung telah berdakwah, sebagaimana telah mengingatkan kepada semua umat muslim adanya ayat-ayat Al-Qur'an yang memberikan petunjuk pada manusia.

3. Bedug Ijo Mangunsari

Bedug sebagai pertanda datangnya waktu shalat bagi umat muslim Indonesia. Bedug yang memiliki berbagai fungsi baik sebagai alat komunikasi pertanda kegiatan masyarakat, baik hal ibadah, pertanda bahaya, maupun pertanda perkumpulan masyarakat untuk menjalin silaturahmi. Fungsi lain pula dari nilai estetika bedug berfungsi dalam pengembangan kreatifitas, dan budaya musikal.

Adanya bedug di Masjid Agung Jawa Tengah memiliki kesan tersendiri bagi pengunjung, karena bentuknya yang indah dan memiliki suara yang merdu saat dipukul karena bentuk ukuran yang besar menambah kesan tersendiri.

Walaupun sejarah Islam pada masa nabi Muhammad SAW belum terdapat bedug, namun dari sejarah yang ada di Indonesia menunjukkan bahwa Islam adalah agama yang fleksibel. Sebagaimana dapat menyesuaikan dengan apa telah menjadi kreatifitas masyarakat di berbagai dunia.

Bedug Ijo Mangunsari memberikan dakwah secara tidak langsung, karena mengandung unsur-unsur dakwah yaitu sebagai media dakwah di Indonesia dan memberikan pesan atau pengingat bagi umat muslim di Indonesia ketika waktu beribadah shalat 5 waktu telah tiba. Sesuai firman Allah SWT, sebagai berikut :

وَاسْتَعِينُوا بِالصَّبْرِ وَالصَّلَاةِ وَإِنَّهَا لَكَبِيرَةٌ إِلَّا عَلَى الْخَاشِعِينَ (البقرة : 45)

“Dan mohonlah pertolongan (kepada Allah) dengan sabar dan shalat. Dan (shalat) itu sungguh berat kecuali bagi orang-orang yang khusyuk”
(QS. Al-Baqarah : 45).

4. Payung Hidrolik

Payung hidrolik, payung yang memiliki ukuran yang sama dengan yang ada di masjid nabawi ini memberikan pesan dakwah secara tersirat.

Payung hidrolik memiliki filosofi yang begitu erat kaitannya dengan Islam. Filosofi yang telah melekat pada payung hidrolik ini adalah Rukun Iman.

Dari apa yang telah di amati peneliti, payung hidrolik menjadi yang paling dinanti oleh wisatawan. Saat payung tersebut dibentangkan, wisatawan akan mengingat Rukun Iman. merupakan hal wajib seorang muslim selalu menjaga keimanan dan selalu mengingatkannya, sesuai hadits riwayat Tirmidzi yang mempunyai arti :

“Keimanan adalah engkau percaya (beriman) pada Allah, Malaikat-malaikat-Nya, Kitab-kitab –Nya, Rasul-rasul-Nya, Hari Akhir (kiamat) dan engkau percaya pada takdir baik dan buruk pada-Nya” (HR.Muslim).

5. 25 pilar Kolosium

Pilar kolosium, suatu bangunan kokoh yang menjadi objek wisata yang paling digemari sebagai spot foto. Bentuk yang megah dan dilengkapi dengan tulisan kaligrafi yang indah. Menyampungkan antara tiang-tiang penyangga yang megah ini menambah kesan kebesaran Allah SWT. Pilar kolosium yang berjumlah 25 pilar ini memiliki filosofi yang erat kaitannya dengan Islam. Filosofi tersebut erat kaitannya dengan jumlah nabi yang wajib diketahui, secara tidak langsung wisatawan yang berkunjung akan memberikan pesan edukasi dan pesan dakwah kepada anak-anaknya terkait 25 nabi yang wajib di ketahui. Sesuai firman Allah SWT, sebagai berikut :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اطِيعُوا اللَّهَ وَاطِيعُوا الرَّسُولَ وَاطِيعُوا أَوْلِيَ الْأَمْرِ مِنْكُمْ (النِّسَاء: 59)

“Hai orang-orang yang beriman, taatilah Allah dan taatilah Rasul-Nya, dan ulil amri diantara kamu...” (QS. An-Nisa : 59).

6. Museum Perkembangan Islam Jawa Tengah

Museum yang terdapat di menara Al-Husna selalu menjadi tempat favorit wisata, tempat yang telah memberikan edukasi terkait Islam memberikan pembelajaran pada umat muslim untuk selalu berkembang dalam hal apapun.

Museum yang memiliki nilai-nilai budaya, sosial sampai dengan ekonomi memberikan contoh pada umat muslim untuk selalu berusaha mengembangkan potensi diri, hal ini memberikan pesan tersirat bagi umat Islam. Hal tersebut cukup jelas bahwa seorang muslim perlu

mengembangkan ilmu yang diketahui, agar Allah SWT mengangkat derajat muslim yang mau berkembang dari sebelumnya, sesuai firman Allah SWT sebagai berikut :

... وَإِذَا قِيلَ انشُرُوا فَانشُرُوا يَرْفَعِ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ
وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ (المجادلة : 11)

“...Dan apabila dikatakan, “berdirilah kamu,” maka berdirilah, niscaya Allah akan mengangkat (derajat), orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu beberapa derajat. Dan Allah Mahateliti apa yang kamu kerjakan.” (QS. Al-Mujadalah :11).

7. Digital Library

Obyek daya tarik wisata selanjutnya digital library, tempat yang memiliki segudang wawasan ini menjadi tempat yang tepat bagi umat muslim. Sebagaimana dalam perintah Allah SWT dalam surat Al-‘Alaq, surat pertama kali turun yang memerintahkan umat muslim untuk membaca.

Membaca merupakan hal paling utama yang perlu dilakukan oleh setiap orang, sebab terdapat begitu banyak ilmu dalam Al-Qur’an ketika seseorang malas membaca akan menimbulkan kebodohan pada manusia. Semakin berkembangnya zaman ilmu yang terdapat dalam Al-Qur’an mulai di teliti oleh orang non muslim dan di jadikan temuan baru. Ketika seorang muslim tidak memiliki minat membaca baik itu Al-Qur’an atau buku terkait kehidupan sosial, budaya dan lain sebagainya akan semakin membuat ketertinggalan umat muslim.

Maka dari itu, secara tersirat obyek ini memerikan lampu pengingat bagi umat muslim untuk membaca di mana pun berada, walaupun tempat wisata sekalipun. Sesuai Firman Allah SWT, sebagai berikut :

اقْرَأْ بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ (العلق : 1)

“Bacalah dengan (menyebut) nama Tuhanmu yang menciptakan” (QS. Al-Alaq : 1)

8. Ghara Agung Hotel

Obyek daya tarik ghara agung hotel memberikan pesan pada setiap makhluk bahwa setiap orang memerlukan istirahat. Ketika malam, waktunya mengistirahatkan diri dari kesibukan yang ada. Obyek daya tarik

ini memberikan kesan bagi wisatawan karena memperhatikan pola istirahat saat malam tiba dan kesusahan mencari tempat peristirahatan. Obyek ini memberikan suatu kemudahan bagi wisatawan untuk mencari tempat beristirahat.

Sebagaimana yang ada dalam Islam, saat perjalanan nabi-nabi melaksanakan dakwah setiap malam tiba beliau membuat tenda peristirahatan buat memulihkan tenaga yang telah habis dalam perjalanan berdakwah. Begitupun dengan wisatawan ketika perjalan menikmati keagungan ALLAH SWT, untuk selalu bersyukur dengan apa yang telah di dapatkan perlu adanya waktu untuk mengistirahatkan semuanya.

9. Teropong Pandang

Allah SWT telah memberikan suatu hal paling berharga bagi umat muslim yaitu mata bagi sebagian orang yang beruntung. Adanya teropong pandang ini mengingatkan manusia untuk selalu bersyukur dan ikhlas dengan apa yang telah diberikan Allah SWT.

Penempatan teropong pandang ini juga memberikan pemandangan indah kota semarang, sehingga saat melihatnya akan mengucapkan keagungan Allah SWT diberikan kesempatan berada di dunia yang fana.

Hal ini memiliki dakwah tersirat bagaimana seorang muslim harus selalu bersyukur dengan apa yang telah diberikan sang pencipta. Sesuai firman Allah SWT sebagai berikut :

فَاذْكُرُونِي أَذْكُرْكُمْ وَاشْكُرُوا لِي وَلَا تَكْفُرُونِ (البقرة : 152)

“Maka ingatlah kamu kepada-Ku, Aku pun akan ingat kepadamu. Bersyukurlah kepada-Ku dan janganlah kamu ingkar kepada-Ku” (QS. Al-Baqarah : 152).

10. Radio Dakwah Islam (DAIS FM)

Radio DAIS merupakan media dakwah sekaligus obyek daya tarik wisata. Jelas bahwa metode dakwah yang paling tepat adalah dakwah bil lisan, karena seorang da'i dan mad'u dapat bertukar pikiran sehingga apa yang disampaikan bisa sampai secara pasti.

Jika berbicara Radio Dais merupakan obyek daya tarik karena sangat jarang tempat wisata memiliki radio untuk mengembangkan potensi yang ada di tempat wisata tersebut. Tidak hanya siaran biasa akan tetapi disini

di pergunakan sebagai tempat dakwah, mulai dari kajian kitab sampai dengan lagu Islami. Sehingga membuat ketenangan bagi wisatawan, sesuai dengan firman Allah SWT, sebagai berikut :

ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ (النَّحْلُ : 125)

“Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-Mu dengan hikmah dan pengajaran yang baik dan berdebatlah dengan mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui siapa yang sesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui siapa yang mendapatkan petunjuk” (QS. An-Nahl : 125)

11. MAJT TV

Obyek daya tarik terbaru yang ada di MAJT. Sebab adanya MAJT TV tempat wisata Masjid Agung Jawa Tengah lebih sering tersorot camera, memberikan nilai plus bagi suatu tempat wisata. Wisatawan yang ingin berkunjung ke MAJT namun terhalang beberapa hal dapat menikmatinya secara virtual.

MAJT TV menayang kan terkait ilmu-ilmu keagamaan, kajian kitab dan berkaitan tentang Islam dan sebagainya. MAJT TV telah menerapkan unsur dakwah dengan tepat, terdapat Subjek dakwah adalah kyai atau tokoh agama yang menyampaikan keilmuan dari penayangan stasiun TV. Obyek dakwah adalah yang melihat dan mendengarkan penayangan stasiun TV. Materi dakwah adalah kajian kitab, dan Ilmu-ilmu keagamaan. Media dakwah adalah sebagai alat perantara untuk menyampaikan materinya, menggunakan Stasiun TV.

B. Analisis Pengembangan Obyek Daya Tarik Wisata Masjid Agung Jawa Tengah dalam Prespektif Dakwah

Pengembangan pariwisata menumbuhkan kekayaan alam dan budaya bangsa dan melalui tumbuhnya perjalanan wisata nusantara, kepariwisataan juga menumbuhkan dan memperkuat rasa cinta tanah air, persatuan dan kesatuan bangsa. Sektor pariwisata merupakan posisi strategis dalam berbagai kebijakan pembangunan, khususnya negara indonesia yang memiliki aset kepariwisataan.

Peran strategis sektor pariwisata dalam pembangunan nasional dapat dilihat dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2015-2019 yang menetapkan 5 (lima) fokus program pembangunan lima tahun yaitu Infrastruktur, Maritim, Energi, Pangan dan Pariwisata (IMEPP).

Pengembangan Daya Tarik Wisata melalui penilaian kelayakan dukungan pembangunan fasilitas pariwisata di daerah, penyusunan dan penerapan pedoman pengembangan destinasi pariwisata berwawasan lingkungan, penyusunan kebijakan pengembangan daya tarik wisata alam/bahari dan budaya, penyusunan penerapan pedoman dan kriteria pengembangan daya tarik wisata, fasilitasi kerjasama lintas sektor pengembangan daya tarik wisata, dukungan dan fasilitasi pengembangan daya tarik wisata di daerah, pengembangan pulau-pulau terluar dan daerah perbatasan yang memiliki potensi pariwisata, bimbingan teknis pengembangan daya tarik wisata, desk study pengembangan daya tarik wisata, koordinasi regional pengembangan daya tarik wisata, pengenalan daya tarik wisata, pendudukan pembangunan daya tarik, mendorong perbaikan dan peningkatan kualitas jaringan prasarana dan sarana pendukung pariwisata, meningkatkan sarana dan prasarana pariwisata di daerah, fasilitas kerjasama lintas sektor penataan daya tarik wisata di koridor V MP3EI, pemantauan dan evaluasi serta penataan manajemen produk dan kebijakan daya tarik wisata alam/bahari dan wisata budaya. (Rencana Strategi pengembangan Destinasi dan Industri Pariwisata Tahun 2015-2019)

Masjid Agung Jawa Tengah yang telah mendapat predikat wisata religi ini telah benar-benar menerapkan apa yang perlu di ketahui, dimengerti serta dipahami oleh umat muslim. Secara tidak sadar pula beberapa wisatawan non muslim yang penasaran dengan tempat wisata ini, meluangkan waktunya sejenak mempelajari tempat wisata religi ini.

Sistem pelayanan dan pengelolaan di wisata religi ini menerapkan keutamaan yang perlu dilakukan oleh wisatawan terkhusus umat muslim. Di mana mengedepankan kebersihan, kesopanan serta ketaatan dalam beribadah.

Obyek daya tarik wisata Masjid Agung Jawa Tengah perlu adanya pengembangan baik sarana maupun prasarana untuk menunjang peningkatan angka kunjungan wisatawan. Sesuai dengan rumusan strategi pengembangan destinasi pariwisata yang disusun berdasarkan peluang dan kendala pengembangan bersumber

dari penilaian indek daya saing pariwisata di tingkat global (Travel & Tourism Competitiveness Index/TTCI) yang dikeluarkan oleh World Economic Forum (WEF) tahun 2015. Berdasarkan penilaian daya saing indek pariwisata memiliki 5 keunggulan, yaitu :

1. Natural resources/sumber daya alam bahwa potensi pariwisata alam indonesia memiliki daya saing tinggi.
2. Prioritization of T&T/ Prioritas kepariwisataan bahwa pariwisata menjadi prioritas pengembangan di Indonesia
3. Price competitiveness bahwa indonesia memiliki keunggulan dalam hal pajak, bahan bakar, indeks hotel, kekuatan/daya beli
4. Human resources/ sumber daya manusia
5. Safety dan security / keselamatan dan keamanan

Namun demikian terdapat pula kelemahan/kendala yaitu ;

1. Infstruktur pariwisata / Tourism infrastructure
2. ICT infrastructure / infrastruktur teknologi komunikasi dan informasi
3. Health dan hygiene/kesehatan dan kebersihan
4. Air transport infrastructure dan Ground transport infrastructure / Aksesibilitas (Connectivity, seat capacity, dan direct flight)
5. Policy rules dan regulation / regulasi

Berdasarkan dari data keunggulan dan kelemahan pariwisata, sehingga dirumuskan suatu strategi pengembangan destinasi pariwisata, dengan sebagai berikut :

1. Pengembangan infrastruktur dan ekosistem pariwisata
 2. Peningkatan kualitas dan kuantitas destinasi wisata budaya, alam, dan buatan
 3. Tata kelola destinasi pariwisata
 4. Pemberdayaan masyarakat
- (Rencana Strategi pengembangan destinasi dan industri pariwisata tahun 2015-2019 hal 32. Akses www.kemenparekraf.go.id pada tanggal 4 juli 2020).

Sesuai dengan rancang strategi pengembangan pariwisata oleh pemerintah, pihak pengelola wisata Masjid Agung Jawa Tengah dalam pengembangan wisata

ditahun 2016-2019 sesuai data yang telah didapatkan peneliti saat penelitian berlangsung, sebagai berikut :

Point pertama dalam rencana strategi, yaitu terkait infrastuktur dan ekosistem. Sesuai data penelitian, pengembangan infrastuktur yang telah dilakukan pihak pengelola melalui beberapa tahapan yang cukup memakan waktu. Tahun 2017 tepatnya pihak pengelola melakukan pembebasan jalan untuk memperluas area parkir Masjid Agung Jawa Tengah. Di tahun selanjutnya, 2018 pihak pengelola melakukan renovasi pada pintu masuk / gerbang utama Masjid Agung Jawa Tengah. Tahun 2019 pengelola melakukan program pembuatan gerbang utara (Hasil wawancara dengan bapak beny pada 2020).

Point kedua, terkait kualitas dan kuantitas yang ada di Masjid Agung Jawa tengah. Pengelola masjid agung jawa tengah telah berusaha dalam mengembang kualitas dan kuantitas, berbagai cara untuk mengikuti perkembangan zaman selalu diberlakukan oleh pihak pengurus masjid agung jawa tengah. Namun karena dana pengembangan untuk obyek wisata, maupun lain sebagainya membutuhkan dana yang besar, akan tetapi dana hanya bersumber dari jama'ah masjid, donatur dan lain sebagainya sehingga kurang maksimalnya dari pihak pengurus.

Sesuai wawancara peneliti dengan pedagang yang ada di pujasera Masjid Agung Jawa Tengah, mengatakan bahwa perkembangan wisata cukup pesat dari awal selesai dibangunnya sampai diresmikannya memiliki perubahan yang cukup signifikan jika melihat pengunjung yang datang. Tapi jika berbicara fasilitas dan pemberdayaan pedagang yang ada di tempat wisata semakin kesini mengalami penurunan sehingga berimbas pada penjualan pedagang. (Hasil wawancara dengan pedagang pujasera pada tanggal 23 juni 2020).

Point ketiga, tata kelola destinasi pariwisata. membahas terkait tata kelola yang ada di Masjid Agung Jawa Tengah memiliki penataan tempat yang apik dan tepat. Hal ini mempengaruhi pengembangan obyek daya tarik yang ada karena kenyamanan tata kelola yang ada.

Penempatan antara kamar mandi, tempat sholat, tempat makan dan lain sebagainya terletak tidak terlalu jauh sehingga para wisatawan dapat menikmati obyek daya tarik yang ada di masjid agung jawa tengah.

Point terakhir, pemberdayaan masyarakat hal ini sudah dilakukan oleh pihak pengelola maupun pengurus wisata Masjid Agung Jawa Tengah. Dari beberapa yang berjualan di area masjid, di souvenir shop, pujasera dan lain-lain, merupakan masyarakat setempat yang bertempat tinggal di daerah area masjid. Terbukti dari hasil wawancara peneliti terhadap penjual yang ada di pujasera, pihak penjual memberikan informasi bahwa tempat wisata MAJT memberikan kesempatan kepada warga setempat untuk mencari nafkah di tempat wisata. Namun sedikit disayangkan oleh pihak pedagang, untuk akhir-akhir tahun ini pendapatan tidak seperti biasanya. Pedagang mengatakan bahwa hal ini dikarenakan adanya pergantian kepemimpinan pihak pengelola pemasaran Masjid Agung Jawa Tengah, pedagang beranggapan bahwa setelah pergantian kepemimpinan, beberapa event besar yang selalu ada di MAJT mengalami penurunan yang berimbas pada penjualan pedagang.

Pengembangan Obyek Daya Tarik Wisata dalam prespektif dakwah, hal pemasaran dan pelayanan, sebagai berikut :

1. Pemasaran Masjid Agung Jawa Tengah

Pengelola Masjid Agung Jawa Tengah menciptakan nilai kepada wisatawan, dengan cara bekerjasama pemerintah dan swasta. Membuat suatu acara, mulai dari pengajian yang mendatangkan da'i nasional, serta membuat event di peringatan Islam untuk memikat wisatawan.

Pengelola Masjid Agung Jawa Tengah juga telah bekerjasama dengan Dinas Pariwisata untuk mempelajari hal-hal yang berkaitan menciptakan hubungan baik kepada wisatawan, salah satunya menerapkan 4S (Senyum, Salam, Sapa dan Sopan). Menjamin keamanan dan kenyamanan terhadap wisatawan, salah satunya menjaga kebersihan di area Masjid.

2. Pelayanan Masjid Agung Jawa Tengah

Penerapan 4S sangat berpengaruh bagi wisatawan, karena keramah tamahan seseorang akan memberikan kenyamanan bagi sekelilingnya. Bahkan senyum yang tulus merupakan suatu sedekah, sesuai hadits yang berbunyi :

تَبَسُّمُكَ فِي وَجْهِ أَخِيكَ لَكَ صَدَقَةٌ

“Senyummu di hadapan saudaramu (sesama manusia) bernilai sedekah bagimu” (H.R. Tirmidzi).

Pelayanan lain yang merupakan nilai dakwah adalah menerapkan kenyamanan wisatawan dengan menjaga kebersihan di area Masjid Agung Jawa Tengah. Kebersihan merupakan hal yang sering terlupakan di area wisata, bahkan wisatawan sering meninggalkan sampah di beberapa tempat, karena hal tersebut di sediakan tempat sampah di beberapa tempat strategis agar wisatawan tidak membuang sampah sembarang. Hal ini menyampaikan pesan dakwah untuk menjaga kebersihan, sesuai hadits sebagai berikut :

التَّطَافَةُ مِنَ الْإِيمَانِ

“Kebersihan sebagian dari Iman” (HR. Al-Tirmidzi).

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisa data terkait pengembangan obyek daya tarik wisata Masjid agung jawa tengah dalam prespektif dakwah, penulis menyimpulkan bahwa terdapat langkah-langkah pasti yang dilakukan pihak pengelola dan pengurus, antara lain :

1. Terkait Obyek Daya Tarik Wisata, pengelola memperhatikan kelayakan, kebersihan serta kenyamanan yang ada di sekitar tempat wisata. Melakukan renovasi kecil hingga sepenuhnya di area obyek yang diperlukan keindahan serta kenyamanannya. Obyek daya tarik wisata yang ada MAJT berupa fisik dan non fisik, sebagaimana dari hasil yang telah didapatkan peneliti. Salah dua obyek daya tarik yang berupa DAIS FM, MAJT TV dan kajian kitab rutin. Hal ini memberi penegasan bahwa MAJT merupakan wisata religi, sekaligus tempat wisata yang digunakan sebagai tempat berdakwah secara tidak langsung dan langsung.
2. Pengembangan Obyek Daya Tarik Wisah dalam hal bangunan (fisik), di mana dana yang dibutuhkan cukup besar dan membutuhkan waktu untuk persetujuan perbaikan bangunan di area wisata. Sebab dana perbaikan dan lain-lain bersumber dari uang jama'ah masjid dan uang sewa tempat di area masjid. Namun untuk pengembangan non fisik pengelola selalu memberikan pembelajaran pada petugas wisata dalam hal pelayanan, administrasi dan lain sebagainya.

B. Saran

Saran peneliti setelah melakukan penelitian untuk pengembangan Obyek Daya Tarik Wisata Masjid Agung Jawa Tengah adalah :

1. Perlu adanya perhatian secara khusus dalam rangka mengembangkan obyek-obyek yang ada Masjid Agung Jawa tengah untuk mengimbangi wisata lainnya, baik mengenai renovasi atau terobosan obyek yang baru untuk menstabilkan pengunjung.
2. Perlu adanya perhatian secara khusus pihak bagian pemasaran kepada pedagang pujasera, souvenir dan yang ada di office hall tidak mengalami penurunan penjualan.

3. Perlu adanya optimalisasi perencanaan dan pengembangan program kerja di setiap bidang. Serta perlu adanya sinergisitas antara masing-masing bidang yang berkaitan dalam rangka pengembangan Obyek Daya Tarik Wisata (ODTW)
4. Pengurus MAJT hendaknya mulai menjalin kerjasama dengan pemerintah, instansi dan beberapa media sehingga membuat wisata religi MAJT semakin dikenal khalayak luas
5. Hendaknya disetiap sudut obyek daya tarik yang ada terdapat suatu tulisan yang memberitahu terkait filosofi bangunan maupun keterkaitan hal yang bersifat dakwah secara langsung dan tidak langsung.
6. Meningkatkan sarana dan prasarana untuk wisatawan
7. Peningkatan pelayanan wisatawan untuk menumbuhkan rasa nyaman dan aman di lokasi wisata.
8. Menerapkan unsur Islam di setiap sudut, yaitu salam, senyum dan sapa untuk menambah silaturahmi antar wisatawan.

C. Penutup

Alhamdulillah, puji syukur atas kehadiran Allah SWT karena limpahan rahmat dan Hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi. Namun terdapat kekurangan dan kelemahan dalam penulisannya karena keterbatasan kemampuan penulis. Oleh sebab itu sebuah saran yang konstruktif dari semua pihak sangat diharapkan demi perbaikan skripsi.

Akhir kalimat, penulis memohon maaf atas segala khilaf dan kesalahan setiap kata yang tersusun. Semoga Allah SWT meridloi penulis, sehingga penulisan dapat memberikan suatu manfaat bagi pembaca pada umumnya dan pada penulis khususnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmadi, Abu dan Cholid Narbuko. 2007. *Metodologi Penelitian*. Jakarta : PT. Bumi Aksara
- Adi, Rianto. 2004. *Metodologi Penelitian Sosial dan Hukum*. Jakarta : Granit
- Amin, Samsul Munir. 2009. *Ilmu Dakwah*. Jakarta : Amzah
- Anshari, Hafi. 1993. *Pemahaman dan Pengamalan Dakwah*. Surabaya: Al Ikhlas
- Arikunto, Suharsimi. 1992. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Arikunto, Suharsimi. 1998. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta : PT. Rineka Cipta
- Aziz, Moh Ali. 2004. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Kencana Prenada Group
- Aziz, Moh Ali. 2009. *Ilmu Dakwah*. Jakarta: Kencana Prenada Group
- Azwar, S. 2005. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Belajar Offset.
- Gunawan, Imam. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif : Teori dan Praktik*. Jakarta : PT Bumi Aksara
- Maryani. 1991. *Pengantar Geografi Pariwisata*. Bandung: IKIP Bandung
- Meleong, Lexy J. 2004. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Moleong, Lexy J. 2009. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2007. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Pendit, Nyoman S. 1994. *Ilmu Pariwisata : Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta: Pradnya Paramita
- Rofiah, Khusniati. 2010. *Dakwah Jamaah Tabligh dan Eksistensinya di mata Masyarakat*. Ponorogo : STAIN PO
- Soewajdi, Jusuf. 2012. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Jakarta: Mitra Wacana Media
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung : ALFABETA
- Sumarsono, Sonny. 2004. *Metode Riset Sumber Daya Manusia*. Jember : Graha Ilmu

Suwantoro, Gamal. 1997. *Dasar-dasar Pariwisata*. Yogyakarta : Andi

Yoeti, Oka A. 1983. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung : Angkasa

Direktur Jendral Bimbingan Masyarakat Islam Nomor : DJ.II/802 tahun 2014 tentang Standar Pembinaan Manajemen Masjid.

Undang-undang Republik Indonesia Nomor 9 tahun 1990 tentang Kepariwisataaan

Undang-undang Republik Indonesia Nomor 10 tahun 2009 tentang K epariwisataan

Kementerian Pariwisata Indonesia. 2017. “Laporan Kajian Wisata Syariah”, www.kemenpar.go.id , diakses pada 6 Febuari 2020.

Wawancara dengan Beny Arief Hidayat selaku Kepala Bagian Humas dan Pemasaran MAJT.

Wawancara dengan R. Bagas Prakoso, S.E.I selaku Manajer Menara dan Museum AL-Husna

Wawancara dengan Faza Triutami selaku Staff Radio Dais FM

Wawancara dengan KH. Shodiq Hamzah selaku tokoh agama yang mengisi Kajian di Masjid Agung Jawa Tengah

Wawancara dengan Penjual Makanan Pujasera di Masjid Agung Jawa Tengah

LAMPIRAN 1

PEDOMAN WAWANCARA

Kabag Humas dan Pemasaran

1. Bagaimana sejarah awal berdirinya masjid agung jawa tengah?
2. Apa yang dilakukan dari pihak pengurus masjid agung jawa tengah sendiri dalam melakukan pengembangan obyek daya tarik wisata masjid agung jawa tengah baik dalam hal fisik maupun non fisik ?
3. Apakah ada peran masyarakat sekitar dalam pengembangan obyek daya tarik wisata masjid agung jawa tengah? Masyarakat berperan sebagai apa dalam pengembangan obyek wisata ?
4. Bagaimana akses transportasi pengunjung untuk menuju ke masjid agung ? apakah ada fasilitas transportasi ?
5. Bagaimana peran pemerintah dalam pengembangan obyek wisata masjid agung jawa tengah ?
6. Apakah ada inovasi terbaru untuk meningkatkan daya tarik di masjid agung jawa tengah ?

Manajer Menara dan Musem Al-Husna

1. Bagaimana sejarah di bangunnya menara Al-Husna ? dan seperti apa bangunan awal menara Al-Husna?
2. Apa yang ingin di kembangkan pihak pengelola untuk obyek menara Al-Husna ?
3. Apa yang menjadi daya pikat menara Al-Husna ?
4. Bagaimana metode pengembangan Obyek daya tarik menara Al-Husna ?
5. Bagaimana kesiapan Obyek daya tarik yang ada di MAJT menghadapi persaingan wisata?

Staff Radio Dais

1. Apa saja program dari Radio DAIS FM ?
2. Bagaimana metode dakwah Radio DAIS FM ?
3. Apa saja kitab yang di bahas saat siaran radio DAIS FM ?
4. Siapakah tokoh agama yang terlibat dalam siaran dakwah tersebut ?
5. Apakah Wisatawan dapat mendengarkan siaran saat di area MAJT ?
6. Bagaimana radio DAIS FM menghadapi kendala saat siaran ?

Pedagang Pujasera MAJT

1. Apa hak dan kewajiban yang ditentukan pihak MAJT ?
2. Bagaimana Prosedur membuka warung/toko di pujasera/souvenir shop di MAJT ?

3. Bagaimana pengelolaan kebersihan di area pujasera dan souvenir shop ?
4. Bagaimana perkembangan MAJT sudah sesuai harapan atau masih terdapat kekurangan dari penangannya ?
5. Berkaitan tentang status MAJT yang merupakan wisata religi, apakah ada kebijakan khusus kepada para pedagang untuk menunaikan sholat berjama'ah di masjid ?

Tokoh Agama Masjid Agung Jawa Tengah

1. Bagaimana hukum berwisata dan adakah kisah nabi/rasul yang dapat di gunakan sebagai panutan saat berwisata ?
2. Apakah tepat ketika berdakwah di area wisata ? bagaimana cara yang tepat ?
3. Apa saja materi dakwah yang di sampaikan di forum pengajian rutin MAJT ?
4. Bagaimana mengembangkan wisata sesuai dengan syariat Islam ?
5. Bagaimana prespektif dakwah terhadap perkembangan wisata ?

LAMPIRAN 2

(Wawancara dengan bapak benny selaku Kabag Humas dan Pemasaran)



(Wawancara dengan bapak bagas selaku Manajer Menara dan Museum AL-Husna)



(Wawancara dengan staff Radio Dais FM)



(Wawancara dengan Kyai shodiq pemilik yayasan Asshodiqiyah selaku pengisi pengajian rutin MAJT)



(Hotel MAJT yang berada di area Masjid Agung Jawa Tengah)



(Wisma Imam Masjid Agung Jawa Tengah, fasilitas bagi Imam Besar)



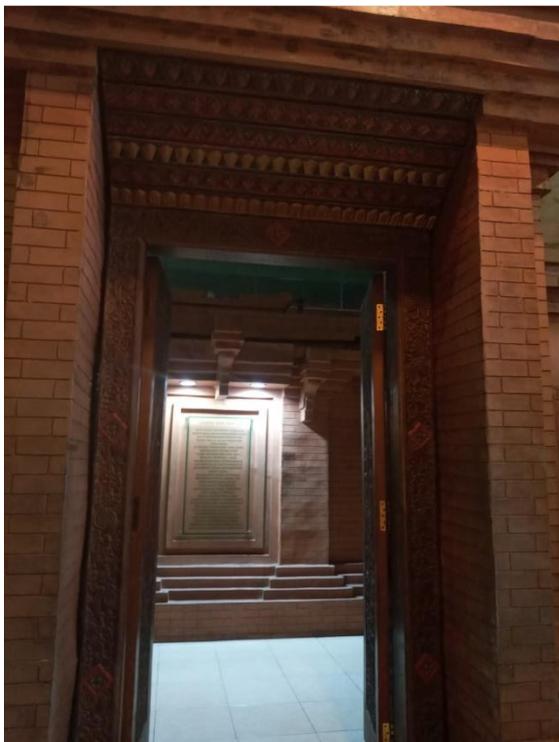
(Souvenir Shop, tempat pusat oleh-oleh bagi wisatawan)



(Masjid Agung Jawa Tengah di lihat dari Menara Al-Husna)



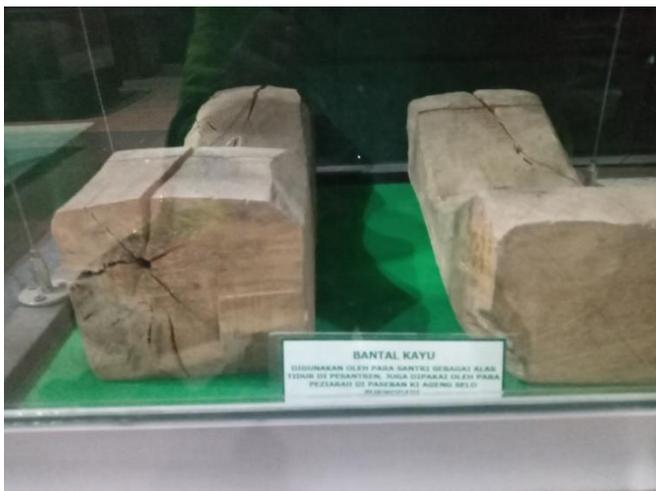
(Pintu masuk Office Hall)



(Pintu masuk ke museum pengembangan Islam Jawa Tengah)

(Beberapa potret yang ada di museum Pengembangan Islam Jawa Tengah)







(Miniatur Masjid Agung Jawa Tengah yang sekarang sudah di simpan di Museum Pengembangan Islam Jawa Tengah)

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : Sifni Jumaila
 NIM : 1601036011
 Fakultas/Jurusan : FDK/Manajemen Dakwah
 Tempat Tanggal Lahir: Jepara, 16 Juli 1998
 No.Hp : 089 666 061 107
 Email : sifnijumaila@gmail.com

Hobby : Travelling
 Agama : Islam
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Golongan Darah : O
 Alamat : Desa Robayan RT.08/RW.02 Kec. Kalinyamatan Kab. Jepara

Jenjang Pendidikan Formal

1. SDN 03 Robayan Kalinyamatan Jepara Lulus Tahun 2010
2. MTs Nurul Islam Kriyan Kalinyamatan Jepara Lulus Tahun 2013
3. MA Mu'allimat NU Kudus Lulus Tahun 2016
4. UIN Walisongo Semarang Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Jenjang Pendidikan Non Formal

1. Madrasah Diniyyah Al-Azhar Lulus Tahun 2012
2. Madrasah Wustho Al-Azhar Tahun 2015
3. Kursus Stir Mobil Tahun 2016
4. Kursus Bahasa Inggris Tahun 2018
5. Kursus Kecantikan Tahun 2019

Pengalaman Organisasi

1. OSIS MTs Nurul Islam Kriyan Tahun 2011-2012
2. Silat Perisai Diri Tahun 2010-2017
3. OSIS MA Mu'allimat NU Kudus Tahun 2014-2015
4. Tim Redaksi Majalah sekolah KALAMUNA Tahun 2014-2015
5. Pengurus Himpunan Mahasiswa Jurusan Manajemen Dakwah Tahun 2017
6. Pengurus UKM KORDAIS Tahun 2018
7. Koordinator Komisi C SEMA Fakultas Dakwah dan Komunikasi Tahun 2018

8. Ketua 3 PMII Rayon Dakwah Komisariat Walisongo Semarang Tahun 2018-2019
9. Koordinator Wacana DEMA Fakultas Dakwah dan Komunikasi Tahun 2019
10. Karang Taruna Desa Robayan Tahun 2018-sekarang
11. Ketua Komunitas Tari Gandhes Luwes Tahun 2019-2020
12. Bendahara KOPRI PMII Komisariat Walisongo Semarang Tahun 2019-2020
13. Pengurus DEMA Universitas Walisongo Semarang Tahun 2020

Pengalaman Kerja

1. Pekerja Nasi Megono
2. Pekerja Bubur Bayi Sehat
3. Karyawan Stage My Fashion
4. Tour Leader
5. Master Of Ceremony
6. Make Up Arts

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan harap maklum adanya.

Semarang, 30 Agustus 2020

Sifni Jumaila

NIM. 1601036011