

***DESTINATION BRANDING* MASJID AGUNG MADANIYAH  
KABUPATEN KARANGANYAR SEBAGAI TUJUAN WISATA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada  
Fakultas Ushuluddin dan Dakwah  
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta  
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna  
Memperoleh Gelar Sarjana Sosial**



**Oleh:**

**NOVIYANTO WAHYU JATI NUGROHO**

**NIM.19.12.3.1.067**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH  
JURUSAN DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
FAKULTAS USHULUDDIN DAN DAKWAH  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN MAS SAID SURAKARTA**

**2023**

**HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING**

*DESTINATION BRANDING* MASJID AGUNG MADANIYAH KABUPATEN  
KARANGANYAR SEBAGAI TUJUAN WISATA

SKRIPSI

Diajukan Kepada  
Fakultas Ushuluddin dan Dakwah  
Jurusan Dakwah dan Komunikasi  
Program Studi Manajemen Dakwah  
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna  
Memperoleh Gelar Sarjana Sosial

Oleh:

NOVIYANTO WAHYU JATI NUGROHO

NIM. 19.12.3.1.067

Surakarta, 21 Juni 2023

Disetujui dan disahkan oleh:  
Dosen Pembimbing Skripsi



Muhammad Raqib, S.E., M.Pd.

NIP. 19840329 201701 1 153

**HALAMAN PERSETUJUAN BIRO SKRIPSI**

*DESTINATION BRANDING* MASJID AGUNG MADANIYAH KABUPATEN  
KARANGANYAR SEBAGAI TUJUAN WISATA

SKRIPSI

Diajukan Kepada  
Fakultas Ushuluddin dan Dakwah  
Jurusan Dakwah dan Komunikasi  
Program Studi Manajemen Dakwah  
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna  
Memperoleh Gelar Sarjana Sosial

Oleh:

NOVIYANTO WAHYU JATI NUGROHO

NIM. 19.12.3.1.067

Surakarta, 21 Juni 2023

Disetujui dan disahkan oleh:  
Biro Skripsi



Rini Wulandari, M.Sc.

NIP. 19921204 201903 2 012

## SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI

*Assalamu 'alaikum Wr. Wb.*

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Noviyanto Wahyu Jati Nugroho

NIM : 191231067

Program Studi : Manajemen Dakwah

Fakultas : Ushuluddin dan Dakwah

Menyatakan bahwa penelitian skripsi yang berjudul, “*Destination Branding* Masjid Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar sebagai Tujuan Wisata”

Benar-benar bukan merupakan plagiasi dan belum pernah diteliti sebelumnya. Apabila di kemudian hari diketahui bahwa skripsi ini merupakan plagiasi, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

*Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.*

Surakarta, 21 Juni 2023



Noviyanto Wahyu Jati Nugroho

## NOTA DINAS

Muhammad Raqib, S.E., M.Pd.  
Dosen Fakultas Ushuluddin dan Dakwah  
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

### NOTA DINAS

Hal : Skripsi  
Sdr : Noviyanto Wahyu Jati Nugroho

Kepada Yang Terhormat  
Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah  
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta  
Di Surakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan bahwa setelah menelaah dan mengadakan perbaikan seperlunya, kami memutuskan bahwa skripsi saudara Noviyanto Wahyu Jati Nugroho NIM 19.12.3.1.067 yang berjudul:

*DESTINATION BRANDING MASJID AGUNG MADANIYAH KABUPATEN KARANGANYAR SEBAGAI TUJUAN WISATA*

Sudah dapat dimunaqasahkan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos.) dalam bidang ilmu Manajemen Dakwah. Oleh karena itu, kami mohon agar skripsi tersebut segera dimunaqasahkan dalam waktu dekat.

Demikian, atas dikabulkannya permohonan ini disampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, 21 Juni 2023

Dosen Pembimbing Skripsi



Muhammad Raqib, S.E., M.Pd.

NIP. 19840329 201701 1 153

**HALAMAN PENGESAHAN**

*DESTINATION BRANDING* MASJID AGUNG MADANIYAH KABUPATEN  
KARANGANYAR SEBAGAI TUJUAN WISATA

Disusun Oleh:  
Noviyanto Wahyu Jati Nugroho  
NIM. 19.12.3.1.067

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi  
Fakultas Ushuluddin dan Dakwah  
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta  
Pada Hari Rabu  
Dan dinyatakan telah memenuhi persyaratan  
Guna memperoleh Gelar Sarjana Sosial

Surakarta, 21 Juni 2023

Penguji Utama



Dr. H. Agus Wahyu Triatmo, M.Ag.  
NIP. 19690509 199403 1 002

Penguji II/Ketua Sidang



Muhammad Raqib, S.E., M.Pd.  
NIP. 19840329 201701 1 153

Penguji I/Sekretaris Sidang



Rini Wulandari, M.Sc.  
NIP. 19921204 201903 2 012

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah



Prof. Dr. Islah, M.Ag.  
NIP. 19780522 200312 1 001

## **MOTTO**

“Segala hal baik yang dilakukan dengan cinta, maka hasilnya akan sempurna”.

(Noviyanto Wahyu Jati Nugroho)

“Anak muda yang bergaya-gaya mengikuti tren itu sudah biasa. Tidak salah, memang keren. Tapi anak muda yang bijaksana, memiliki prinsip, dan kaya hatinya itu di kelas yang berbeda”.

## HALAMAN PERSEMBAHAN

*Alhamdulillah* rabbil' alamin. Senantiasa bersyukur kepada Allah SWT, yang telah memberikan segala nikmat, kemudahan, kelancaran, dan kekuatan sehingga saya bisa menyelesaikan penelitian tugas akhir dengan baik.

Pada kesempatan ini, saya ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada :

1. Kedua orang tua saya, yang paling berjasa dalam hidup saya, Bapak Sriyanto dan Ibu Anik Setiyowati. Terimakasih telah memberikan segalanya untuk saya. Terimakasih atas usaha, do'a, nasihat, motivasi, dan semangat yang selalu diberikan kepada anaknya. Dan juga tanpa lelah mendukung segala keputusan dan pilihan hidup saya, bagiku bapak ibu sangat berarti. Semoga Allah SWT senantiasa menjaga kalian dalam kebaikan, keberkahan, kesehatan, dan kemudahan, *Aamiin*.
2. Almamaterku tercinta, Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta yang telah menjadi tempat bagi saya untuk menempuh pendidikan Strata 1 (S1).
3. Pengurus dan Pengelola Masjid Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar, yang telah memberikan izin kepada saya untuk melakukan penelitian di Masjid Agung Madaniyah dan senantiasa memberikan ilmu, wawasan, pengalaman, motivasi dan semangat dalam penelitian ini.

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, karunia, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi yang berjudul, “*Destination Branding Masjid Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar sebagai Tujuan Wisata*”. Skripsi ini disusun untuk menyelesaikan Studi Jenjang Strata 1 (S1) Program Studi Manajemen Dakwah, Jurusan Dakwah dan Komukasi, Fakultas Ushuluddin dan Dakwah, Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.

Penulis menyadari sepenuhnya, telah banyak mendapatkan dukungan, bimbingan, dan motivasi dari berbagai pihak yang telah menyumbangkan pikiran, waktu, tenaga, dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Mudofir, S.Ag., M.Pd., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta.
2. Prof. Dr. Islah Gusmian, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ushuluddin dan Dakwah.
3. Dr. H. Agus Wahyu Triatmo, S.Ag., M.Ag., selaku Ketua Jurusan Dakwah dan Komunikasi.
4. Akhmad Ahmad Dani, S.Sos.I., M.Sos.I., selaku Ketua Program Studi Manajemen Dakwah.

5. Rini Wulandari, S.PAR., M.Sc., selaku Dosen Pembimbing Akademik Fakultas Ushuluddin dan Dakwah.
6. Muhammad Raqib, S.E., M.Pd., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan banyak perhatian, bimbingan, semangat, dan motivasi selama penulis menyelesaikan skripsi.
7. Biro Skripsi Fakultas Ushuluddin dan Dakwah atas bimbingannya dalam menyelesaikan skripsi.
8. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ushuluddin dan Dakwah yang telah memberikan bekal ilmu dan pengalaman yang bermanfaat bagi penulis.
9. Kedua orang tuaku, Bapak Sriyanto dan Ibu Anik Setiyowati yang selalu memberikan dukungan, usaha, do'a, nasihat, motivasi, dan semangat kepada penulis. Kasih sayang dan pengorbananmu akan selalu terkenang sepanjang masa.
10. Prayunita Ira Setyowati, yang telah senantiasa kebersamai saya selama penelitian, penyusunan, dan pengerjaan skripsi dalam kondisi apapun. Terimakasih telah menjadi rumah yang senantiasa satu prinsip dan satu tujuan untuk terus berjuang bersama.
11. Sahabat-sahabatku Ikatan Mahasiswa Karanganyar Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta yang telah menjadi rumah, tempat untuk berproses dalam hal kebaikan, memberikan semangat dan motivasi kepada penulis. IMAKA UIN Raden Mas Said Surakarta, *"You and me, always family friendly."*

12. Teman-temanku seperjuangan di Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta, terkhusus teman-teman Program Studi Manajemen Dakwah angkatan 2019, MD B, dan semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu, terimakasih atas segala bantuan dan dukungannya.

Terhadap semuanya tiada kiranya penulis dapat membalasnya, hanya do'a serta puji syukur kepada Allah SWT, semoga memberikan balasan kebaikan kepada semuanya. *Aamiin.*

## ABSTRAK

Noviyanto Wahyu Jati Nugroho (191231067), “*Destination Branding Masjid Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar sebagai Tujuan Wisata*”. Program Studi Manajemen Dakwah, Jurusan Dakwah dan Komunikasi, Fakultas Ushuluddin dan Dakwah, Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta, 2023.

Pada era sekarang, *Destination Branding* merupakan salah satu hal yang wajib dilakukan di sebuah destinasi wisata religi masjid agar menjadi pusat destinasi wisata religi unggulan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana *Destination Branding* Masjid Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar sebagai tujuan wisata. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*) dan metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Setelah dilakukan analisis data, hasil penelitian menunjukkan bahwa *Destination Branding* di Masjid Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar harus mencakup elemen-elemen antara lain atraksi, amenitas, dan aksesibilitas. Elemen atraksi berupa daya tarik utama dan pendukung. Elemen amenitas meliputi fasilitas dan sarana prasana. Elemen aksesibilitas mencakup infrastruktur pendukung dan sistem informasi.

Tanggapan pengunjung terhadap *Destination Branding* di Masjid Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar menunjukkan bahwa elemen-elemen tersebut dapat memberikan kesan dari pengalaman perjalanan bagi para wisatawan yang berkunjung ke Masjid Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar. Oleh karena itu, apabila elemen-elemen seperti atraksi (daya tarik wisata), amenitas (fasilitas), dan aksesibilitas dikelola dengan baik, maka akan memberikan persepsi dan citra yang positif terhadap destinasi wisata religi Masjid Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar.

Kata kunci: *Destination Branding*, Masjid Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar, atraksi, amenitas, aksesibilitas.

## ABSTRACT

*Noviyanto Wahyu Jati Nugroho (191231067), "Destination Branding of the Great Madaniyah Mosque in Karanganyar Regency as a Tourist Destination". Da'wah Management Study Program, Department of Da'wah and Communication, Faculty of Ushuluddin and Da'wah, Raden Mas Said State Islamic University Surakarta, 2023.*

*In the current era, Destination Branding is one of the things that must be done in a mosque religious tourism destination to become the center of a leading religious tourism destination. This study aims to find out how the Destination Branding of the Great Mosque of Madaniyah Karanganyar Regency is a tourist destination. This type of research is field research and the method used in this research is descriptive qualitative. Data collection techniques using the method of observation, interviews, and documentation.*

*After analyzing the data, the research results show that Destination Branding at the Great Madaniyah Mosque Karanganyar Regency must include elements including attractions, amenities, and accessibility. Elements of attraction in the form of the main attraction and supporters. Elements of amenities include facilities and infrastructure. Accessibility elements include supporting infrastructure and information systems.*

*Visitor responses to Destination Branding at the Great Madaniyah Mosque, Karanganyar Regency, show that these elements can give an impression of a travel experience for tourists visiting the Great Madaniyah Mosque, Karanganyar Regency. Therefore, if elements such as attractions (tourist attractions), amenities (facilities), and accessibility are managed properly, it will provide a positive perception and image of a religious tourism destination at the Great Madaniyah Mosque, Karanganyar Regency.*

*Keywords: Destination Branding, Madaniyah Grand Mosque, Karanganyar Regency, attractions, amenities, accessibility.*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN BIRO SKRIPSI</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>SURAT PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>NOTA DINAS</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>MOTTO</b> .....	vi
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	vii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	viii
<b>ABSTRAK</b> .....	xi
<b>ABSTRACT</b> .....	xii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xiii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xvi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xvii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>A. Latar Belakang</b> .....	1
<b>B. Rumusan Masalah</b> .....	8
<b>C. Tujuan Penelitian</b> .....	9
<b>D. Manfaat Penelitian</b> .....	9
<b>BAB II LANDASAN TEORI DAN TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	10
<b>A. Landasan Teori</b> .....	10
1. Pariwisata .....	10
a. Pengertian Pariwisata.....	10
b. Jenis-jenis Pariwisata.....	11

2. Destination Branding.....	14
a. Konsep Branding dalam Pariwisata.....	14
b. Pengertian <i>Destination Branding</i> .....	15
c. Elemen-elemen dalam <i>Destination Branding</i> .....	16
d. Tujuan <i>Destination Branding</i> .....	18
<b>B. Tinjauan Pustaka .....</b>	<b>18</b>
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>37</b>
<b>A. Jenis dan Pendekatan Penelitian .....</b>	<b>37</b>
<b>B. Tempat dan Waktu Penelitian .....</b>	<b>38</b>
<b>C. Sumber Data .....</b>	<b>39</b>
1. Data Primer.....	39
2. Data Sekunder .....	39
<b>D. Teknik Pengumpulan Data .....</b>	<b>40</b>
1. Metode observasi.....	40
2. Metode wawancara ( <i>interview</i> ) .....	40
3. Metode dokumentasi .....	40
<b>E. Teknik Analisis Data.....</b>	<b>41</b>
1. Reduksi data .....	41
2. Penyajian data ( <i>data display</i> ).....	42
3. Kesimpulan atau Verifikasi .....	42
<b>F. Validitas Data .....</b>	<b>42</b>
<b>G. Sistematika Penulisan .....</b>	<b>43</b>
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>45</b>
<b>A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....</b>	<b>45</b>
1. Sejarah Singkat Masjid Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar....	45

2. Struktur Kepengurusan Masjid Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar.....	48
3. Visi dan Misi Masjid Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar .....	50
<b>B. Hasil Penelitian.....</b>	<b>51</b>
1. <i>Destination Branding</i> di Masjid Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar sebagai Tujuan Wisata .....	51
a. Atraksi.....	51
b. Amenitas .....	66
c. Aksesibilitas.....	76
2. Tanggapan Pengunjung terhadap <i>Destination Branding</i> di Masjid Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar .....	79
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>86</b>
<b>A. Kesimpulan .....</b>	<b>86</b>
<b>B. Saran .....</b>	<b>87</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>89</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN.....</b>	<b>93</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....</b>	<b>148</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Jumlah Pengunjung Masjid Agung Madaniyah .....	6
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	27
Tabel 3. 1 Waktu Penelitian .....	38

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Masjid Agung Karanganyar .....	45
Gambar 4. 2 Masjid Agung Madaniyah .....	47
Gambar 4. 3 Menara Pandang .....	52
Gambar 4. 4 Puncak Menara Pandang .....	54
Gambar 4. 5 Payung Utama .....	56
Gambar 4. 6 Pintu Utama .....	57
Gambar 4. 7 Kubah Masjid .....	57
Gambar 4. 8 Lengkungan-Lengkungan .....	58
Gambar 4. 9 Mihrab (Tempat Imam) .....	59
Gambar 4. 10 Karpet Utama .....	60
Gambar 4. 11 Alun-Alun Kabupaten Karanganyar .....	61
Gambar 4. 12 Kajian Ahad Pagi .....	63
Gambar 4. 13 Event Muharam Fair .....	65
Gambar 4. 14 Tempat jamaah shalat .....	67
Gambar 4. 15 Kantor Pengelola dan Takmir .....	68
Gambar 4. 16 Aula Utama .....	69
Gambar 4. 17 Ruang Transit .....	70
Gambar 4. 18 Kantor Sekretariat KBIHU .....	71
Gambar 4. 19 Pos keamanan .....	72
Gambar 4. 20 Tempat Wudhu .....	73
Gambar 4. 21 Lift .....	74
Gambar 4. 22 Tempat Parkir .....	74
Gambar 4. 23 Sarana prasana .....	75
Gambar 4. 24 Akses jalan keluar masuk masjid sebelah barat .....	77

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Negara Kesatuan Republik Indonesia merupakan negara kepulauan yang mempunyai keberagaman budaya dan potensi daya tarik wisata yang melimpah di setiap daerahnya. Hal tersebut membuat setiap orang memiliki keinginan untuk melakukan perjalanan wisata ke daerah lain yang belum pernah dikunjungi sebelumnya. Kegiatan pariwisata merupakan suatu perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau lebih dengan mengunjungi tempat tertentu yang bertujuan untuk rekreasi, pengembangan pribadi, dan mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara (Sunaryo, 2013).

Di Indonesia, pariwisata berperan sebagai sektor penting untuk menunjang percepatan pembangunan nasional dengan penguatan ekonomi melalui penerimaan devisa atau pendapatan daerah. Sektor pariwisata juga mampu meningkatkan tingkat kesejahteraan masyarakat yang tinggal di sekitar destinasi wisata. Saat ini, pembangunan sektor pariwisata di Indonesia dikembangkan dengan melakukan perbaikan infrastruktur, keamanan, dan manajemen yang baik. Hal ini dilakukan agar mampu menciptakan gelombang pariwisata yang diminati oleh wisatawan domestik dan wisatawan mancanegara dengan rasa kepuasan yang tinggi. Peran kebijakan dan pengelolaan dari pemerintah daerah dalam meningkatkan

sektor pariwisata juga sangat penting untuk menunjang keberhasilan suatu objek wisata menjadi pusat peradaban dan perekonomian.

Dalam perjalanannya, perkembangan pariwisata akan dihadapkan dengan adanya persaingan lokal hingga skala global yang terjadi di setiap daerah. Sehingga diperlukan sebuah upaya untuk menarik lebih banyak wisatawan dengan sebuah kebijakan yang jelas (Nasrullah et al., 2021). Oleh karena itu, pemerintah daerah harus mampu bekerjasama dengan berbagai elemen masyarakat dalam membangun sektor pariwisata di daerahnya. Hal ini diperlukan adanya kolaborasi antara pihak pemerintah, pihak swasta, dan masyarakat umum. Salah satu daerah yang sedang gencar-gencarnya mengembangkan sektor pariwisatanya adalah Kabupaten Karanganyar.

Kabupaten Karanganyar merupakan sebuah kabupaten yang terletak di lereng Gunung Lawu yang berbatasan dengan Kabupaten Magetan di sebelah timur. Kabupaten ini memiliki keindahan alam dengan potensi pertanian dan sejuta pesona pariwisata yang dijuluki sebagai Bumi Intan Pari. Di sektor pariwisata, Kabupaten Karanganyar mempunyai beragam wisata yang menarik, mulai dari wisata alam, wisata sejarah, wisata buatan, wisata religi, dan sebagainya. Sebagai contohnya, Grojogan Sewu, Candi Sukuh, Candi Cetho, Agrowisata Pabrik Gula Sondokoro, Astana Mangadeg, dan Masjid Agung Madaniyah Karanganyar (Diskominfo Kabupaten Karanganyar, 2015). Dengan keunggulan di sektor pariwisata,

hal ini menjadikan Kabupaten Karanganyar sebagai salah satu daerah yang banyak dikunjungi oleh wisatawan di Provinsi Jawa Tengah.

Sebagai daerah yang memiliki sejuta potensi di bidang pariwisata, Pemerintah Kabupaten Karanganyar tengah gencar-gencarnya dalam hal pembangunan di daerahnya. Terbukti dari tahun ke tahun, pembangunan dan pengelolaan di sektor pariwisata di Karanganyar mengalami pertumbuhan yang signifikan. Perkembangan pembangunan di Kabupaten Karanganyar ditandai dengan pertumbuhan pengembangan di sektor pertanian, industri, dan pariwisata untuk mewujudkan kemakmuran warga Karanganyar.

Hal ini dibuktikan dengan berhasilnya Kabupaten Karanganyar yang menyandang predikat sebagai Daerah Tujuan Wisata (DTW) atau *Tourism Destination* di Provinsi Jawa Tengah. *Tourism Destination* merupakan sebutan untuk sebuah kabupaten atau kota sebagai destinasi atau daerah tujuan wisata bagi wisatawan lokal maupun mancanegara yang akan memberikan sumbangan yang sangat besar jika dikelola dengan baik dan profesional (Isdarmanto, 2017).

Dalam hal ini, *Tourism Destination* juga berlaku pada sektor wisata religi. Wisata religi merupakan kegiatan perjalanan wisata yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang yang bertujuan untuk mendatangi, melihat, dan mengikuti jalannya kegiatan keagamaan ke sebuah objek wisata religi yang dianggap mempunyai nuansa keagamaan yang kuat

(Nasrullah et al., 2021). Pertumbuhan kunjungan wisatawan muslim ke destinasi wisata religi di Kabupaten Karanganyar dari tahun ke tahun mengalami peningkatan. Daya tarik dari sebuah objek wisata religi juga mampu memberikan sumber devisa dan peningkatan kesejahteraan masyarakat daerah. Sektor pariwisata religi daerah dinilai juga mampu menjadi daya tarik bagi wisatawan muslim di berbagai penjuru daerah di Indonesia. Sebagai contohnya, destinasi wisata religi masjid.

Di tahun 2022 ini Kabupaten Karanganyar memiliki destinasi wisata religi baru, yakni Masjid Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar. Masjid ini terletak di pusat kota yang bersebelahan dengan Alun-Alun Kabupaten Karanganyar, tepatnya di Jalan Lawu Nomor 387, Badran Asri, Kelurahan Cangakan, Kecamatan Karanganyar, Kabupaten Karanganyar. Masjid Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar telah diresmikan pada hari Jumat 11 Maret 2022.

Sebagai pusat wisata religi baru di Kabupaten Karanganyar, tentunya Masjid Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar tidak terlepas dari peran Pemerintah Kabupaten Karanganyar yang berhasil membangun masjid tersebut sebagai *icon* utama di Kabupaten Karanganyar. Hal ini dikarenakan Masjid Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar dibangun megah dengan keunikan dari segi desain arsitektur dan ornamen masjid.

Masjid Agung Madaniyah diperkirakan mampu menampung sekitar 6.000 jamaah. Masjid ini memiliki bangunan yang megah dan suasana yang

nyaman, serta ciri khas arsitektur bangunan yang menyerupai Masjid Nabawi di Kota Madinah. Di halaman depan masjid terdapat konstruksi empat payung utama yang berjejer megah. Menariknya, empat payung utama tersebut mirip seperti bagian luar Masjid Nabawi. Masjid Agung Madaniyah juga memiliki empat buah menara dengan satu menara pandang yang dapat difungsikan sebagai daya tarik bagi para pengunjung dan jamaah.

Fasilitas di Masjid Agung Madaniyah juga tergolong lengkap dan sudah cukup memadai. Di lantai dasar terdapat beberapa ruangan yang dapat digunakan sebagai ruang pertemuan untuk menyelenggarakan berbagai *event* atau kegiatan di Masjid Agung Madaniyah. Di lantai dasar juga terdapat fasilitas seperti *lift*, tempat wudhu, dan toilet bagi para jamaah. Di bagian ruang utama untuk shalat jamaah terdapat keunikan arsitektur dan ornamen masjid yang sangat mirip dengan Masjid Nabawi, yakni terdapat empat pilar yang berwarna kuning keemasan.

Dengan adanya fasilitas seperti ruang pertemuan, maka Masjid Agung Madaniyah ini tidak hanya digunakan sebagai tempat beribadah, tetapi masjid ini juga mampu digunakan untuk menyelenggarakan berbagai *event* dan kegiatan. Mulai dari kegiatan akad nikah, resepsi pernikahan, *pre-wedding*, kajian ahad pagi, *event* pameran yang bernuansa Islami, dan masih banyak yang lainnya.

Sebagai pusat tujuan wisata religi baru di Kabupaten Karanganyar, setiap harinya terdapat rombongan wisatawan religi yang datang ke Masjid Agung Madaniyah. Tidak hanya warga masyarakat Karanganyar saja yang berbondong-bondong untuk menikmati kemegahan dan keindahan bangunan masjid ini, namun wisatawan juga datang dari berbagai penjuru daerah, terutama dari luar Solo Raya. Berdasarkan wawancara awal dengan Bapak Drs. Muksam selaku takmir masjid, peneliti memperoleh data bahwa setiap bulannya terdapat sekitar 15.000 pengunjung dan jamaah yang datang ke Masjid Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar (Muksam, 2023).

Tabel 1. 1 Data Jumlah Pengunjung Masjid Agung Madaniyah

Bulan	Jumlah Pengunjung	
	Tahun 2022	Tahun 2023
Maret	8.917	10.657
April	18.525	17.164
Mei	15.324	10.089
Juni	14.362	-
Juli	6.866	-
Agustus	6.809	-
September	16.048	-
Oktober	10.494	-
November	7.083	-
Desember	11.540	-
Januari	-	8.564
Februari	-	8.453

Sumber: Buku Daftar Pengunjung Masjid Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar

Hal ini menjadikan bukti bahwa Pemerintah Kabupaten Karanganyar dan pihak takmir masjid berhasil dalam menarik wisatawan untuk berkunjung ke Kabupaten Karanganyar, khususnya bagi para wisatawan yang berkunjung ke objek wisata religi Masjid Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar. Selain itu, tentunya terdapat peran dari pihak pengelola masjid dalam mem-*branding* masjid ini agar dapat menjadi objek wisata religi unggulan di Kabupaten Karanganyar. Upaya untuk menjalankan konsep *branding* harus mencakup langkah-langkah pengembangan potensi dan nilai dari sebuah destinasi wisata kepada masyarakat luas.

Konsep *branding* tersebut berkaitan dengan *Destination Branding* beserta elemen-elemen di dalamnya. Dalam dunia pariwisata, *Destination Branding* merupakan suatu proses untuk membangun, mengelola, mempromosikan potensi pariwisata yang dimiliki di daerahnya sebagai identitas atau karakteristik yang unik bagi daerah tersebut, sehingga dapat menjadi daerah tujuan wisata bagi para wisatawan (Lidya et al., 2017). Pada era sekarang, *Destination Branding* di sebuah destinasi wisata religi masjid merupakan salah satu hal yang wajib dilakukan agar menjadi pusat destinasi wisata religi unggulan.

Peran pemerintah dan takmir masjid dinilai mampu dalam mewujudkan *Destination Branding* di objek wisata religi Masjid Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar. Pemerintah Kabupaten Karanganyar berhasil membangun masjid ini yang memiliki bentuk layaknya Masjid Nabawi yang

terletak di Kota Madinah. Setelah diresmikan, masjid ini langsung dikenal oleh masyarakat umum karena menjadi *trending* di media sosial. Banyak pengunjung dan jamaah yang datang untuk melaksanakan shalat berjamaah serta menyaksikan keindahan dan kemegahan Masjid Agung Madaniyah. Hal tersebut yang membuat Masjid Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar mempunyai ciri khas dan mampu membedakan dari destinasi wisata religi di daerah lainnya.

Berdasarkan uraian di atas dan pemahaman awal penulis mengenai Masjid Agung Madaniyah sebagai wisata religi unggulan di Kabupaten Karanganyar serta pentingnya *Destination Branding* di wisata religi, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang bagaimana *Destination Branding* Masjid Agung Madaniyah sebagai tujuan wisata dan bagaimana tanggapan pengunjung terhadap *Destination Branding* di Masjid Agung Madaniyah? Menimbang hal-hal tersebut, maka penulis mengambil judul pada penelitian ini, **“*Destination Branding* Masjid Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar sebagai Tujuan Wisata”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana *Destination Branding* Masjid Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar sebagai tujuan wisata?
2. Bagaimana tanggapan pengunjung terhadap *Destination Branding* di Masjid Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar?

### **C. Tujuan Penelitian**

Sebagaimana permasalahan yang telah dirumuskan, maka tujuan yang ingin dicapai oleh penulis dalam penelitian ini, adalah:

1. Untuk mengetahui *Destination Branding* Masjid Agung Kabupaten Karanganyar sebagai tujuan wisata.
2. Untuk mengetahui tanggapan pengunjung terhadap *Destination Branding* di Masjid Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar.

### **D. Manfaat Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

#### a. Manfaat Praktis

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat menambah wawasan bagi peneliti maupun masyarakat umum tentang *Destination Branding* di sebuah objek wisata religi, khususnya wisata religi masjid.

#### b. Manfaat Akademis

Manfaat dari penelitian ini bagi program studi Manajemen Dakwah antara lain, hasil penelitian ini akan menambah cabang keilmuan bagi Manajemen Dakwah, khususnya di bidang konsentrasi Manajemen Pariwisata Islam mengenai *Destination Branding*. Selain itu, hasil dari penelitian ini juga dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan bidang Pariwisata Islam, antara lain *Destination Branding*, pengelolaan masjid, dan pengembangan destinasi wisata religi.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI DAN TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Landasan Teori**

##### **1. Pariwisata**

###### **a. Pengertian Pariwisata**

Menurut Muljadi dalam buku yang berjudul **“Pengantar Pariwisata”** menjelaskan bahwa istilah pariwisata berasal dari dilaksanakannya kegiatan wisata (*tour*), yang merupakan suatu aktivitas perubahan tempat tinggal dengan suatu alasan apapun selain melakukan kegiatan yang bisa menghasilkan upah atau gaji (Butarbutar et al., 2021).

Menurut UU. No. 10 Tahun 2009, pariwisata merupakan segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, atau kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, aktualisasi diri, dan mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara (Sunaryo, 2013).

Dalam artikel jurnal yang berjudul **“Pengembangan Pariwisata Halal Di Indonesia Melalui Konsep Smart Tourism”**, Gretzel menyatakan bahwa,

“Pariwisata merupakan sebuah perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau lebih dengan tujuan untuk mendapatkan kesenangan dan memenuhi hasrat ingin mengetahui sesuatu.”

Dalam jurnal tersebut, Pavihtra juga menjelaskan terkait,

”Kegiatan pariwisata merupakan salah satu wadah untuk pengembangan ekonomi yang sangat besar manfaatnya bagi sebuah negara (Ferdiansyah et al., 2020).

Menurut Gamal Suwanto, kepariwisataan merupakan suatu proses kepergian sementara dari seorang atau lebih menuju ke tempat lain di luar tempat tinggalnya. Dorongan kepergiannya didasari oleh berbagai kepentingan, baik karena kepentingan ekonomi, sosial, budaya, politik, agama, kesehatan, maupun kepentingan lainnya. Kepariwisataan juga dapat diartikan sebagai suatu kegiatan perpindahan orang ke tempat atau destinasi di luar tempat tinggal yang sifatnya sementara waktu untuk melaksanakan kegiatan selama di destinasi dan penyediaan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan mereka (Rachmad et al., 2022).

#### **b. Jenis-jenis Pariwisata**

Terdapat jenis-jenis pariwisata yang dikenal saat ini, antara lain :

##### 1) Wisata alam (*Ecotourism*)

Wisata alam merupakan suatu kegiatan wisata yang memanfaatkan potensi sumber daya alam dan lingkungan sebagai objek wisata yang dapat memberikan kesan keindahan dan keunikan alam tersebut. Sebagai contohnya, di Kabupaten Karanganyar terdapat wisata alam Grojogan Sewu, Grojogan

Jumog, Taman Sakura Lawu, Pendakian Gunung Lawu, Tahura Karanganyar, Telaga Madirda, Bukit Sekipan, dan lain-lain.

2) Wisata budaya (*Cultural tourism*)

Wisata budaya merupakan suatu kegiatan wisata yang berbasis pada hasil karya dan hasil cipta manusia, baik berupa peninggalan budaya maupun nilai budaya (kebiasan, adat istiadat, dan cara hidup) yang masih hidup di suatu masyarakat. Wisata budaya terbagi menjadi 3 bagian, yaitu wisata warisan budaya, wisata belanja dan kuliner, serta wisata pedesaan. Di Kabupaten Karanganyar terdapat wisata budaya seperti Tradisi Mandhasiya, Tradisi Dhukutan, Desa Wisata Sumberbulu, Kebun Buah Durian Jumantono, dan Batik Girilayu.

3) Wisata sejarah (*Historical tourism*)

Wisata sejarah merupakan kegiatan wisata berbasis pada peninggalan sejarah di masa lampau seperti bangunan, monumen, tugu, candi, makam, dan sebagainya. Terdapat wisata sejarah di Kabupaten Karanganyar, antara lain Candi Ceto, Candi Suku, Astana Giribangun, Situs Watu Kandang, Situs Menggung, Situs Planggatan, Pemandian Sapta Tirta.

4) Wisata Edukasi (*Educational tourism*)

Wisata edukasi merupakan wisata yang kegiatannya tidak hanya melakukan perjalanan wisata, rekreasi, dan hiburan. Wisata edukasi juga menyajikan sejumlah aktivitas pendidikan

di dalamnya. Sebagai contohnya di Kabupaten Karanganyar terdapat wisata edukasi seperti Edupark Intan Pari, Agrowisata Grand Sondokoro, Taman Ria Balekambang Tawangmangu, Agrowisata Amanah, Ganesha Sendang Salju, dan Telaga Kusuma Jumantono.

5) Wisata minat khusus (*Special Interest tourism*)

Wisata minat khusus merupakan kegiatan wisata yang dikembangkan dengan lebih banyak berbasis pada aktivitas untuk pemenuhan keinginan wisatawan secara spesifik. Contohnya, Goa Sari River Tubing, Kali Pucung Adventure, Paralayang Kemuning, dan Rumah Atsiri Indonesia.

6) Wisata religi (*Religious tourism*)

Wisata religi merupakan kegiatan wisata yang dilakukan dengan tujuan untuk mendatangi, melihat, dan mengikuti jalannya upacara-upacara keagamaan ke sebuah objek wisata religi yang dianggap mempunyai nuansa keagamaan yang kuat.

Kegiatan dari wisata religi biasanya dapat berupa paket wisata religi masjid, ziarah, dan objek peninggalan sejarah dalam agama tertentu. Kabupaten Karanganyar memiliki wisata religi seperti Masjid Agung Madaniyah Karanganyar, makam Raden Mas Said di Astana Mangadeg, Astana Giribangun, Astana Girilayu, petilasan Syekh Maulana Maghribi, dan Edupark Alaska (Nasrullah et al., 2021).

## 2. Destination Branding

### a. Konsep Branding dalam Pariwisata

Menurut Kottler dan Keller, *American Marketing Association* (AMA), mendefinisikan *brand* sebagai sebuah nama, istilah, tanda, lambang atau desain, atau kombinasi dari mereka yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang dan jasa dari salah satu penjual atau kelompok penjual dan untuk membedakan mereka dari para pesaing (Kottler et al., 2009).

*Brand* berbeda dengan *branding*, menurut Baladi, *brand* merupakan *positioning* dari suatu produk dalam pikiran konsumen. Sedangkan *branding* merupakan proses untuk menciptakan, membangun, dan mempertahankan *brand* tersebut. *Branding* harus dapat memikat dan membuat pelanggan loyal dengan cara mempromosikan nilai, citra, prestise, atau gaya hidup dari *brand* tersebut (Nasrullah et al., 2021).

Dalam dunia pariwisata, *branding* membahas tentang bagaimana sebuah destinasi dapat mengelola *image* dan nilai reputasi dengan cara memenuhi janji-janji kepada wisatawan. Dengan menerapkan konsep *branding*, maka *brand* atau merk tidak hanya berkaitan dengan logo saja, melainkan juga mencakup segala upaya yang dilakukan pemerintah bersama *stakeholder* lainnya dalam mengembangkan potensi dan nilai dari sebuah destinasi wisata kepada masyarakat luas.

## **b. Pengertian *Destination Branding***

Menurut buku **Kamus Brand** karangan Mendiola B. Wiryawan, pengertian dari *place branding* atau disebut juga *destination branding* adalah penerapan konsep dan model branding pada suatu lokasi tertentu (bisa berupa negara, kota, provinsi atau wilayah).

Branding tempat (*place branding*) dalam penerapan strategi marketing bersifat multidisplin dari bidang keilmuan ilmu budaya, politik dan ilmu ekonomi. Dalam pengembangan tempat meliputi kota, wilayah, dan negara. Tujuan dari *place branding* adalah memaksimalkan potensi suatu wilayah agar terjadi peningkatan kunjungan (wisata maupun bisnis) yang akhirnya meningkatkan devisa dan nilai ekonomi wilayah tersebut (Subarkah & Rachman, 2020).

Menurut Bambang Sunaryo, dalam bukunya yang berjudul **”Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia”** menjelaskan tentang *Destination Branding* yang pada dasarnya merupakan proses untuk menunjukkan suatu produk dari suatu destinasi tertentu yang memiliki keunikan yang dilihat serta dinilai dari perspektif pasar atau wisatawan sesuai daya tarik yang mereka persepsikan terhadap produk wisata tersebut (Sunaryo, 2013).

Menurut Kavaratzis, menjelaskan bahwasanya *Destination Branding* merupakan salah satu tren dari *city branding* dengan menjadikan suatu kota atau daerah sebagai destinasi atau kota tujuan wisata bagi masyarakat lokal maupun mancanegara. Dengan adanya *Destination Branding*, akan memungkinkan sebuah kota untuk mengelola potensi pariwisata yang dimiliki di daerahnya sebagai identitas atau karakteristik yang unik bagi daerah tersebut, sehingga dapat menjadi daerah tujuan wisata bagi para wisatawan (Kavaratzis & Ashworth, 2005).

**c. Elemen-elemen dalam *Destination Branding***

Destinasi wisata daerah harus merepresentasikan keadaan pariwisata Indonesia, sehingga baik buruknya objek wisata akan mempengaruhi penilaian pariwisata Indonesia secara keseluruhan. Oleh karena itu, *Destination Branding* perlu memperhatikan tiga elemen dengan konsep 3A, sebagai berikut:

1) Atraksi (*Attraction*)

Atraksi merupakan sesuatu yang menjadi daya tarik utama dari objek wisata yang dapat membuat wisatawan terkesan berupa rasa puas, nyaman, dan nikmat pada wisatawan yang berkunjung pada destinasi wisata tersebut.

Atraksi terdiri dari faktor-faktor yang membuat wisatawan tertarik untuk berkunjung ke sebuah destinasi wisata. Atraksi juga dapat didasarkan pada destinasi wisata yang memiliki

keindahan dan keunikan (ciri khas) yang dapat membedakan dari destinasi tersebut dengan destinasi wisata yang lainnya. Daya tarik dari destinasi wisata dapat berupa daya tarik utama dan daya tarik pendukung.

## 2) Amenitas (*Amenity*)

Amenitas merupakan fasilitas pendukung bagi wisatawan yang terdapat di sebuah destinasi wisata tertentu. Amenitas atau sarana wisata memungkinkan wisatawan untuk untuk tinggal dan menikmati sebuah objek wisata dengan nyaman. Amenitas juga merupakan semua bentuk fasilitas yang memberikan pelayanan bagi wisatawan untuk segala kebutuhan wisata selama berkunjung ke destinasi wisata.

## 3) Aksesibilitas (*Accesibility*)

Aksesibilitas merupakan kemudahan untuk mencapai tujuan wisata, yang berupa kenyamanan, keamanan, dan waktu tempuh. Dalam hal ini, aksesibilitas harus diperhatikan karena semakin tinggi aksesibilitas, maka akan semakin mudah untuk dijangkau dan semakin banyak wisatawan yang berkunjung ke destinasi wisata tersebut.

Aksesibilitas di suatu objek yang menjadi tujuan wisata dapat berupa sarana dan infrastruktur jalan raya yang memadai, ketersediaan sarana transportasi, rambu-rambu penunjuk jalan,

dan sistem informasi mengenai destinasi wisata (Sunaryo, 2013).

#### **d. Tujuan *Destination Branding***

Menurut Blain, dalam buku yang berjudul **Promosi Pariwisata Daerah**, pengertian *Destination Branding* adalah seperangkat aktivitas pemasaran yang bertujuan untuk :

- 1) Mendukung penciptaan nama, simbol, logo, atau gambar-gambar yang dapat mengidentifikasi dan membedakan sebuah daerah tujuan wisata dengan tujuan wisata lainnya.
- 2) Menyampaikan ekspektasi dari pengalaman perjalanan yang tidak dapat dilupakan dan secara unik berasosiasi dengan daerah tujuan wisata secara konsisten.
- 3) Menghubungkan dan memperkuat hubungan emosional antara wisatawan dengan daerah tujuan wisata.
- 4) Mengurangi biaya pencarian informasi konsumen dan risiko yang ditimbulkan akibat informasi-informasi tersebut (Nasrullah et al., 2021).

## **B. Tinjauan Pustaka**

Setelah melakukan penelusuran atas literatur karya ilmiah yang berupa (artikel jurnal dan skripsi), peneliti menemukan bahwa ada keterkaitan tema yang membahas *Destination Branding*. Untuk menghindari anggapan bahwa adanya indikasi plagiasi terhadap karya ilmiah tertentu, maka

diperlukan pengkajian lebih mendalam terhadap karya-karya yang sudah ada sebelumnya. Setidaknya ada beberapa karya penelitian yang pernah dilakukan dengan tema serupa di antaranya sebagai berikut :

*Pertama*, jurnal karya Alwafi Ridho Subarkah, Junita Budi Rachman, dan Akim mahasiswa Universitas Padjajaran yang berjudul **“Destination Branding Indonesia sebagai Destinasi Wisata Halal”**. Dari karya ilmiah tersebut, dijelaskan bahwa konsep *destination branding* Indonesia menggunakan instrumen pariwisata halal untuk meningkatkan kunjungan wisatawan terutama dari pasar Timur Tengah dan menjadikan Indonesia sebagai destinasi wisata halal dunia. Dalam penelitian tersebut diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa Indonesia melakukan *destination branding* dengan menetapkan Logo *Halal Tourism Indonesia: The Halal Wonders*, untuk menggambarkan destinasi wisata halalnya, kemudian menunjuk tiga daerah yang dianggap siap menjadi destinasi wisata halal unggulan, yakni Lombok (*Friendly Lombok*), Aceh (*The Light of Aceh*), dan Sumatera Barat (*Taste of Padang*) yang dilihat dari fasilitas dan layanan memenuhi kriteria dan mendapatkan penghargaan wisata halal terbaik dunia mewakili Indonesia pada ajang *World Halal Travel Summit* di Abu Dhabi 2015 dan 2016 (Subarkah & Rachman, 2020).

*Kedua*, jurnal karya Dewi Kumoratih mahasiswi Universitas Bina Nusantara yang berjudul **”Rancangan “Wonderful Indonesia” Sebagai Branding-Destination”**. Dari karya ilmiah tersebut mengangkat permasalahan mengenai *branding-destination* terbaru dari Indonesia,

“*Wonderful Indonesia*” dan membuktikan seberapa jauh *logogram* dan *logotype Wonderful Indonesia* berhasil mencitrakan Indonesia seperti yang diharapkan, selain memperoleh banyak penghargaan dan apresiasi di banyak negara, juga sekaligus merebut perhatian calon wisatawan. Dari hasil penelitiannya, dijelaskan bahwa Kementerian yang bertanggung-jawab untuk sektor pariwisata perlu mengevaluasi kembali strategi *brandingnya* secara lebih strategis karena masih terdapat kekurangan dalam hal implementasi dan komunikasi (Kumoratih, 2020).

*Ketiga*, penelitian Jurnal Riset Manajemen yang ditulis oleh Ulfa Uswatul Hasanah, Nur Hidayati, dan M. Ridwan Basamalah mahasiswa Universitas Islam Malang yang berjudul “**Pengaruh *Word Of Mouth, Destination Image, Destination Branding Terhadap Minat Berkunjung Di Jatim Park 3 Kota Batu Malang (Studi Kasus Mahasiswa Feb Unisma Angkatan Tahun 2019/2020)***”. Pada penelitian jurnal ilmiah ini menitikberatkan pada permasalahan strategi pemasaran di Jatim Park 3 yang efektif dan efisien yang dapat dilakukan dengan cara menciptakan *branding, image*, dan pendekatan *Word of Mouth*. Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah Mahasiswa Baru FEB Unisma Angkatan 2019/2020 yang minat berkunjung ke Jatim Park 3 Kota Malang sebanyak 890 Orang. Berdasarkan hasil perhitungan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 90 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Word of Mouth, Destination Image*, dan *Destination Branding*

berpengaruh secara simultan terhadap Minat Mahasiswa Baru FEB Unisma Berkunjung ke Jatim Park 3 Kota Batu Malang (Hanasah et al., 2020).

*Keempat*, jurnal yang ditulis oleh Darwin Yuwono Riyanto Novan Andrianto, Abdullah Khoir Riqqoh, dan Achmad Yanu Alif Fianto mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya yang berjudul **”Pengaruh *Destination Image* dan *Destination Branding* Terhadap Minat Berkunjung Ke Wisata Bahari Jawa Timur”**. Dari karya ilmiah tersebut, dijelaskan bahwa wisata bahari di Jawa Timur khususnya daerah Surabaya, Sidoarjo, Pasuruan, Probolinggo dan Banyuwangi dipandang mengalami ketidakstabilan terkait jumlah kunjungan wisatawan. Dari hasil penelitian ini, *Destination Image* dan *Destination Branding* berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat berkunjung ke wisata bahari di Jawa Timur memiliki citra yang baik, *brand* yang kuat, dan keunggulan bersaing dibandingkan dengan objek wisata lain (Riyanto et al., 2019).

*Kelima*, penelitian Jurnal Ilmu Komunikasi dan Politik yang ditulis oleh Yoyoh Hereyah dan Rastri Kusumaningrum yang berjudul **“Proses *Destination Branding* dalam Membentuk Citra Tujuan Wisata Museum Indonesia”**. Pada penelitian jurnal ilmiah ini menitikberatkan pada permasalahan proses *destination branding* di objek wisata museum yang berada di bawah asuhan Direktorat Pelestarian Cagar Budaya dan Permuseuman. Pandangan mengenai museum yang kuno, tua, membosankan dan seram masih dominan di kalangan masyarakat. Diperlukan adanya kolaborasi antara pemerintah dengan komunitas dalam

melakukan *destination branding* dalam rangka mengubah pandangan masyarakat sehingga membentuk citra tujuan wisata positif yang lebih kuat. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa dalam penerapan *destination branding* wisata museum Indonesia yang dilakukan oleh Direktorat Pelestarian Cagar Budaya dan Permuseuman dan Komunitas Jelajah Budaya dapat dilakukan dengan berbagai cara. Direktorat Pelestarian Cagar Budaya melakukan revitalisasi wisata Museum Indonesia di berbagai sektor seperti infrastruktur, manajemen, pembuatan kebijakan, promosi dan juga *branding* wisata museum, membentuk suatu *destination image* museum sebagai ruang terbuka untuk publik jauh dari kesan kuno dan tertutup. Sedangkan sebagai yang aktif dalam pelestarian museum, Komunitas Jelajah Budaya memberikan pesan melalui *Program Jelajah Kota Toea* dan *Night Time Journey At The Museum*. Bentuk *destination branding* ini dilakukan KJB untuk mengajak masyarakat mencintai warisan budaya Indonesia (Hereyah & Kusumaningrum, 2019).

*Keenam*, Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen yang ditulis oleh Sudung Simatupang, Marisi Butar-butar, dan Christine Dewi Nainggolan mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sultan Agung dengan judul **“Konsep *Destination Branding* terhadap Minat Berkunjung ke Air Panas Pangururan”**. Dari karya ilmiah tersebut mengangkat permasalahan mengenai potensi wisata daerah Sumatera Utara memiliki objek wisata yang sangat menjanjikan untuk di kunjungi, salah satunya potensi wisata Air Panas (bahasa bataknya Aek Rangat) yang berada di Kecamatan

Pangururan, Kabupaten Samosir. Sumber air panas bumi ini berasal dari dari mata air panas belerang di kaki gunung Pusuk Buhit serta letak lokasi juga berada di pinggiran Danau Toba, wisata air panas tersebut dalam kesehariannya selalu dikunjungi oleh wisatawan. Potensi wisata air panas tersebut tidak terlepas dari konsep *destination branding* (jati diri) lokasi objek wisata. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif *destination branding* terhadap minat berkunjung ke kawasan Air Panas Pangururan Kabupaten Samosir (Simatupang et al., 2021).

*Ketujuh*, jurnal karya Imam Ghozali dan Syaifuddin Zuhri mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur yang berjudul **”Elemen Dekorasi Arsitektur Masjid sebagai Komponen Daya Tarik pada Wisata Religi”**. Dari karya ilmiah tersebut, dijelaskan bahwa bangunan masjid dapat menjadi daya tarik bagi masyarakat untuk melakukan wisata religi. Banyak unsur dalam arsitektur Islam yang mempengaruhi bentuk arsitektur masjid yang banyak unsur-unsur dekorasi sehingga masjid menjadi daya tarik tersendiri. Dalam penelitian tersebut diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa masjid modern di Surabaya mempunyai banyak elemen-elemen dipicu oleh kemajuan zaman (teknologi material) yang semakin berkembang. Dimana elemen-elemen dasar masjid-masjid ini tidak banyak mengalami perubahan, seperti bentuk-bentuk dekoratif masjid yang masih banyak mengambil dari bentuk-bentuk arsitektur jaman dulu (lama) yang dimodifikasi dengan penggunaan material masa kini. Perubahan ini banyak dipengaruhi oleh adanya

pergeseran budaya, perkembangan teknologi, serta faktor yang sangat penting, yaitu ketersediaan dana, dan lainnya (Ghozali & Zuhri, 2020).

*Kedelapan*, penelitian Jurnal Ilmu Komunikasi yang ditulis oleh Nabila Diandra Putri dan Kartika Ayu Ardhanariswari mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta yang berjudul **“Sinergitas Marketing dan Promotional Mix dalam Konsep Sustainable Tourism sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran”**. Pada penelitian jurnal ilmiah ini menitikberatkan pada permasalahan strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan pengelola Desa Wisata Pulewelung dalam menerapkan konsep komunikasi pariwisata berkelanjutan (*sustainable tourism*) serta mengetahui faktor pendukung dan penghambat strategi komunikasi pemasaran tersebut. Hasil dari penelitian ini diperoleh bahwa Desa Wisata Pulewelung dalam strategi pemasarannya menggunakan konsep *marketing mix* dalam 4P yaitu *Product, Price, Place, dan Promotion*. Kegiatan promosi didukung dengan *promotion mix* atau bauran promosi, namun pengelola hanya menggunakan tiga dari lima strategi promosi yaitu *direct marketing, public relations* dan publisitas, serta periklanan. Pengelolaan Desa Wisata Pulewelung ini juga bekerjasama dengan beberapa pihak yang membantu penerapan pariwisata berkelanjutan (*sustainable tourism*) sehingga berdirinya desa wisata ini dapat memberi banyak kemanfaatan bagi warga sekitar (Putri & Ardhanariswari, 2020).

*Kesembilan*, penelitian *Journal of Tourism, Hospitality, Travel and Business Event* yang ditulis oleh Wandu Chandra, Risfaisal, dan Kaharuddin

mahasiswa Universitas Muhammadiyah Makassar yang berjudul **”Multifungsi Masjid Islamic Center Dato Tiro Sebagai Atraksi Wisata Religi Di Kabupaten Bulukumba”**. Dari karya ilmiah tersebut mengangkat permasalahan mengenai Masjid Islamic Center Dato Tiro ini seketika menjadi *icon* baru Bulukumba dan ramai menjadi pembicaraan, sehingga banyak orang-orang dari berbagai daerah mulai dari kalangan remaja, dewasa sampai yang tua berdatangan ke masjid tersebut. Dari hasil penelitian ini, Masjid Islamic Center Dato Tiro Bulukumba mengalami multifungsi yaitu fungsi destinasi wisata dan fungsi ritual. Adapun faktor-faktor penyebab terjadinya perubahan fungsi Masjid Islamic Center Dato Tiro sebagai destinasi wisata adalah keindahan bentuk dan arsitektur serta keunikan masjid menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat dan pengunjung yang datang, walaupun kehadiran pengunjung selain beribadah juga untuk mengambil gambar (berfoto-foto). Melalui Masjid Islamic Center Dato Tiro tersebut, Kabupaten Bulukumba semakin terkenal pada ruang publik dan media sosial. Masjid Islamic Center Dato Tiro dijadikan sebagai tempat ritual keagamaan sekaligus tempat wisata bagi masyarakat dari berbagai daerah yang melewati jalur Kabupaten Bulukumba (Chandra et al., 2019).

*Kesepuluh*, penelitian Tesis yang ditulis oleh Masruroh mahasiswa Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya dengan judul **“Analisis *Branding* dalam Upaya Pengembangan Destinasi Wisata Religi Sunan Drajat”**. Penelitian tesis ini membahas permasalahan tentang

Destinasi Wisata Religi Sunan Drajat sebagai sebuah tempat sejarah dan budaya, maka *branding* fokus pada citra atau *image* dari wisata tersebut, dan tentunya akan melibatkan para *stakeholder*. Dalam hal ini yaitu *internal stakeholder* yang meliputi Pemerintah Daerah, pihak pengelola atau yayasan dan *external stakeholder* (wisatawan). Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi *external stakeholder* (wisatawan) terhadap *branding* destinasi wisata religi Sunan Drajat meliputi kualitas dan *icon* yaitu makam Sunan Drajat, museum, langgar gantung, dan wisata religi yang memiliki tempat luas dengan dikelilingi pohon sawo. *Brand strategy* yang dilakukan *internal stakeholder* terhadap destinasi wisata religi Sunan Drajat adalah langkah awal dengan cara penentuan *brand positioning*, penentuan *brand personality*, penentuan *brand identity* wisata religi Sunan Drajat. Pengembangan destinasi wisata religi Sunan Drajat yang dilakukan oleh *internal stakeholder* yaitu memperhatikan revitalisasi bagi wisata Sunan Drajat melalui penambahan amenities dan pengembangan terhadap produk dengan menambah fasilitas tempat istirahat (Masruroh, 2018).

Adapun persamaan penelitian sebelumnya dengan penelitian yang akan dilakukan adalah sama-sama meneliti dan membahas tentang *Destination Branding* yang terdapat di suatu objek wisata tertentu. Akan tetapi, penelitian yang sebelumnya dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis juga terdapat perbedaan. Salah satu perbedaannya dapat dilihat dari metode penelitian yang dilakukan. Dalam penelitian ini, menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Jenis penelitian yang digunakan

dalam penelitian ini adalah metode penelitian lapangan (*field research*). Dalam hal ini objek yang menjadi fokus penelitian oleh penulis adalah Masjid Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar.

Untuk memudahkan pembaca dalam memahami isi dari beragam penelitian yang berkaitan dengan *Destination Branding*, maka dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Jenis Penelitian	Hasil Penelitian
Alwafi Ridho Subarkah, Junita Budi Rachman, dan Akim (2020) (Jurnal)	<i>Destination Branding</i> Indonesia sebagai Destinasi Wisata Halal	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan konsep destination branding dan diplomasi publik.	Dalam penelitian tersebut diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa Indonesia melakukan <i>destination branding</i> dengan menetapkan Logo <i>Halal Tourism</i> Indonesia: <i>The Halal Wonders</i> , untuk menggambarkan

			n destinasi wisata halalnya, kemudian menunjuk tiga daerah yang dianggap siap menjadi destinasi wisata halal unggulan, yakni Lombok ( <i>Friendly Lombok</i> ), Aceh ( <i>The Light of Aceh</i> ), dan Sumatera Barat ( <i>Taste of Padang</i> ).
Dewi Kumoratih (2020) (Jurnal)	Rancangan “ <i>Wonderful Indonesia</i> ” Sebagai <i>Branding-Destination</i>	Metode yang digunakan adalah berdasarkan penelitian kualitatif yang mana data ditinjau melalui sejarah seni, desain komunikasi visual dan pendekatan pemasaran.	Dari hasil penelitiannya, dijelaskan bahwa Kementerian yang bertanggung-jawab untuk sektor pariwisata perlu mengevaluasi kembali strategi <i>brandingnya</i> secara lebih

			strategis karena masih terdapat kekurangan dalam hal implementasi dan komunikasi.
Ulfa Uswatul Hasanah, Nur Hidayati, dan M. Ridwan Basamalah (2020) (Jurnal)	Pengaruh <i>Word Of Mouth, Destination Image, Destination Branding</i> Terhadap Minat Berkunjung Di Jatim Park 3 Kota Batu Malang (Studi Kasus Mahasiswa Feb Unisma Angkatan Tahun 2019/2020)	Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian survei. Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah Mahasiswa Baru FEB Unisma Angkatan 2019/2020 yang minat berkunjung ke Jatim Park 3 Kota Malang sebanyak 890 Orang.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>Word of Mouth, Destination Image, dan Destination Branding</i> berpengaruh secara simultan terhadap Minat Mahasiswa Baru FEB Unisma Berkunjung ke Jatim Park 3 Kota Batu Malang.
Darwin Y. R., Novan A., Abdullah K. R.	Pengaruh <i>Destination Image dan</i>	Penelitian ini termasuk ke dalam penelitian	Dari hasil penelitian ini, <i>Destination</i>

dan Achmad Y. A. F. (2019) (Jurnal)	<i>Destination Branding</i> Terhadap Minat Berkunjung Ke Wisata Bahari Jawa Timur	kuantitatif karena data yang diperoleh diolah menggunakan analisis statistik.	<i>Image dan Destination Branding</i> berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat berkunjung ke wisata bahari di Jawa Timur memiliki citra yang baik, <i>brand</i> yang kuat, dan keunggulan bersaing dibandingkan dengan objek wisata lain.
Yoyoh Hereyah & Rastri Kusumaningrum (2019) (Jurnal)	Proses <i>Destination Branding</i> dalam Membentuk Citra Tujuan Wisata Museum Indonesia	Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus, dengan analisis data kualitatif yang menekankan pada kasus-kasus khusus yang terjadi pada	Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa dalam penerapan <i>destination branding</i> wisata museum Indonesia yang dilakukan oleh Direktorat Pelestarian

		objek analisis dan wawancara mendalam, serta mencari data yang bersumber dari dokumen Komunitas Jelajah Budaya.	Cagar Budaya dan Permuseuman dan Komunitas Jelajah Budaya dapat bekerjasama untuk membuat kebijakan promosi dan juga <i>branding</i> wisata museum dan membentuk suatu <i>destination image</i> museum sebagai ruang terbuka untuk publik.
Sudung Simatupang, Marisi Butar-butar, & Christine Dewi Nainggolan (2021) (Jurnal)	Konsep <i>Destination Branding</i> terhadap Minat Berkunjung ke Air Panas Pangururan	Pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, objek penelitian wisata air panas (Aek Rangat) Kecamatan Panguruan, Kabupaten Samosir. Teknik	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif <i>destination branding</i> terhadap minat berkunjung ke kawasan Air Panas

		<p>analisa data dilakukan dengan uji asumsi klasik serta uji hipotesa. Selanjutnya sampel penelitian adalah masyarakat Kota Pematangsiantar dan Kabupaten Simalungun dengan komposisi umur 17 tahun ke atas dengan teknik accidental random sampling.</p>	<p>Panggururan Kabupaten Samosir.</p>
<p>Imam Ghozali &amp; Syaifuddin Zuhri (2020) (Jurnal)</p>	<p>Elemen Dekorasi Arsitektur Masjid sebagai Komponen Daya Tarik pada Wisata Religi</p>	<p>Kajian ini menggunakan metode deskriptif dengan tujuan untuk menemukan dan menggambarkan bentuk-bentuk dekorasi masjid</p>	<p>Dalam penelitian tersebut diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa masjid modern di Surabaya mempunyai</p>

		<p>pada beberapa masjid di Surabaya.</p> <p>Metode pengumpulan data melalui metode survei, pengamatan dan studi literatur tentang masjid-masjid di Surabaya dikaitkan dengan kajian teori mengenai bentuk dan elemen arsitektur masjid. Analisa data dilakukan dengan cara membandingkan teori dengan bentuk dan elemen arsitektur masjid pada wilayah studi.</p>	<p>banyak elemen-elemen dipicu oleh kemajuan zaman (teknologi material) yang semakin berkembang.</p>
Nabila Diandra Putri & Kartika Ayu	Sinergitas <i>Marketing</i> dan <i>Promotional</i>	Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian	Hasil dari penelitian ini diperoleh

<p>Ardhanariswari (2020) (Jurnal)</p>	<p><i>Mix</i> dalam Konsep <i>Sustainable Tourism</i> sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran</p>	<p>kualitatif dengan pendekatan deskriptif karena dilakukan untuk menjelaskan data-data berupa kata, gambar, dan bukan berupa angka.</p>	<p>bahwa Desa Wisata Pulewulung dalam strategi pemasarannya menggunakan konsep <i>marketing mix</i> dalam 4P yaitu <i>Product, Price, Place, dan Promotion.</i> Kegiatan promosi didukung dengan <i>promotion mix</i> atau bauran promosi, namun pengelola hanya menggunakan tiga dari lima strategi promosi yaitu <i>direct marketing,</i> <i>public relations</i> dan publisitas, serta periklanan.</p>
<p>Wandi Chandra, Risfaisal, &amp;</p>	<p>Multifungsi Masjid Islamic</p>	<p>Jenis penelitian ini</p>	<p>Dari hasil penelitian ini,</p>

<p>Kaharuddin (2019) (Jurnal)</p>	<p>Center Dato Tiro Sebagai Atraksi Wisata Religi Di Kabupaten Bulukumba</p>	<p>menggunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan fenomenologi. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi. Sementara teknik analisis data yang digunakan pada hasil penelitian ini, adalah analisis data Ian Day.</p>	<p>Masjid Islamic Center Dato Tiro Bulukumba mengalami multifungsi yaitu fungsi destinasi wisata dan fungsi ritual. Adapun faktor-faktor penyebab terjadinya perubahan fungsi Masjid Islamic Center Dato Tiro sebagai destinasi wisata adalah keindahan bentuk dan arsitektur serta keunikan masjid menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat dan pengunjung yang datang.</p>
<p>Masruroh (2018)</p>	<p>Analisis <i>Branding</i></p>	<p>Peneliti menggunakan</p>	<p>Destinasi Wisata Religi</p>

(Tesis)	dalam Upaya Pengembangan Destinasi Wisata Religi Sunan Drajat	jenis penelitian kualitatif dengan menggambarkan persepsi external stakeholder dan internal stakeholder terhadap destinasi wisata religi Sunan Drajat yang diperoleh dari hasil wawancara, dan keabsahan data yang digunakan peneliti adalah triangulasi data (menggabungkan metode wawancara, observasi dan dokumentasi).	Sunan Drajat sebagai sebuah tempat sejarah dan budaya, maka <i>branding</i> fokus pada citra atau <i>image</i> dari wisata tersebut, dan tentunya akan melibatkan para <i>stakeholder</i> . Dalam hal ini yaitu <i>internal stakeholder</i> yang meliputi Pemerintah Daerah, pihak pengelola atau yayasan dan <i>external stakeholder</i> (wisatawan).
---------	---	--	--

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan (*field research*) merupakan suatu metode untuk memperoleh atau mendapatkan suatu data penelitian secara spesifik dan realistis yang ditemukan di lapangan tentang hal apa yang sedang terjadi di masyarakat yang tidak terbatas ruang dan waktu (Sugiyono, 2013). Dalam hal ini objek yang menjadi fokus penelitian oleh penulis adalah Masjid Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar.

Dalam penyusunan dan penulisan suatu karya ilmiah, metode penelitian yang penulis gunakan adalah penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif merupakan suatu jenis penelitian yang dimaksudkan untuk mengungkap suatu gejala atau fenomena secara *holistic*-kontekstual melalui pengumpulan data dengan memposisikan peneliti sebagai instrumen kunci (Samsu, 2017).

Menurut Sumadi Suryabrata menyatakan bahwa pemikiran deskriptif merupakan suatu pola pemikiran yang dilakukan untuk pencandraan (deskriptif) secara sistematis, faktual, dan juga akurat mengenai situasi atau gejala, dan kejadian di dalam masyarakat (Suryabrata, 2005).

## B. Tempat dan Waktu Penelitian

Dalam pelaksanaan penelitian ini dilakukan di Masjid Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar, yang beralamat di Jalan Lawu Nomor 387, Badran Asri, Kelurahan Cangakan, Kecamatan Karanganyar, Kabupaten Karanganyar.

Tabel 3. 1 Waktu Penelitian

No.	Kegiatan	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun
1	Pengajuan Judul	■							
2	Pengesahan proposal oleh biro skripsi		■						
3	Penyusunan Proposal			■	■				
4	Seminar Proposal					■			
5	Penelitian						■	■	
6	Analisis Data							■	
7	Ujian Munaqosyah								■

Adapun subjek penelitian, peneliti melaksanakan proses pencarian data dan fakta lapangan dalam kurun waktu dua (2) bulan, guna memastikan data yang didapatkan sesuai dengan permasalahan yang peneliti angkat dan teruji validitas data yang didapat.

### **C. Sumber Data**

Untuk menggali informasi serta kelengkapan data dalam penulisan penelitian ini, maka diperlukan sumber-sumber data sebagai berikut :

#### **1. Data Primer**

Data primer merupakan suatu data yang diperoleh secara langsung dari sumber data oleh peneliti, dimana data yang didapatkan tersebut digunakan untuk tujuan yang khusus (Sugiyono, 2013). Data ini diperoleh melalui teknik wawancara langsung kepada para pihak yang terlibat, antara lain :

- a. Pengelola dan Takmir Masjid Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar.
- b. Pengunjung (wisatawan religi) Masjid Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar.
- c. Kegiatan dan *event* yang ada di Masjid Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar.

#### **2. Data Sekunder**

Data sekunder merupakan sumber data kedua yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, seperti melalui orang lain atau melalui dokumen (Sugiyono, 2013). Sumber data sekunder ini diperoleh peneliti melalui beberapa media perantara yang berkaitan dengan pembahasan seputar masalah ini, seperti : buku, jurnal, media dan berita-berita, serta dokumen yang masih berkaitan dengan permasalahan penelitian.

#### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### **1. Metode observasi**

Metode observasi merupakan metode pengumpulan data dengan cara melakukan pencatatan secara cermat dan sistematis. Dengan demikian metode observasi adalah kegiatan yang dilakukan oleh peneliti untuk mengamati secara langsung kondisi lingkungan dan fakta kejadian yang terjadi di lapangan (Samsu, 2017).

##### **2. Metode wawancara (*interview*)**

Metode wawancara (*interview*) merupakan proses percakapan dengan maksud untuk mengkonstruksikan perihal kejadian, kegiatan, peristiwa, orang, dan sebagainya yang dilakukan oleh dua belah pihak yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan beberapa pertanyaan kepada orang yang diwawancarai (Samsu, 2017).

Adapun sasaran yang akan diwawancarai yaitu pengelola dan pengunjung Masjid Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar. Wawancara ini memiliki tujuan untuk mendapatkan sebuah informasi perihal *Destination Branding* di Masjid Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar sebagai tujuan wisata.

##### **3. Metode dokumentasi**

Metode dokumentasi adalah suatu metode penelitian yang digunakan untuk memperoleh informasi dari sumber tertulis atau

dokumen-dokumen, baik itu berupa buku, jurnal ilmiah, dan lain sebagainya untuk proses penelitiannya (Samsu, 2017). Dokumentasi ini dilaksanakan dengan tujuan mencari data-data yang berhubungan dengan *Destination Branding* di Masjid Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar sebagai tujuan wisata.

#### **E. Teknik Analisis Data**

Menurut Sugiyono, analisa data merupakan suatu proses penyederhanaan data dalam bentuk yang lebih mudah dipahami, dibaca, serta diinterpretasikan (Sugiyono, 2013). Teknik analisa data pada penelitian ini menggunakan metode analisis data secara kualitatif, yaitu suatu analisis yang sifatnya menjelaskan atau menginterpretasikan tentang peraturan yang berlaku dan analisis data didasarkan pada pemahaman dan pengolahan suatu data dengan cara yang sistematis yang diperoleh dari hasil wawancara, kepustakaan, dan dokumentasi.

Seluruh data diolah dan diproses melalui beberapa aktivitas analisis data, di antaranya ada 3 aktivitas analisis data yaitu :

##### **1. Reduksi data**

Mereduksi data merupakan aktivitas merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya, serta membuang hal yang tidak diperlukan. Dengan mereduksi data, maka akan memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai data yang benar-benar diperlukan dan mempermudah peneliti dalam melakukan pengumpulan data selanjutnya (Sugiyono, 2013).

## **2. Penyajian data (data *display*)**

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data dapat dilakukan dalam uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart*, dan sejenisnya. Dengan menyajikan data, maka data dapat terorganisasikan dan tersusun dalam pola hubungan sehingga akan mudah dipahami (Sugiyono, 2013).

## **3. Kesimpulan atau Verifikasi**

Setelah semua data yang dikumpulkan lengkap, maka peneliti akan menyimpulkan dari penelitian sebelumnya dengan didukung oleh bukti-bukti berupa dokumentasi foto atau data-data yang ditemukan di lapangan. Ketiga aktivitas tersebut terlibat dalam proses yang berkaitan serta yang menentukan hasil akhir analisis (Sugiyono, 2013).

## **F. Validitas Data**

Agar data yang diperoleh valid, maka peneliti perlu melakukan validitas data. Teknik keabsahan data yang digunakan oleh peneliti adalah teknik triangulasi. Triangulasi merupakan teknik sintesa data terhadap kebenaran dengan menggunakan metode pengumpulan data yang lain atau berbagai paradigma triangulasi (Samsu, 2017).

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan validasi data mengenai *Destination Branding* Masjid Agung Kabupaten Karanganyar dengan mengecek keabsahan data melalui wawancara dengan informan, observasi, dan dokumentasi.

## G. Sistematika Penulisan

Dalam penulisan suatu penelitian, peneliti perlu memperhatikan perihal sistematika pembahasan yang sedang diteliti, guna mempermudah pembaca dalam memahami suatu penelitian serta memperoleh gambaran dari keseluruhan proses penelitian. Maka dari itu, sistematika penulisan dalam penelitian ini terbagi menjadi 3 bagian dan terklasifikasikan sebagai berikut:

### 1. Bagian awal

Pada bagian awal terdiri dari halaman sampul, halaman judul, halaman persetujuan pembimbing, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, dan daftar lampiran.

### 2. Bagian inti

Pada bagian inti terdiri dari 3 bab, sebagai berikut :

Pada **Bab I** (satu) yaitu pendahuluan yang terdiri atas latar belakang permasalahan, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian.

Pada **Bab II** (dua) yaitu menjelaskan landasan teori dan tinjauan pustaka. Landasan teori dalam penelitian ini terdiri dari teori tentang Pariwisata dan *Destination Branding*. Kemudian, tinjauan pustaka terdiri dari 10 sumber-sumber kepustakaan terdahulu yang berupa jurnal ilmiah dan tesis.

Pada **BAB III** (tiga) yaitu menjelaskan mengenai metode penelitian yang terdiri dari jenis penelitian, waktu dan tempat penelitian, sumber

data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan sistematika penulisan.

Pada **BAB IV** (empat) yaitu menjelaskan tentang pemaparan hasil penelitian yang ditarik dari latar belakang hingga penemuan-penemuan di lapangan yang dapat membantu peneliti untuk merumuskan **”Destination Branding Masjid Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar sebagai Tujuan Wisata”**.

Pada **BAB V** (lima) merupakan bab penutup dari keseluruhan pembahasan penelitian skripsi yang di dalamnya berisi mengenai kesimpulan dan beberapa saran penulis yang menyangkut permasalahan yang dibahas.

### 3. Bagian akhir

Pada bagian akhir terdiri dari daftar pustaka yang memuat referensi pustaka yang dijadikan acuan di dalam penelitian skripsi dan lampiran-lampiran.

## **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian**

#### **1. Sejarah Singkat Masjid Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar**

Masjid Agung Kabupaten Karanganyar merupakan masjid yang terletak di pusat kota, yang bersebelahan dengan Alun-Alun Kabupaten Karanganyar, tepatnya di Jalan Lawu Nomor 387, Badran Asri, Kelurahan Cangakan, Kecamatan Karanganyar, Kabupaten Karanganyar. Sebelum direnovasi, masjid ini bernama Masjid Agung Karanganyar yang didirikan pada tahun 1984 di kawasan yang saat itu masih berupa persawahan. Pada saat itu Masjid Agung Karanganyar dibangun dengan menggunakan dana APBD dan infaq dari siswa-siswa se-Kabupaten Karanganyar. Sebelumnya masjid ini didominasi dengan warna hijau dan bentuk bangunan masjid seperti masjid-masjid di kabupaten/kota lainnya.

Gambar 4. 1 Masjid Agung Karanganyar



Sumber: [www.jateng.tribunnews.com](http://www.jateng.tribunnews.com)

Seiring berjalannya waktu, Bupati Karanganyar, Drs. H. Juliyatmono, S.E., M.M., mempunyai sebuah pola pikir yang *holistic* integral, yakni dengan merombak total seluruh infrastruktur yang ada di kompleks perkantoran pemerintahan Kabupaten Karanganyar. Dimulai dari kantor-kantor seperti Dinas Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat (DPUPR), Dinas Pendidikan dan Kebudayaan (Disdikbud), Dinas Perdagangan, Perindustrian, dan Tenaga Kerja (Disdagperinaker), Satuan Polisi Pamong Praja (Satpol PP), Perpustakaan Daerah (Perpusda), dan kantor lainnya yang dirobohkan dan direnovasi total dengan bangunan yang baru.

Ketika satu-persatu dari kantor-kantor tersebut sudah berdiri dengan bangunan yang baru, maka bisa menjadi integral, yakni menyatu sebagai satu-kesatuan kota. Hal tersebut dapat dilihat bahwa Kabupaten Karanganyar merupakan satu-satunya kabupaten/kota yang kompleks perkantorannya bisa menyatu dan terkumpul di pusat kota. Di sebelah selatan ada Kantor Bupati, di tengah-tengahnya ada Alun-Alun Karanganyar, dan di sebelah timur ada kompleks-kompleks perkantoran yang sudah berdiri megah.

Oleh karena itu, Bupati Karanganyar, Drs. H. Juliyatmono, S.E., M.M., juga mempunyai keinginan untuk merenovasi total Masjid Agung Karanganyar yang lama. Beliau beralasan, Kabupaten Karanganyar belum memiliki masjid yang megah, dan Masjid Agung Karanganyar yang lama sudah berusia tua. Beliau mempunyai cita-cita untuk

membangun masjid yang megah dan memiliki arsitektur bangunan yang mirip dengan Masjid Nabawi yang terletak di Kota Madinah, Arab Saudi. Renovasi Masjid Agung Karanganyar dimulai pada tanggal 18 November 2019 yang bertepatan dengan Hari Ulang Tahun Kabupaten Karanganyar yang ke-101 tahun, dan selesai pada awal tahun 2022.

Pada hari Jumat, 11 Maret 2022 Masjid Agung Karanganyar diresmikan oleh Bapak Presiden Indonesia, Ir. H. Joko Widodo. Dengan diresmikannya masjid tersebut, maka secara langsung difungsikan untuk pertama kalinya dengan melaksanakan shalat Jumat berjamaah dan Masjid Agung Karanganyar resmi berganti nama menjadi Masjid Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar.

Gambar 4. 2 Masjid Agung Madaniyah



Sumber: (*instagram @masjidagungmadaniyah*)

Filosofi dari nama Madaniyah merupakan sebuah tujuan utama yang dikaitkan dengan konsep masyarakat madani dari Nabi Muhammad SAW yang berhasil menyatukan umat di Kota Madinah. Konsep masyarakat yang madani tersebut ingin dibawa dan ditularkan kepada seluruh umat Islam yang ada di Kabupaten Karanganyar, yakni dengan cara mewadahi seluruh ormas-ormas Islam se-Kabupaten Karanganyar agar dapat hidup rukun, saling merekatkan, dan menjunjung tinggi nilai toleransi.

Masjid Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar diperkirakan mampu menampung sekitar 6.000 jamaah. Masjid ini memiliki bangunan yang megah dan suasana yang nyaman, serta ciri khas arsitektur bangunan yang menyerupai Masjid Nabawi di Kota Madinah. Di halaman depan masjid terdapat empat payung dengan tiang penyangga yang berjejer megah. Menariknya, empat payung utama tersebut mirip seperti bagian luar Masjid Nabawi. Masjid Agung Madaniyah juga memiliki empat buah menara dengan satu menara pandang yang dapat difungsikan sebagai daya tarik bagi para pengunjung dan jamaah.

## **2. Struktur Kepengurusan Masjid Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar**

Berdasarkan Surat Keputusan Bupati Karanganyar Nomor 450/32/2022 tentang Pembentukan Organisasi Pengelola Masjid Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar yang terdiri dari:

a. Dewan Pembina

Bertugas melaksanakan fungsi perumusan kebijakan dan pembinaan terhadap seluruh kegiatan pengelolaan Masjid Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar.

b. Penasehat

Bertugas membantu pelaksanaan tugas Dewan Pembina dengan memberikan pertimbangan dan masukan berkaitan dengan perumusan kebijakan dan operasional pengelolaan Masjid Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar.

c. Pengawas

Bertugas membantu pelaksanaan tugas Dewan Pembina dengan melaksanakan fungsi pengawasan terhadap pengelolaan Masjid Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar.

d. Badan Pengelola, yang terdiri dari:

1) Ketua :

Drs. H. Juliyatmono, S.E., M.M.

2) Wakil Ketua, terdiri dari:

a) Wakil Ketua 1 (Bidang Idaroh/Manajemen), membawahi:

(1) Seksi ZISWAH dan Layanan Sosial

(2) Seksi Humas dan Informasi

(3) Seksi Rumah Tangga :

- H. Sudaryono

- Drs. H. Sularno, M.Pd.

- b) Wakil Ketua 2 (Bidang Imaroh/Kemakmuran), membawahi:
  - (1) Seksi Peribadahan
  - (2) Seksi Pendidikan, Dakwah, dan PHBI
  - (3) Seksi Pemberdayaan Perempuan dan Keluarga Sakinah
  - (4) Seksi Pembinaan Kepemudaan
- c) Wakil Ketua 3 (Bidang Ri'ayah/Sarana), membawahi:
  - (1) Seksi Sarana dan Prasarana
  - (2) Seksi Kesehatan
  - (3) Seksi Keamanan

3) Sekretaris

4) Bendahara

Badan Pengelola Masjid mempunyai tugas sebagai berikut:

- 1) Menyusun kebijakan umum dan program kerja pengelolaan Masjid Agung Madaniyah.
- 2) Melaksanakan kegiatan pengelolaan Masjid Agung Madaniyah yang meliputi bidang Idaroh, Imaroh, dan Ri'ayah.
- 3) Menyampaikan laporan pelaksanaan pengelolaan Masjid Agung Madaniyah kepada Dewan Pembina.

### **3. Visi dan Misi Masjid Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar**

#### **a. Visi Masjid**

Menciptakan umat Islam Kabupaten Karanganyar yang Istiqomah.

#### **b. Misi Masjid**

- 1) Menyediakan tempat ibadah yang khusyu' dan nyaman.

- 2) Menjadikan Masjid Agung Madaniyah sebagai sentra kegiatan bagi umat Islam se-Kabupaten Karanganyar, sehingga dapat mewadahi seluruh ormas Islam yang berada di Kabupaten Karanganyar.

## **B. Hasil Penelitian**

### **1. *Destination Branding* di Masjid Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar sebagai Tujuan Wisata**

Sebagai pusat wisata religi baru di Kabupaten Karanganyar, tentunya Masjid Agung Madaniyah mempunyai keunikan dan keunggulan tersendiri. Masjid ini mempunyai potensi untuk menjadi destinasi wisata religi unggulan, khususnya di Provinsi Jawa Tengah. Oleh karena itu, untuk menunjukkan perbedaan daya saing dan keunggulan di sebuah destinasi wisata dengan destinasi lainnya, maka perlu dilakukan *branding*. Dalam artian, *branding* tersebut dapat didukung dengan segala elemen-elemen destinasi yang terdapat di Masjid Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar. Elemen-elemen tersebut dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

#### **a. Atraksi**

Atraksi merupakan daya tarik yang dapat melahirkan sebuah motivasi dan keinginan bagi wisatawan untuk mengunjungi destinasi wisata tertentu. Berdasarkan observasi dan wawancara yang dilakukan oleh peneliti, Masjid Agung Madaniyah Kabupaten

Karanganyar mempunyai daya tarik utama dan daya tarik pendukung. Unsur daya tarik tersebut, dapat berupa sebagai berikut:

1) Daya tarik utama

a) Menara pandang

Menara pandang Masjid Agung Madaniyah merupakan salah satu bangunan yang menjadi daya tarik utama di masjid ini. Menara ini memiliki tinggi sekitar 70 meter di atas permukaan laut. Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti dengan Bapak H. Sudaryono selaku Kepala Seksi Rumah Tangga Masjid Agung Madaniyah, beliau menyampaikan bahwa sekarang menara pandang di masjid ini sudah menjadi *icon* di Kabupaten Karanganyar.

“Kemudian yang agak spesialnya lagi, disini juga ada menara pandangnya. Nah, *niku sing paling* menjadi daya tarik. Jadi *icon* Kabupaten Karanganyar.”

Gambar 4. 3 Menara Pandang



Sumber: dokumentasi pribadi

Menara pandang Masjid Agung Madaniyah menjadi *spesial* karena mempunyai perbedaan dengan menara yang ada di Masjid Nabawi, Madinah. Menara di Masjid Nabawi hanya dijadikan untuk tempat *speaker* masjid, sedangkan menara pandang di Masjid Agung Madaniyah menjadi daya tarik untuk wisata religi bagi para pengunjung. Hal ini senada dengan pernyataan yang disampaikan oleh Staff Seksi Rumah Tangga, yakni Bapak Drs. H. Sularno, M.Pd. bahwa:

“Yang spesial kalau disini, ditambahin menara pandang. Kalau disana menaranya hanya menara mercusuar untuk tempat *speaker*, tapi kalau disini dikasih menara pandang, untuk wisata ringanlah sebagai wisata religi masjid.”

Menara pandang ini dibuka setiap hari, dengan jam operasional hari Senin sampai Jumat dari pukul 12.30 sampai dengan 20.30 WIB. Sementara, di waktu *weekend* dan hari libur nasional, dibuka mulai pukul 07.00 sampai dengan 20.30 WIB. Bagi pengunjung yang ingin menaiki menara pandang ini dikenakan biaya infaq sebesar Rp.5.000,-, dan setiap pengunjung diberikan waktu sekitar 10 menit ketika di menara pandang.

Gambar 4. 4 Puncak Menara Pandang



Sumber: dokumentasi pribadi

Melalui menara pandang ini, pengunjung bisa menikmati pemandangan Kabupaten Karanganyar setinggi 70 meter. Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti dengan petugas menara pandang Masjid Agung Madaniyah, Ibu Sri Lestari menyampaikan bahwa pengunjung yang naik ke menara pandang di hari biasa hanya sekitar 50 orang, tetapi jika di waktu *weekend* bisa mencapai 400 orang.

“Kalau di hari biasa, rata-rata kurang lebih *nggih* 50-an orang sehari, tapi itu mulai jam kerja 12.30 sampai 20.30 WIB ya. Tapi kalau hari libur seperti ini ya, *nggih* biasanya omzet itu kurang lebih *nggih* 1 juta lebihlah. *Iki* tak kira-kira aja *nggih*. Berarti kan banyaknya 200 pengunjung yang naik ke menara pandang. Kalau *weekend* itu kan *nggih* rata-rata sekitar 400 pengunjung.”

b) Arsitektur dan ornamen masjid

Masjid Agung Madaniyah dibangun dengan desain yang menyerupai Masjid Nabawi di Kota Madinah. Desain yang mirip Masjid Nabawi ini menjadi daya tarik bagi para pengunjung. Bapak Bupati Karanganyar memang mempunyai cita-cita dan keinginan untuk membangun Masjid Agung Madaniyah ini yang secara ruh dikaitkan dengan Masjid Nabawi. Maka dari itu, semaksimal mungkin pernak-pernik yang ada di dalamnya dimiripkan dengan Masjid Nabawi. Hal tersebut diperkuat oleh pendapat dari Bapak Drs. H. Sularno, M.Pd. yang mengungkapkan bahwa,

“Jadi memang ruh awal dari *nawaitu-nya* pak Yuli (Bupati Karanganyar) itu karena pak Yuli juga politikus yang cukup merakyat, sehingga ingin menamakan ini Masjid Agung Madaniyah, itu secara ruh *dicantolkan* ke Masjid Nabawi, di Kota Madinah, maka pernak-pernik di dalamnya itu sebisa mungkin dimiripkan dengan Masjid Nabawi.”

*Pertama*, mulai dari kontruksi bangunan empat buah payung utama di halaman depan masjid. Empat buah payung utama ini terletak di halaman depan masjid. Payung utama tersebut menjadi daya tarik karena ketika para pengunjung datang di sekitar kawasan masjid, langsung disuguhkan oleh keindahan payung utama ini.

Gambar 4. 5 Payung Utama



Sumber: dokumentasi pribadi

Walaupun baru dibangun empat buah, tetapi pihak pengelola telah merencanakan konstruksi payung utama akan ditambah di bagian kanan dan kiri halaman masjid. Jadi, payung-payung utama ini akan mengelilingi pelataran masjid. Bapak H. Sudaryono mengatakan bahwa,

“Payung utama nanti itu ditambah, itu baru ada 4 unit. Nanti payung-payung itu bakal mengelilingi pelataran masjid. Sudah ada tempatnya, nanti tinggal pasang kalau sudah ada *duit*. Jadi nanti bakal ada perkembangannya di masjid.”

*Kedua*, adanya sembilan pintu utama yang besar. Pintu utama masjid ini dibangun dengan kayu gaharu. Bahkan kayu gaharu untuk Masjid Agung Madaniyah ini didatangkan langsung dari Arab Saudi.

Gambar 4. 6 Pintu Utama

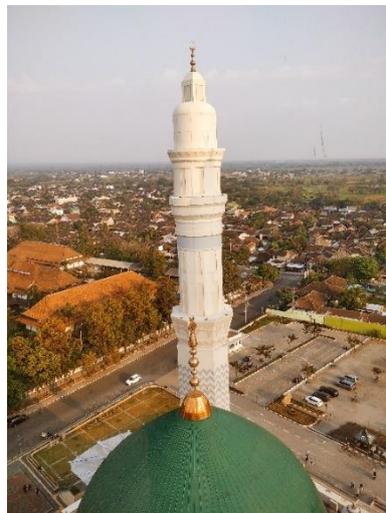


Sumber: dokumentasi pribadi

Sembilan pintu utama tersebut juga dilapisi dengan ornamen-ornamen berwarna emas yang menjadikannya terkesan mewah.

*Ketiga*, kubah utama masjid. Kubah Masjid Agung Madaniyah mempunyai bentuk yang cukup besar dan berwarna hijau.

Gambar 4. 7 Kubah Masjid



Sumber: dokumentasi pribadi

Kubah utama ini juga menjadi daya tarik karena memiliki korelasi dengan kubah Masjid Nabawi. Tetapi perbedaannya, Masjid Nabawi memiliki banyak kubah, dan yang berwarna hijau dikhususkan berada di atasnya makam Nabi Muhammad SAW. Sedangkan di Masjid Agung Madaniyah, kubah utamanya hanya terdapat satu kubah utama yang berada di atasnya tempat jamaah untuk beribadah shalat. Hal tersebut disampaikan langsung oleh Bapak Drs. H. Sularno, M.Pd.,

“Cuman kalau disana kubahnya ada banyak. Yang kubah hijau itu khusus di atas makamnya Kanjeng Nabi. Tapi kalau disini, karena masjidnya tidak seluas Masjid Nabawi, maka yang di kubah hijau satu-satunya itu.”

*Keempat*, bentuk lengkungan dan tiang penyangga. Bentuk lengkungan-lengkungan yang ada di Masjid Agung Madaniyah merupakan bentuk lengkungan ala Mesir.

Gambar 4. 8 Lengkungan-Lengkungan



Sumber: dokumentasi pribadi

Lengkungan yang berwarna hitam putih ini juga mirip bentuk lengkungan di Masjid Nabawi yang arsitekturnya khas Mesir kuno. Hal tersebut juga disampaikan langsung oleh Bapak Drs. H. Sularno, M.Pd.,

*“Plekungan-plekungan itu, itu kan plengkungan itu ala Mesir. Jadi, Masjid Nabawi dulu itu arsitekturnya dari Mesir. Plekungan yang dikasih hitam putih itu ala Mesir kuno, nah disini sama mengikuti yang ada di Masjid Nabawi.”*

*Kelima*, mihrab (tempat imam). Mihrab di Masjid Agung Madaniyah juga mempunyai bentuk yang mirip dengan mihrab di Masjid Nabawi, beserta kaligrafi-kaligrafi yang tertulis dan ornamen gambar-gambarnya.

Gambar 4. 9 Mihrab (Tempat Imam)



Sumber: dokumentasi pribadi

Perbedaannya terletak pada arah mihrabnya. Di Masjid Nabawi mihrabnya menghadap ke selatan, karena Kota Madinah terletak di sebelah utara Kota Mekah. Sedangkan, di Masjid Agung Madaniyah mihrabnya menghadap ke arah kiblat, yakni ke Ka'bah di Masjidil Haram.

*Keenam*, karpet utama untuk shalat. Karpet di Masjid Agung Madaniyah ini berwarna merah, yang hampir sama juga dengan karpet di Masjid Nabawi.

Gambar 4. 10 Karpet Utama



Sumber: dokumentasi pribadi

Tetapi terdapat sedikit perbedaan pada warna karpet di Masjid Nabawi yang sedikit berwarna hijau karena disana terdapat makam Nabi Muhammad SAW yang bernama Raudhah. Bapak Drs. H. Sularno, M.Pd., menyampaikan bahwa,

“Karpas dipilih karpas warna merah, sama juga dengan di Masjid Nabawi, cuman kalau disana ada sedikit yang hijau, yang itu Raudhah (tempat makam Kanjeng Nabi), Raudhah itu taman surga. Kalau disini kan *ndak ada*, karena tidak ada makamnya.”

c) Letak yang strategis

Masjid Agung Madaniyah terletak di tengah-tengah pusat kota Karanganyar. Masjid ini berada di sebelah barat kantor pemerintahan dan Alun-Alun Kabupaten Karanganyar. Hal ini menjadikan masjid ini mudah untuk dijangkau oleh pengunjung yang ingin datang kesini.

Gambar 4. 11 Alun-Alun Kabupaten Karanganyar



Sumber: (*instagram @masjidagungmadaniyah*)

Selain melakukan perjalanan wisata religi, pengunjung bisa juga wisata kuliner dengan menikmati produk-produk UMKM di sekitar Alun-Alun Kabupaten Karanganyar. Bapak H. Sudaryono juga menyampaikan hal yang sama bahwa,

“Di tengah-tengah kota, dekat kantor pemerintahan, dekat alun-alun. Yang namanya pengunjung itu langsung turun bus, tidak langsung ke masjid *malah* ke alun-alun dulu. Ya, tapi juga tinggal waktu, kalau waktunya shalat dulu, ya shalat dulu baru ke alun-alun. Tapi kalau waktunya sambil menunggu shalat, ke alun-alun dulu baru shalat. Terus nanti juga naik ke menara pandang. Ya memang banyak pilihan.”

## 2) Daya tarik pendukung

Selain fungsinya sebagai tempat ibadah, Masjid Agung Madaniyah juga mempunyai fungsi lain sebagai sentra berbagai kegiatan dan *event-event*. Hal ini juga merupakan keinginan dari Bapak Bupati Karanganyar yang ingin menjadikan masjid ini mempunyai tujuan-tujuan yang lebih besar dalam jangka panjang. Pernyataan tersebut disampaikan langsung oleh Bapak Drs. H. Sularno, M.Pd.,

“*Dados*, karena memang masjid ini cukup besar, tapi tujuannya jauh lebih besar. Sehingga yang di lantai bawah ini maunya Pak Bupati untuk menjangkau tujuan-tujuan yang lebih besar jangka panjang.”

Kegiatan yang dapat diselenggarakan di masjid ini berupa kegiatan keagamaan, kegiatan umum, dan *event-event* yang bernuansa Islami. Misalnya, sebagai berikut:

### a) Kajian Ahad Pagi

Masjid Agung Madaniyah mengadakan kajian Ahad Pagi, yang dimulai pada pukul 06.00 sampai dengan 07.00 WIB. Sistem dari kajian Ahad Pagi ini dilakukan dengan cara mendatangkan ustadz-ustadz, Habib, Syeikh, dan tokoh

ulama yang berasal dari ormas-ormas Islam di Kabupaten Karanganyar.

Gambar 4. 12 Kajian Ahad Pagi



Sumber: dokumentasi pribadi

Mulai di minggu pertama pembicara kajian Ahad Pagi didatangkan dari MTA, minggu kedua dari Muhammadiyah, minggu ketiga dari Nahdlatul Ulama, minggu keempat dari LDII, dan minggu kelima mendatangkan dari tokoh umum. Tujuan dari diadakannya kajian Ahad Pagi yang pembicaranya bergantian setiap minggunya, adalah sebagai bentuk upaya untuk merekatkan dan mewedahi seluruh umat Islam di Kabupaten Karanganyar. Hal tersebut disampaikan langsung oleh Bapak H. Sudaryono,

*“Dadi diurutke, biar ngga ada kesan kui masjide pemerintah, ora oleh dinggo opo-opo. Jadi semua elemen masyarakat, dari berbagai ormas Islam harus diwadahi, biar raket, tidak pandang siapa itu, harus toleransi.”*

b) Kajian Kamis Pagi dan Jumat Pagi

Setiap Kamis pagi diadakan Pengajian dari Majelis Taklim Jamaah Azkadina. Jamaah Azkadina ini berpusat di Kecamatan Jaten. Kajian ini dilaksanakan mulai pukul 08.00 sampai 10.00 WIB. Kemudian, setiap hari Jumat ketiga, ada Pengajian dari ibu-ibu Majelis Taklim Perempuan IPHI, dan setiap hari Jumat keempat diadakan Pengajian dari MDP (Majelis Dzikir Perempuan).

c) Manasik Haji KBIHU

Kegiatan manasik haji ini dilaksanakan setiap hari Sabtu pagi pukul 06.00 sampai 09.00 WIB di ruangan Kantor Sekretariat KBIHU Masjid Agung Madaniyah.

d) Ikhtikaf dan Nuzulul Qur'an di Bulan Ramadhan

Kegiatan bulan Ramadhan di Masjid Agung Madaniyah selama dua tahun ini juga berjalan dengan lancar. Bahkan antusias dari jamaah meningkat ketika melaksanakan ikhtikaf di masjid ini. Pada tahun 2023 ini, pihak takmir Masjid Agung Madaniyah mendatangkan imam dari Palestina pada peringatan malam Nuzulul Qur'an, dan pada tahun sebelumnya mendatangkan imam dari Oman. Bapak H. Sudaryono menjelaskan,

“Terus kegiatan Bulan Ramadhan kemarin juga lancar, banyak yang ikhtikaf. Ikhtikafnya naik terus, hari ke 20, 21, terus naik-naik terus itu. Itu kemarin waktu Nuzulul

Qur'an menghadirkan imamnya dari Palestina, kalau tahun 2022 waktu itu dari Oman.”

e) *Event Muharam Fair*

*Event Muharam Fair* merupakan kegiatan promosi produk-produk UMKM yang bernuansa Islami dan syariah. *Event* ini diprakarsai oleh Pemerintah Kabupaten Karanganyar, yang dilaksanakan selama tiga hari.

*Gambar 4. 13 Event Muharam Fair*



Sumber: dokumentasi pribadi

Walaupun baru sekali dilaksanakan di Masjid Agung Madaniyah, tetapi pengunjung yang datang ke *event Muharam Fair* cukup antusias untuk membeli produk-produk yang ditawarkan.

f) *Wedding dan Pre-Wedding*

Kegiatan untuk hajatan pernikahan juga bisa dilaksanakan di Masjid Agung Madaniyah. Mulai dari foto *Pre-Wedding*, akad nikah, dan acara resepsi. Untuk foto *Pre-Wedding* bisa dilakukan di seluruh halaman di setiap sudut bangunan masjid.

Sementara untuk akad nikah berlangsung di lantai dua tempat utama shalat, dan acara resepsinya dilaksanakan di ruang Aula Utama Masjid Agung Madaniyah. Kegiatan akad dan resepsi ini harus selesai sebelum waktu shalat Dzuhur dimulai.

Dari semua daya tarik utama dan pendukung di atas, tidak mengganggu fungsi dan tujuan utama Masjid Agung Madaniyah sebagai tempat ibadah, justru hal tersebut yang membuat masjid ini menjadi makmur. Ketika sebuah masjid menjadi makmur, maka masjid tersebut akan semakin ramai dan terkenal. Hal tersebut senada dengan pernyataan yang disampaikan oleh Bapak H. Sudaryono,

“Justru kemakmuran masjid itu dari situ. Setelah ada kunjungan dari berbagai penjuru, dan adanya berbagai kegiatan, masjid ini menjadi makmur. Makmurnya makmur ibadah juga. Jadi *mboten ganggu*. Sampai saat ini, belum ada keluhan tentang *wong duwe gawe* mengganggu, *wong piknik* mengganggu. *Event soyo meneh* enggak. *Malah seneng, gapapa mas*. Semakin ramai, semakin *seneng*, semakin terkenal.”

b. Amenitas

Amenitas merupakan fasilitas sarana dan prasana pendukung yang terdapat di sebuah objek wisata. Bentuk fasilitas tersebut akan membantu wisatawan dalam mencukupi kebutuhannya selama berada di objek wisata tertentu. Berdasarkan observasi dan wawancara yang dilakukan oleh peneliti, Masjid Agung Madaniyah

Kabupaten Karanganyar memiliki fasilitas yang cukup memadai.

Fasilitas tersebut, mulai dari:

1) Fasilitas tempat untuk shalat

Bagian lantai 2 dari Masjid Agung Madaniyah merupakan area utama untuk jamaah melaksanakan ibadah shalat. Apabila digabung dengan tempat shalat yang ada di lantai 3, masjid ini bisa menampung sekitar 6.000 jamaah.

Gambar 4. 14 Tempat jamaah shalat



Sumber: dokumentasi pribadi

Tempat shalat ini sudah dilengkapi dengan karpet utama yang berjejer rapi di setiap shafnya. Setiap shafnya bisa terdiri 120 orang. Di area utama untuk shalat juga sudah dilengkapi dengan mimbar, *mic*, dan *speaker*. Untuk perawatan kebersihan di tempat shalat ini dilakukan setiap hari oleh marbot yang bertugas.

## 2) Fasilitas ruangan dan kantor

### a) Kantor Pengelola dan Takmir

Kantor ini berada di sebelah timur menara pandang Masjid Agung Madaniyah. Di ruangan ini terdapat meja kantor khusus untuk para takmir di masjid ini, yaitu Bapak H. Sudaryono dan Bapak Drs. H. Sularno, M.Pd. Terdapat juga layar untuk memantau CCTV yang terdapat di setiap sudut masjid.

Gambar 4. 15 Kantor Pengelola dan Takmir



Sumber: dokumentasi pribadi

Melalui kantor takmir ini, pengunjung dapat bertemu dengan pengelola dan takmir untuk hal yang berhubungan dengan administrasi dan izin terkait penggunaan semua fasilitas masjid untuk berbagai kegiatan.

### b) Ruang Ketua Takmir

Ketua Takmir Masjid Agung Madaniyah adalah Bapak Drs. H. Juliyatmono, S.E., M.M., yang merupakan Bupati Karanganyar saat ini. Seusai beliau menyelesaikan masa

jabatannya sebagai Bupati Karanganyar, maka beliau akan mempunyai kantor di Masjid Agung Madaniyah sebagai ketua takmir. Hal tersebut disampaikan oleh Bapak Drs. H. Sularno, M.Pd.,

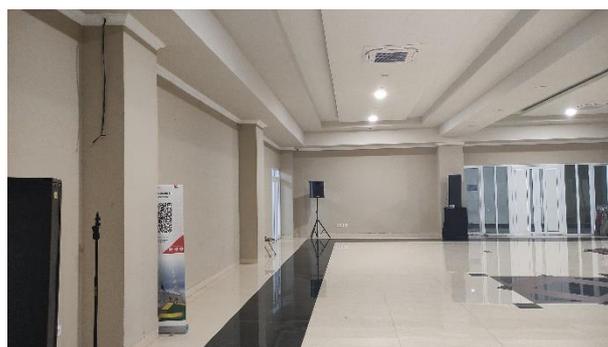
“Kemudian, seperti Pak Bupati ketika lengser dari Bupati, itu kan memang ketua takmirnya sini, nah dia mau mengantor disini, ini sudah kita *setting*, tapi belum dipakai juga.”

Ruangan ini berada di sebelah selatan *lift* laki-laki, atau di sebelah timur koridor laki-laki.

c) Aula Utama

Aula Utama Masjid Agung Madaniyah dapat digunakan untuk menyelenggarakan berbagai kegiatan. Mulai dari kegiatan *wedding* atau resepsi pernikahan, seminar, *workshop*, lokakarya, simposium, dan lain-lain.

Gambar 4. 16 Aula Utama



Sumber: dokumentasi pribadi

Aula ini dapat menampung sekitar 600 orang, dan biaya kontibusi dari pemakaian aula untuk acara *wedding* sekitar

30 juta sampai 35 juta rupiah. Pernyataan tersebut disampaikan oleh Bapak H. Sudaryono,

“Kalau *weddingnya* bisa di Aula, bisa menampung tamu undangan sekitar 500 sampai 800 orang. Kalau di dalam aula hanya 600, tapi kalau sampai di luar bisa sekitar 800 orang. Untuk biaya kontribusi dari pemakaian aula buat acara *wedding* sekitar 30 sampai 35 juta, sudah *include* semuanya.”

d) Ruang transit

Ruang transit digunakan apabila ada tamu VIP yang hadir ke Masjid Agung Madaniyah, misalnya dari Bapak Bupati yang datang bersama Muspida, pemateri atau pembicara kajian, dan tokoh-tokoh penting lainnya.

Gambar 4. 17 Ruang Transit



Sumber: dokumentasi pribadi

e) Perpustakaan Masjid

Saat ini, perpustakaan Masjid Agung Madaniyah baru terisi sebuah Al-Qur'an raksasa yang berukuran 1,5 meter x 2 meter. Huruf pertama dan terakhir dalam Al-Qur'an

tersebut ditulis langsung oleh Bapak Bupati Karanganyar.

Bapak H. Sudaryono mengatakan bahwa,

“Kalau kantor perpustakaan sudah ada tapi baru terisi Al-Qur’an raksasa, tulisan tangan yang huruf pertama dari Pak Bupati, yang huruf terakhir juga dari Pak Bupati.”

Dalam perkembangannya, pihak pengelola akan melengkapi perpustakaan tersebut dengan rak buku beserta buku-buku sejarah Islam.

f) Kantor Sekretariat KBIHU

Kantor Sekretariat KBIHU Masjid Agung Madaniyah digunakan sebagai sekretariat persiapan manasik haji dan umrah. Bapak H. Sudaryono menjelaskan bahwa,

“Kantor Sekretariat KBIHU yang digunakan untuk manasik haji dan umrah, terkait persiapan. Jadi setiap tahun, manasik terus. Tahun ini sudah berangkat kan, nah ini sudah mulai lagi untuk yang tahun berikutnya lagi.”

Gambar 4. 18 Kantor Sekretariat KBIHU



Sumber: dokumentasi pribadi

Jam operasional kantor ini setiap hari, tetapi untuk jadwal manasiknya setiap hari Sabtu mulai pukul 06.00 sampai dengan 09.00 WIB.

g) Pos keamanan

Pos keamanan digunakan sebagai *cross check* atau laporan keluar masuknya setiap pengunjung yang datang ke Masjid Agung Madaniyah. Pengunjung harus melaporkan terkait jumlah rombongan, asal daerah, dan kepentingannya untuk datang ke masjid ini.

Gambar 4. 19 Pos keamanan



Sumber: dokumentasi pribadi

Sebagai langkah dalam pengembangan fasilitas ruangan dan kantor di Masjid Agung Madaniyah, pihak pengelola dan takmir telah merencanakan akan menambahkan ruangan untuk kantor MUI, kantor Baznas, kantor DMI (Dewan Masjid Indonesia), dan koperasi. Hal itu disampaikan oleh Bapak H. Sudaryono,

“Ada kantor MUI, ada kantor Baznas, ada kantor DMI (Dewan Masjid Indonesia), rencana juga ada koperasinya juga. Jadi semua ruangan yang ada disini memang sebenarnya untuk kantor, tapi sampai saat ini memang belum seluruhnya dipakai.”

### 3) Fasilitas tempat wudhu, toilet, dan *lift*

Jika ditotal dari keseluruhan tempat wudhu yang ada di Masjid Agung Madaniyah, terdapat 221 kran air sebagai tempat wudhu untuk laki-laki maupun perempuan. Tempat wudhu di masjid ini ada juga yang dilengkapi dengan tempat duduk dan pegangan tangan. Terdapat juga fasilitas tempat wudhu khusus difabel dan lansia.

Letak tempat wudhupun terbagi menjadi 2, ada yang di lantai atas (*outdoor*) khusus jamaah laki-laki dan di lantai bawah (*indoor*) untuk jamaah laki-laki, perempuan, serta khusus difabel dan lansia.

Gambar 4. 20 Tempat Wudhu



Sumber: dokumentasi pribadi

Fasilitas seperti toilet di masjid ini juga sudah memadai. Sama seperti tempat wudhu, terdapat toilet yang khusus untuk difabel dan lansia. Perawatan kebersihan tempat wudhu dan toilet dilakukan rutin setiap hari oleh petugas *cleaning service*.

Gambar 4. 21 Lift



Sumber: dokumentasi pribadi

Di masjid ini juga sudah terdapat *lift* untuk para jamaah, baik laki-laki dan perempuan. Fasilitas *lift* ini digunakan untuk menuju ke tempat jamaah shalat yang ada di lantai 2 dan 3.

#### 4) Fasilitas tempat parkir

Tempat parkir di Masjid Agung Madaniyah memiliki luas sekitar 7.086 m<sup>2</sup>, dan terbagi menjadi 3 bagian, yakni tempat parkir untuk motor, mobil, dan kendaraan besar (bus dan minibus). Pengunjung akan dikenakan tarif parkir kendaraan sebesar Rp.2.000,- bagi pengendara motor, Rp.3.000,- bagi pengendara mobil, dan rombongan bus sebesar Rp.5.000,-.

Gambar 4. 22 Tempat Parkir



Sumber: dokumentasi pribadi

#### 5) Sarana dan prasana

Sarana dan prasana yang terdapat di Masjid Agung Madaniyah meliputi Al-Qur'an, mukena, sarung, kursi lipat untuk jamaah shalat, sekat-sekat antara jamaah ikhwan dan akhwat, karpet utama, mimbar, *mic*, LCD, tanda arah di lokasi masjid, 24 buah CCTV yang terpasang di setiap sudut ruang masjid, dan lain-lain.

Gambar 4. 23 Sarana prasana



Sumber: dokumentasi pribadi

Pihak takmir dan pengelola juga berupaya untuk mendukung Masjid Agung Madaniyah agar menjadi destinasi wisata religi unggulan, dengan mengembangkan fasilitas pendukung lainnya seperti minimarket, tempat kuliner, pusat oleh-oleh, dan tempat parkir bus besar. Hal itu diungkapkan oleh Bapak Drs. H. Sularno, M.Pd.,

“Kalau saya melihat, jadi misalnya seperti swalayan, atau paling tidak minimarket, kemudian tempat kuliner, itu belum. Tapi memang direncanakan. SLB itu nantinya mau digusur, mau dijadikan sebagai tempat kuliner dan pusat oleh-oleh. Sehingga pengunjung itu sekali datang kesini, ya bisa makan, bisa beli oleh-oleh. Termasuk

Kodim 027 Karanganyar ini mau digusur juga untuk akses parkir bus-bus besar. Sementara ini parkir bus besar kan masih di luar, belum masuk, meskipun kalau masuk bisa, cuma ketika *zig zag* mobil itu masih agak kesulitan. Beda kalau Kodim nanti jadi digusur, bus parkir disitu bisa leluasa sekali.”

c. Aksesibilitas

Aksesibilitas merupakan hal-hal yang berhubungan dengan sarana kemudahan yang diberikan kepada wisatawan untuk mencapai suatu destinasi maupun tujuan wisata terkait. Aksesibilitas tidak hanya menyangkut kemudahan transportasi bagi wisatawan untuk mencapai sebuah destinasi tertentu, namun juga waktu yang dibutuhkan, tanda penunjuk arah menuju lokasi wisata, sistem informasi (termasuk *website* dan media sosial), dan sebagainya.

Berdasarkan observasi dan wawancara yang dilakukan peneliti, aksesibilitas untuk menuju ke Masjid Agung Madaniyah dapat diuraikan sebagai berikut:

1) Infrastruktur jalan raya

Salah satu keunggulan dari Masjid Agung Madaniyah adalah letaknya yang strategis yang berada di tengah-tengah kota. Hal ini membuat masjid ini sangat mudah dijangkau oleh pengunjung dengan infrastruktur jalan raya yang sudah memadai.

Misalnya, akses jalan raya dari arah barat, pengunjung bisa menyusuri Jalan Lawu Karanganyar yang merupakan jalan utama. Hal serupa juga terjadi jika dari arah timur, pengunjung

bisa mengikuti Jalan Raya Solo-Tawangmangu sampai ke Jalan Lawu. Apabila sudah sampai di pusat kota, maka menara pandang Masjid Agung Madaniyah akan kelihatan dari jauh.

Gambar 4. 24 Akses jalan keluar masuk masjid sebelah barat



Sumber: dokumentasi pribadi

Akses untuk keluar masuk masjid juga sudah memadai, terbukti dengan adanya 2 gerbang masuk dan keluar kendaraan yang bisa difungsikan setiap saat, yakni gerbang di sebelah timur dan gerbang di sebelah barat. Bapak Drs. H. Sularno, M.Pd., menyampaikan bahwa,

“Termasuk yang belakang ada 2 akses, dari utara itu terusannya ke barat ada, yang selatan terusannya ke barat juga ada. Termasuk jalan yang belakang sekarang sudah dilebarkan, diaspal bagus oleh Pak Bupati. Untuk gerbang yang arah barat hanya digunakan ketika misalnya Idul Fitri, Idul Adha. Jamaahnya kan puluhan ribu, dan tidak pakai tarif parkir. Nah, ketika *bubaran* itu bisa keluarnya lewat pintu barat sebelah selatan, dan pintu barat sebelah utara, ya insidental.”

## 2) Rambu penunjuk arah menuju masjid

Berbeda halnya dengan infrastruktur jalan raya yang sudah memadai, rambu penunjuk jalan menuju Masjid Agung Madaniyah masih kurang. Rambu penunjuk jalan sangat penting dan seharusnya ada papan besar yang menunjukkan arah ke Masjid Agung Madaniyah di sepanjang ruas Jalan Raya Solo-Tawangmangu dan Jalan Lawu.

Namun, karena menara pandang masjid ini cukup tinggi, maka hal tersebut membuat lokasi Masjid Agung Madaniyah kelihatan dari jauh, jika pengunjung sudah berada di sekitar pusat kota Karanganyar. Hal tersebut juga disampaikan oleh Bapak Drs. H. Sularno, M.Pd.,

“Kalau penunjuk arah dari akses Jalan Lawu, jalan utama, maupun jalan lingkar, saya sendiri merasa masih kurang. Jadi, seharusnya ketika dari Jalan Lawu mau belok ke selatan kan harusnya ada *nambor* besar Masjid Agung Madaniyah Karanganyar, mana. Terus termasuk dari jalan lingkar selatan itu kayaknya juga belum ada. Jadi, penunjuk jalan atau apa ya rambu penunjuk arah, saya rasa masih kurang. Hanya kebetulan karena menara pandang kita cukup tinggi, 70 meter, maka dari jauh nampak. Tapi sebetulnya dari akses jalan, penunjuknya yang kurang.”

## 3) Sistem informasi

Saat ini, sistem informasi yang berupa *website* Masjid Agung Madaniyah memang belum tersedia dan sedang dalam tahap pengerjaan oleh pengelola masjid. Tetapi, Bapak H. Sudaryono menyampaikan bahwa,

“Walaupun disini belum meluncurkan *web-nya*, tapi dari media sosial masing-masing takmir punya *toh*, itu sudah sampai mana-mana. Belum ada media *web-nya* tapi sudah langsung terkenal.”

Sementara, untuk media sosial Masjid Agung Madaniyah sudah tersedia, berupa akun instagram yakni @masjidagungmadaniyah. Akun tersebut berisi mengenai informasi seputar Masjid Agung Madaniyah. Hal tersebut menjadikan Masjid Agung Madaniyah semakin dikenal karena adanya postingan-postingan yang ada di media sosial.

## **2. Tanggapan Pengunjung terhadap *Destination Branding* di Masjid Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar**

Pada dasarnya, elemen-elemen dari *Destination Branding* di Masjid Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar bertujuan untuk membantu wisatawan dalam mengetahui perbedaan yang sebenarnya dari sebuah destinasi wisata dengan destinasi pesaingnya. Elemen-elemen dari *Destination Branding* tersebut juga dapat memberikan ekspektasi dari pengalaman perjalanan bagi para wisatawan yang berkunjung ke Masjid Agung Madaniyah. Oleh karena itu, elemen-elemen seperti atraksi (daya tarik), amenitas (fasilitas), dan aksesibilitas akan berpengaruh terhadap persepsi setiap pengunjung yang datang.

Untuk mengetahui pengalaman, persepsi, dan pendapat terhadap *Destination Branding* Masjid Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar, maka peneliti telah melakukan wawancara dengan beberapa pengunjung dan jamaah yang datang ke Masjid Agung

Madaniyah. Persepsi dari pengunjung tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

- 1) Daya tarik utama dari Masjid Agung Madaniyah adalah desain arsitektur bangunannya.

Masjid Agung Madaniyah yang berdiri megah dan tinggi memiliki desain arsitektur bangunan yang menyerupai Masjid Nabawi yang ada di Kota Madinah, Arab Saudi. Adanya konstruksi bangunan empat payung utama di halaman depan dan sembilan pintu utama berhasil memberikan kesan estetika dan pesan kolosal. Hal tersebut disampaikan oleh salah satu pengunjung yang bernama Ismail Ardi yang menyampaikan bahwa,

“Yang membuat saya tertarik untuk berkunjung ke Masjid Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar ialah kemegahan dan keestetikan dari bangunan maupun ornamen masjid yang khas masjid bergaya Timur Tengah termegah di Jawa Tengah, juga karena desain arsitekturnya mereplikasi Masjid Nabawi di Madinah, Arab Saudi. Masjid ini memiliki empat payung yang ada di depan masjid, dan yang keempat itu sembilan pintu yang besar, yang memberikan kesan kolosal.”

Bahkan bisa dikatakan Masjid Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar ini sebagai miniaturnya Masjid Nabawi. Hal tersebut merupakan salah satu ketertarikan pengunjung untuk datang ke masjid ini, yang disampaikan oleh Bapak K.H. Ahmad Rosyidi,

“Luar biasa, Masjid Agung Madaniyah ini arsitekturnya ala Arab, ala Masjid Nabawi Madinah. Kontruksinya bagus, tinggi, indah, megah. Makanya saya tertarik. Lantas sebelum orang ke Madinah, mungkin dengan adanya rangsangan miniaturnya Masjid Nabawi ini.”

Terlebih lagi, bagi orang yang belum berkesempatan untuk melakukan perjalanan ibadah Umrah dan Haji, maka didirikanlah Masjid Agung Madaniyah ini sebagai pengalaman dan perjalanan wisata religi sebelum ke Madinah. Selain sebagai tempat ibadah dan wisata religi, masjid ini juga dijadikan sebagai daya tarik wisata edukasi bagi siswa-siswi yang masih duduk di bangku sekolah dasar. Hal tersebut disampaikan oleh salah satu pengunjung yang merupakan seorang guru dari Sekolah Dasar Aisyiah Unggulan Gemolong, Sragen, yakni Bapak Heri Kuswanto,

“Saya kira ini juga mengadopsi yang ada di Madinah, mungkin juga miniaturnya atau tiruannya yang luar biasa. Ini menjadi fenomena tersendiri di Karanganyar, khususnya kabupaten saya sendiri. Ini daya tarik yang luar biasa untuk wisata religi, dan juga wisata edukasi untuk mengenalkan masjid yang ada di Madinah yang di Karanganyar. Yang kedua, merupakan pendidikan karakter agama, shalat berjamaah dengan cara kita qasar jama’, karena kita perjalanan jauh juga. Anak-anak kita edukasi untuk shalat berjamaah dan juga shalat jama’, terlebih di masjid yang luar biasa ini.”

Pengunjung juga dapat merasakan pengalaman spiritual mereka ketika datang ke Masjid Agung Madaniyah, karena mendengar lantunan suara adzan yang juga mirip dengan suara adzan di Masjid Nabawi. Pengalaman spiritual tersebut dirasakan langsung oleh saudara Ismail Ardi yang mengungkapkan bahwa,

“Apalagi suara adzan dan imam Masjid Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar hebat dan indah suaranya. Suaranya sangat mirip dengan suara adzan di Masjid Nabawi, Madinah.”

- 2) Menara pandang sebagai bonus perjalanan wisata religi di Masjid Agung Madaniyah.

Melalui menara pandang ini, pengunjung mendapatkan bonus kunjungan wisata religinya dengan bisa menikmati keindahan Masjid Agung Madaniyah dari atas dan dapat merasakan sensasi melihat pemandangan Kabupaten Karanganyar dari ketinggian sekitar 70 meter.

Salah satu pengalaman pengunjung ketika naik ke menara pandang Masjid Agung Madaniyah dirasakan oleh Bapak K.H. Ahmad Rosyidi bersama rombongan Jamaah Qodarullah dari Banyuwangi, yang berhasil menikmati kemegahan masjid dan melihat pemandangan kota dari puncak menara pandang. Beliau menyampaikan bahwa,

“Jadi saya penasaran dan sebenarnya ini bukan jalur kami, dan ini tidak direncanakan, karena tadi dapat ilmu spontan dari salah satu orang. Saya sendiri merasa puas dan berkesan berkunjung kesini. MasyaAllah bagus sekali, luar biasa. Pemandangan dari keseluruhan dapat dilihat dari menara pandang ini.”

- 3) Masjid Agung Madaniyah merupakan masjid yang multifungsional.

Masjid ini tidak hanya sebagai tempat ibadah dan wisata religi, namun juga sebagai sentra berbagai kegiatan keagamaan (kajian, pelatihan manasik haji dan umrah, pengajian akbar, peringatan hari besar umat Muslim). Salah satu pengunjung yang hadir dalam kegiatan kajian Ahad Pagi, yakni saudara Ismail Ardi juga menyampaikan bahwa,

“Lantai dasar dipakai untuk perkantoran, ruang pertemuan, dan berbagai kegiatan. Kemudian di tengah-tengah ada aula untuk penyelenggaraan acara konvensi.”

Selain kegiatan keagamaan, masjid ini juga dapat digunakan untuk kegiatan pernikahan mulai dari foto *pre-wedding*, akad nikah, dan resepsi, serta *event-event* yang bernuansa Islami dapat diselenggarakan di masjid ini.

- 4) Fasilitas sarana dan prasana di Masjid Agung Madaniyah sudah cukup memadai.

Fasilitas sarana dan prasana yang terdapat di Masjid Agung Madaniyah, mulai dari tempat jamaah shalat yang cukup luas, ruangan-ruangan yang dapat digunakan untuk berbagai kegiatan, tersedianya tempat wudhu beserta toilet, adanya *lift*, tempat parkir, dan sarana prasana seperti Al-Qur'an, mukena, sarung, karpet utama, mimbar, *mic* dan *speaker*, pos keamanan beserta CCTV, dan lain-lain.

Salah satu pengunjung, yakni Bapak K.H. Ahmad Rosyidi juga menyampaikan bahwa dengan adanya fasilitas yang lengkap, maka akan membuat orang merasakan kenyamanan dalam beribadah di masjid ini. Beliau menyampaikan bahwa,

“Dengan semua fasilitas yang lengkap, tempat wudhu yang luar biasa. Ya beginilah salah satu untuk umat Islam supaya mau shalat. Sirkulasi udaranya juga nyaman, enak, sejuk. Dengan salah satu untuk membangkitkan, merangsang orang-orang ingin datang ke masjid, apalagi ditambahi perpustakaan. Dengan adanya perpustakaan kan juga bisa menambah ilmu-ilmu. Jadi ada rangsangan-rangsangan anak-anak kawula muda ingin membaca buku.”

Beliau juga menjelaskan terkait fasilitas tempat parkir yang berada di halaman masjid yang dekat dengan area wudhu dan tempat utama untuk shalat. Hal tersebut memudahkan para pengunjung untuk segera melaksanakan ibadah shalat ketika sudah berada di area masjid. Pengunjung yang lainnya, yakni saudara Ismail Ardi juga menyampaikan bahwa fasilitas di Masjid Agung Madaniyah termasuk yang terbaik di Indonesia,

“Menurut saya, fasilitas yang ada Masjid Agung Karanganyar termasuk yang terbaik di Indonesia. Untuk fasilitas utamanya, yaitu ruang salat, tersedia tempat yang lega, bersih, dan sejuk.”

- 5) Akses menuju Masjid Agung Madaniyah yang sudah cukup memadai.

Akses seperti jalan raya dan akses keluar masuk masjid sudah memadai. Masjid ini mudah dijangkau oleh pengunjung karena letaknya yang strategis berada di pusat kota. Hal tersebut dirasakan oleh Bapak Heri Kuswanto yang menyampaikan bahwa,

“Untuk tempatnya sangat strategis, dari jalan utama Kabupaten Karanganyar kelihatan, depan alun-alun, depan kantor pemerintahan, ini sudah sangat luar biasa.”

Sementara untuk akses informasi masjid sudah tersedia di berbagai media, seperti di berita-berita, media sosial (Instagram, Tiktok, YouTube) yang dapat berisi konten-konten seputar masjid, agar dapat menarik wisatawan untuk berkunjung ke Masjid Agung Madaniyah.

Oleh karena itu, apabila elemen-elemen seperti atraksi (daya tarik), amenitas (fasilitas), dan aksesibilitas dikelola dengan baik, maka akan memberikan persepsi dan citra yang positif terhadap destinasi wisata religi Masjid Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar.

## **BAB V PENUTUP**

### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan beserta pemaparan hasil dan pembahasan penelitian mengenai *Destination Branding* Masjid Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar sebagai Tujuan Wisata, yang di dalamnya terdapat elemen-elemen seperti atraksi (daya tarik), amenitas (fasilitas), dan aksesibilitas, beserta tanggapan pengunjung terhadap *Destination Branding* di Masjid Agung Madaniyah, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa:

1. Masjid Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar mempunyai ciri khas dan potensi untuk menjadi destinasi wisata religi unggulan, khususnya di Provinsi Jawa Tengah. Hal tersebut dibuktikan dengan adanya elemen-elemen seperti atraksi (daya tarik), amenitas (fasilitas), dan aksesibilitas. *Pertama*, elemen atraksi (daya tarik), meliputi desain desain arsitektur bangunan masjid yang menyerupai Masjid Nabawi, menara pandang, letak masjid yang strategis, serta masjid yang dapat digunakan sebagai pusat berbagai kegiatan. *Kedua*, elemen amenitas mencakup fasilitas sarana dan prasana yang tersedia di Masjid Agung Madaniyah sudah memadai. *Ketiga*, elemen aksesibilitas yang mencakup infrastruktur pendukung sudah cukup memadai dan akses sistem informasi masjid sudah tersedia di berbagai media.

2. Tanggapan dari para pengunjung terhadap *Destination Branding* di Masjid Agung Madaniyah dapat dijelaskan bahwa ketiga elemen *Destination Branding* tersebut mampu memberikan kesan dari pengalaman perjalanan bagi para wisatawan yang berkunjung ke Masjid Agung Madaniyah. Oleh karena itu, apabila elemen-elemen seperti atraksi (daya tarik), amenitas (fasilitas), dan aksesibilitas dikelola dengan baik, maka akan memberikan persepsi dan citra yang positif terhadap destinasi wisata religi Masjid Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar.

## **B. Saran**

1. Bagi Pengelola Masjid Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar

Agar mengoptimalkan fungsi dari fasilitas ruangan-ruangan yang sudah tersedia, sistem informasi seputar masjid, serta mengembangkan segala potensi wisata yang terdapat di Masjid Agung Madaniyah. Sehingga tujuan besar dalam jangka panjang yang berkaitan dengan *Destination Branding* yang telah direncanakan oleh pihak pengelola masjid dapat tercapai.

2. Bagi para pengunjung Masjid Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar

Agar ikut turut serta dalam mempromosikan Masjid Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar sebagai destinasi wisata religi unggulan, khususnya di Provinsi Jawa Tengah.

### 3. Bagi pembaca

Agar memberikan saran, kritik, dan masukan kepada penulis, karena penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dalam penelitian ini. Diharapkan penelitian selanjutnya yang masih berkaitan dengan *Destination Branding*, dapat menyempurnakan hasil dari penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Butarbutar, R. R., Wiratanaya, G. N., Rachmarwi, W., Ganika, G., Susanty, S., Widyaningsih, I. U., Pertiwi, W. N. B., Kurniawan, J., Madjid, R., Setiorini, A., Hasbi, I., Sari, D. P., Nugroho, L., Susanti, P. H., Azhar, A., & Suma, N. N. (2021). Pengantar Pariwisata. In *Cv Widina Media Utama*. Cv Widina Media Utama.
- Diskominfo Kabupaten Karanganyar. (2015). Profil Kabupaten Karanganyar. In *Rpi2jm Bidang Cipta Karya Kabupaten Karanganyar Tahun 2015* (Pp. 1–21).
- Isdarmanto. (2017). Dasar Dasar Kepariwisata Dan Pengelolaan Destinasi Pariwisata. In *Perpus.Univpancasila.Ac.Id*. Gerbang Media Aksara. <Http://Perpus.Univpancasila.Ac.Id/Repository/Ebupt190173.Pdf>
- Kottler, Philip, & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Nasrullah, Dyah Pramanik, P., Ningsih, S., Sutiarto, M. A., Sekarti, N. K., Putra Nugraha, I. G., Fitri Yanto, A., Bairizki, A., Nuriyati Santi, I., Ridwan, M., Irwansyah, R., Herny Susanti, P., Elistia, & Susanti, S. (2021). *Promosi Pariwisata Daerah*. Widina Bhakti Persada.
- Rachmad, Y. E., Rijal, S., Niswaty, R., Akib, H., Mu'jijah, M., Suhadi, S., Kutoyo, M. S., Arfa, D., Athar, L. M. I., Salam, R., Akib, H., Rahman, N., & Rahayu, I. (2022). Pengantar Pariwisata. In *Eureka Media Aksara*. Eureka Media Aksara.
- Samsu. (2017). *Metode Penelitian: (Teori Dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, Serta Research & Development)*. Pusat Studi Agama Dan Kemasyarakatan (Pusaka).
- Santoso, R., Sofianiyatun, L., Maulidizen, A., Apriyanti, Permata Sari, F., Sihab, M., Rosiana, M., Kosasih, Mahanani, E., Dyanasari, Abdurohim, Ega Mulyadi, Y., Abdul Aziz, A., Henri Kusnadi, I., & Wardhana, A. (2022). *Konsep Dan Implementasi Manajemen Strategi*. Eureka Media Aksara.

- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Sunaryo, B. (2013). *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata Konsep Dan Aplikasinya Di Indonesia*. Penerbit Gava Media.
- Suryabrata, S. (2005). *Metodologi Penelitian*. Raja Grafindo Persada.
- Yatminiwati, M. (2019). *Manajemen Strategi: Buku Ajar Perkuliahan Bagi Mahasiswa*. Widya Gama Press.

### **Jurnal**

- Chandra, W., Risfaisal, & Kaharuddin. (2019). Multifungsi Masjid Islamic Center Dato Tiro Sebagai Atraksi Wisata Religi Di Kabupaten Bulukumba. *Pusaka: Journal Of Tourism, Hospitality, Travel And Busines Event*, 1, 53–58. <https://doi.org/2656-1301>
- Ferdiansyah, H., Endyana, C., Rachmat, H., & Siti Khadijah, U. L. (2020). Pengembangan Pariwisata Halal Di Indonesia Melalui Konsep Smart Tourism. *Journal Of Sustainable Tourism Research*, 2(1), 30. <https://doi.org/10.24198/Tornare.V2i1.25831>
- Ghozali, I., & Zuhri, S. (2020). Elemen Dekorasi Arsitektur Masjid Sebagai Komponen Daya Tarik Pada Wisata Religi. *Tsaqofah & Tarikh: Jurnal Kebudayaan Dan Sejarah Islam*, 5.
- Hanasah, U. U., Hidayati, N., & Basamalah, M. R. (2020). Pengaruh Word Of Mouth, Destination Image, Destination Branding Terhadap Minat Berkunjung Di Jatim Park 3 Kota Batu Malang (Studi Kasus Mahasiswa Feb Unisma Angkatan Tahun 2019/2020). *Jurnal Riset Manajemen*, 18–31. [www.fe.unisma.ac.id](http://www.fe.unisma.ac.id)
- Hereyah, Y., & Kusumaningrum, R. (2019). Proses Destination Branding Dalam Membentuk Citra Tujuan Wisata Museum Indonesia. *Jurnal Ilmu Politik Dan Komunikasi*, 1x(2).
- Kavaratzis, M., & Ashworth, G. J. (2005). *City Branding : An Effective Assertion*

*Of Identity Or A Transitory Marketing Trick ?* 96(5), 506–514.

- Kumoratih, D. (2020). Rancangan “Wonderful Indonesia” Sebagai Branding Indonesia. *Jurnal Becoss (Business Economic, Communication, And Social Sciences)*, 2(1), 75–82. <https://doi.org/2686-2557>
- Lidya, C., Perbawasari, S., & Hafiar, H. (2017). Destination Branding Kabupaten Ciamis Oleh Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat. *Komunikasi*, Xi, 107–122. <https://doi.org/10.21107/Ilkom.V11i2.3326>
- Millatina, A. N., Hakimi, F., Zaki, I., & Yuningsih, I. (2019). Peran Pemerintah Untuk Menumbuhkan Potensi Pembangunan Pariwisata Halal Di Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 5(1), 96–109.
- Putri, N. D., & Ardhanariswari, K. A. (2020). Sinergitas Marketing Dan Promotional Mix Dalam Konsep Sustainable Tourism Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18, 85–94.
- Rahim, A. R., & Radjab, E. (2017). *Manajemen Strategi*. Lembaga Perpustakaan Dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Riyanto, D. Y., Andrianto, N., Riqqoh, A. K., & Alif Fianto, A. Y. (2019). Pengaruh Destination Image Dan Destination Branding Terhadap Minat Berkunjung Ke Wisata Bahari Jawa Timur. *Prosiding Senama 2019 “Potensi Perkembangan Ekonomi Digital Di Indonesia,”* 1–10.
- Simatupang, S., Butar-Butar, M., & Nainggolan, C. D. (2021). Konsep Destination Branding Terhadap Minat Berkunjung Ke Air Panas Pangururan. *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen (Jpim)*, 6(1), 10–18. <https://doi.org/10.30736/2fjpim.V1i2.28>
- Subarkah, A. R., & Rachman, J. B. (2020). Destination Branding Indonesia Sebagai Destinasi Wisata Halal. *Jurnal Kepariwisata: Destinasi, Hospitalitas Dan Perjalanan Volume*, 4, 84–97. <https://doi.org/10.34013/Jk.V4i2.53>
- Wahyuni, A. (2012). *Strategi Destination Branding Pamekasan Sebagai Kota Batik (Studi Pada Dinas Perindustrian Dan Perdagangan Kota Pamekasan)*.

Univesitas Muhammadiyah Malang.

Yuristiadhi, G., & Dewi, S. (2019). Strategi Branding Pariwisata Indonesia Untuk Pemasaran Mancanegara. *Ettisal Journal Of Communication*, 2. <https://doi.org/10.21111/Ettisal.V2i2.126>

**Tesis**

Masruroh. (2018). *Analisis Branding Dalam Upaya Pengembangan Destinasi Wisata Religi Sunan Drajat*. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

## LAMPIRAN-LAMPIRAN

### *Lampiran 1*

#### **PEDOMAN WAWANCARA**

##### A. Wawancara dengan Takmir Masjid Agung Madaniyah

1. Bagaimana struktur kepengurusan di Masjid Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar?
2. Bagaimana manajemen pengelolaan Masjid Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar?
3. Kendala apa saja yang dihadapi dalam pengelolaan Masjid Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar?
4. Apa saja daya tarik utama Masjid Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar sebagai wisata religi?
5. Apakah dari daya tarik tersebut, dapat mengganggu fungsi utama masjid sebagai tempat ibadah?
6. Apa keunggulan dan keunikan dari Masjid Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar yang membedakan dengan destinasi wisata religi lainnya?
7. Apakah ada nilai filosofi di balik pemberian nama “Madaniyah” dan apa tujuannya?
8. Kegiatan/*event* apa saja yang dapat diselenggarakan di Masjid Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar?

9. Fasilitas apa saja yang terdapat di Masjid Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar?
10. Bagaimana aksesibilitas (sistem informasi dan infrastruktur pendukung) untuk menuju ke Masjid Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar?
11. Bagaimana upaya peningkatan dari pihak pemerintah dan pengelola Masjid Agung Madaniyah dalam mem-*branding* Masjid Agung Madaniyah agar menjadi tujuan destinasi wisata religi unggulan?

B. Wawancara dengan pengunjung (wisatawan religi)

1. Darimana anda mengetahui destinasi wisata religi Masjid Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar?
2. Sudah berapa kali anda berkunjung ke Masjid Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar?
3. Apa yang membuat anda tertarik berkunjung ke Masjid Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar?
4. Bagaimana pendapat anda tentang Masjid Masjid Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar?
5. Faktor apa saja yang menjadi daya tarik utama di Masjid Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar?
6. Fasilitas apa saja yang terdapat di Masjid Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar?
7. Apakah fasilitas sarana dan prasana yang ada di Masjid Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar sudah memadai?

8. Bagaimana pendapat anda tentang akses jalan menuju Masjid Agung Madaniyah? Apakah sudah memadai?
9. Apakah akses informasi mengenai Masjid Agung Madaniyah sudah cukup jelas? Bagaimana anda mendapatkan akses informasi tersebut?
10. Apa keunggulan dan keunikan dari Masjid Agung Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar yang membedakan dengan destinasi wisata religi lainnya?
11. Apakah ada nilai filosofi di balik pemberian nama “Madaniyah” dan apa tujuannya?
12. Bagaimana saran dan masukan anda terkait pengembangan Masjid Agung Madaniyah agak lebih baik ke depannya?
13. Bagaimana cara anda mempromosikan Masjid Agung Madaniyah agar menjadi tujuan destinasi wisata religi unggulan, khususnya di Provinsi Jawa Tengah?

*Lampiran 2*

**TRANSKRIP WAWANCARA**

**Wawancara 1**

Peneliti : Noviyanto Wahyu Jati Nugroho

Narasumber : H. Sudaryono

Jabatan : Seksi Rumah Tangga Takmir Masjid Agung Madaniyah

Hari/Tanggal : Sabtu, 27 Mei 2023

Pukul : 10.00 – 11.30 WIB

Tempat : Masjid Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar

Keterangan :

P : Peneliti

N : Narasumber

Ket	Wawancara	Main Tema
P	Struktur Kepengurusan di Masjid Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar?	
N	Struktur sudah tersusun, yaitu Surat Berdasarkan Surat Keputusan Bupati Karanganyar Nomor 450/32/2022 tentang Pembentukan Organisasi Pengelola Masjid Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar yang terdiri dari, Dewan Pembina, Penasehat, Pengawas, dan Badan Pengelola.	Struktur Kepengurusan Masjid Agung Madaniyah

	<p>Badan pengelola itu sendiri juga terdiri dari Ketua, Wakil Ketua 1 Bidang Idaroh (Manajemen), Wakil Ketua 2 Bidang Imaroh (Kemakmuran), Wakil Ketua 3 Bidang Ri'ayah (Sarana Prasana), Sekretaris, dan Bendahara. Nah di samping itu, juga ada seksi-seksi. Nah, saya sendiri sebagai Kepala Seksi Rumah Tangga.</p>	
P	<p>Sejarah Masjid Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar?</p>	
N	<p>Kalau Masjid Agung Madaniyah ini dibangun tahun 2019, tapi kena pandemi itu. Seiring berjalannya waktu, tahun 2022 selesai. Diresmikan pada tanggal 11 Maret 2022, oleh Bapak Bupati, pada waktu langsung dilaksanakan shalat Jumat, yang menjadi imam dan khatib juga Bapak Bupati. Tapi kalau sejarah masjid agung sendiri itu dibangun iuran dari warga dan PNS. Sebenarnya masjid agung yang lama itu juga sudah megah, tapi Bapak Bupati punya cita-cita membangun miniaturnya Masjid Nabawi. <i>Lha nggih</i>, kalau memang jenengannya perbedaannya apa kok, ya yang jelas itu desain masjid ini menyerupai</p>	<p>Sejarah Masjid Agung Madaniyah</p>

	<p>Masjid Nabawi. Dan itu memang cita-cita Pak Bupati sejak dulu. Dulu Masjid Agung yang lama, itu beliau punya cita-cita mau dibongkar, ratakan, dan dibuat masjid seperti Madinah, yaitu Masjid Nabawi. Ya, Alhamdulillah sudah terlaksana ini. Kalau untuk kapasitas jamaah, masjid ini dapat menampung jamaah sekitar 6.000 jamaah. Satu shaf itu sekitar 120 orang, ke belakang berapa shaf aja itu, termasuk lantai atas kanan kiri.</p>	
P	<p>Apa saja kegiatan/<i>event</i> yang sudah terlaksana di Masjid Agung Madaniyah?</p>	
N	<p>Setiap Ahad Pagi diadakan pengajian Ahad Pagi jam 6 sampai jam 7 pagi. Minggu pertama dari MTA, kedua LDII, ketiga Muhammadiyah, keempat NU, terus kelima nanti diambikan dari luar, bisa Syeikh, Habib, atau tokoh ulama. <i>Dadi diurutke</i>, biar ngga ada kesan <i>kui masjide pemerintah, ora oleh dinggo opo-opo</i>. Namanya saja Masjid Agung Madaniyah, “Madani”, jadi semua elemen masyarakat, dari berbagai ormas Islam harus diwadahi, biar <i>raket</i>, tidak pandang siapa itu,</p>	<p>Kegiatan/<i>event</i> yang sudah terlaksana di Masjid Agung Madaniyah</p>

	<p>harus toleransi. Kemudian, kalau hari Kamis ada Pengajian Majelis Taklim Jamaah Azkadina jam 8 sampai jam 10 pagi. Terus kemudian dari Pengajian Ibu-Ibu Majelis Taklim Perempuan IPHI, setiap Jumat ketiga. Kemudian, Pengajian Majelis Dzikir Perempuan IPHI setiap Jumat keempat. Itu yang rutin lho ya. Kemudian kalau yang tidak rutin, setiap ada <i>event</i> Pengajian Akbar berbagai elemen, pokoknya setiap ada <i>event</i> disini diizinkan. Artinya, <i>monggo</i> dipersilahkan, asalkan baik, yang penting menjaga keamanan, kebersihan. Kemarin juga ada untuk ajang promosi produk UMKM yang Islami namanya kemarin Muharam Fair, yang diprakarsai oleh Pemerintah Daerah. Semua UMKM nya itu benar-benar syariah. Berlangsung selama 3 hari. Terus kegiatan Bulan Ramadhan kemarin juga lancar, banyak yang ikhtikaf. Ikhtikafnya naik terus, hari ke 20, 21, terus naik-naik terus itu. Itu kemarin waktu Nuzulul Qur'an menghadirkan imamnya dari Palestina, kalau tahun 2022 waktu itu dari Oman.</p>	
P	<p>Apa saja daya tarik utama dari Masjid Agung Madaniyah?</p>	

N	<p>Jadi desain-desainnya memang dari sana, sehingga kalau dibandingkan dengan masjid-masjid lain, juga akan kelihatan. Seperti masjid yang baru ini Masjid Syeikh Zayed sudah jauh, memang mungkin lebih baik sana bangunannya, desainnya kan niru karena Timur Tengah, tapi kalau disini kan Nabawi, nah gitu kan perbedaannya disitu. Miniaturnya Masjid Nabawi, Madinah. Desainnya juga itu pintu-pintunya persis, ornamen-ornamen, emas-emasnya, kemudian termasuk payung. Payung utama nanti itu ditambah, itu baru ada 4 unit. Nanti payung-payung itu bakal mengelilingi pelataran masjid. Sudah ada tempatnya, nanti tinggal pasang kalau sudah ada <i>duit</i>. Jadi nanti bakal ada perkembangannya di masjid. Jadi jualannya atau promosi di masjid ini, bagaimana bisa tertarik berkunjung kesini. Ya, karena itu tadi, miniaturnya Masjid Nabawi. Kemudian yang agak spesialnya lagi, disini juga ada menara pandangnya. Nah, <i>niku sing paling</i> menjadi daya tarik. Jadi <i>icon</i> Kabupaten Karanganyar. Di tengah-tengah kota, dekat kantor pemerintahan, dekat alun-alun. Yang namanya</p>	<p>Daya tarik utama Masjid Agung Madaniyah (Atraksi)</p>
---	--	--

	<p>pengunjung itu langsung turun bus, tidak langsung ke masjid malah ke alun-alun dulu. Ya, tapi juga tinggal waktu, kalau waktunya shalat dulu, ya shalat dulu baru ke alun-alun. Tapi kalau waktunya sambil menunggu shalat, ke alun-alun dulu baru shalat. Terus nanti juga naik ke menara pandang. Ya memang banyak pilihan. Itu yang pengunjung, belum yang dari terprogram, dari sekolahan-sekolahan, dari TK, SD, SMP, berbagai daerah tidak hanya dari Karanganyar, kesini setiap mereka ada jeda semester, diajak kesini. Belum yang dari ibu-ibu majelis taklim darimana saja, bapak-bapak rombongan haji, rombongan umrah. Dari Jawa Timur, dari Pekalongan, dari Tangerang, banyak <i>mas</i>, kalau pengunjung, saya juga heran. Setiap bulannya bisa sampai 10.000 sampai 15.000 pengunjung. Walaupun disini belum meluncurkan <i>web-nya</i>, tapi dari media sosial masing-masing takmir punya <i>toh</i>, itu sudah sampai mana-mana. Belum ada media <i>web-nya</i> tapi sudah langsung terkenal. Setiap Sabtu-Minggu juga banyak, bahkan ada yang kepengen shalat tahajud disini, terus dilanjut nanti</p>	
--	---	--

	<p>subuh, dzikir pagi, terus baru keliling. Bahkan pedagang-pedagang itu juga banyak yang <i>nyelakne</i> shalat Dhuha.</p>	
P	<p>Dari daya tarik utama tadi, kan orang-orangnya yang berkunjung kesini itu lebih banyak berfoto daripada beribadah. Apakah hal tersebut dapat mengganggu fungsi utama masjid sebagai tempat ibadah?</p>	
N	<p>Justru kemakmuran masjid itu dari situ. Setelah ada kunjungan dari berbagai penjuru, dan adanya berbagai kegiatan, masjid ini menjadi makmur. Makmurnya makmur ibadah juga. Jadi <i>mboten ganggu</i>. Sampai saat ini, belum ada keluhan tentang <i>wong duwe gawe</i> mengganggu, <i>wong piknik</i> mengganggu. <i>Event soyo meneh enggak. Malah seneng, gapapa mas</i>. Semakin ramai, semakin <i>seneng</i>, semakin terkenal.</p>	
P	<p>Fasilitas apa saja yang terdapat Masjid Agung Madaniyah?</p>	
N	<p>Ada kantor MUI, ada kantor Baznas, ada kantor DMI (Dewan Masjid Indonesia), rencana juga ada koperasinya juga. Terus ada kantor perpustakaan. Jadi semua ruangan yang ada disini memang sebenarnya untuk kantor, tapi sampai saat ini</p>	<p>Fasilitas Ruangan</p>

	<p>memang belum seluruhnya dipakai. Nah, ternyata ada yang ukurannya kurang besar, ada yang terlalu besar. Jadi nanti dengan Pak Bupati dibuatkan sendiri lagi. Terus kemudian Kantor Sekretariat KBIHU yang digunakan untuk manasik haji dan umrah, terkait persiapan. Jadi setiap tahun, manasik terus. Tahun ini sudah berangkat kan, nah ini sudah mulai lagi untuk yang tahun berikutnya lagi. Kantor Sekretariat KBIHU ini buka setiap hari Sabtu pagi. Kalau kantor perpustakaan sudah ada tapi baru terisi Al-Qur'an raksasa, tulisan tangan yang huruf pertama dari Pak Bupati, yang huruf terakhir juga dari Pak Bupati. Nantinya bakal dilengkapi dengan buku-buku sejarah Islam, perjuangan Rasulullah SAW. Terus ada Aula yang untuk seminar, untuk <i>wedding</i>. Kalau untuk akad nikad di lantai atas, di masjidnya. Kalau <i>weddingnya</i> bisa di Aula, bisa menampung tamu undangan sekitar 500 sampai 800 orang. Kalau di dalam aula hanya 600, tapi kalau sampai di luar bisa sekitar 800 orang. Untuk biaya kontribusi dari pemakaian aula buat acara <i>wedding</i> sekitar 30 sampai 35</p>	
--	---	--

	<p>juta, sudah <i>include</i> semuanya. Terus kemarin itu aula ini juga dipakai untuk anak-anak saat <i>Akhirussanah</i>, acara perpisahan itu. Terus juga itu ada dipakai untuk persiapan ujian, pembekalan. Selanjutnya ada juga ruangan transit untuk tamu VIP, misalnya Bapak Bupati <i>rawuh</i> bersama Muspida disitu, untuk pemateri/pembicara kajian. Terus ada juga ruang untuk rapat takmir, sebelah barat tempat wudhu laki-laki. Terus ruangnya ketua takmir sebelah selatan <i>lift</i> laki-laki, sebelah timur lorong. Ada juga ruang rias untuk <i>manten</i>. Kemudian, ada pos keamanan yang digunakan untuk <i>cross check</i>, misalnya ada pengunjung berapa jumlahnya, darimana. Kalau ada bus 5, 5 kali 40 berarti 200 orang, rombongan darimana, dalam rangka <i>opo</i>, berkunjung, wisata religi. Terus terkait tempat wudhu ada 221 tempat wudhu di masjid ini. Di atas ada, di bawah ada. Untuk difabel, tempat wudhunya juga ada, baik laki-laki maupun perempuan. Dan insyaAllah tanda-tanda arah di masjid ini juga sudah komplit, ya memang sambil jalan evaluasi sedikit-sedikit. Tapi</p>	
--	---	--

	<p>kalau insyaAllah kalau pengunjung mencari arah ke tempat wudhu kemana, itu sudah ada semua. Terus kalau arah mau ke menara pandang, juga sudah ada.</p>	
P	<p>Apa saja sarana prasana yang ada di Masjid Agung Madaniyah?</p>	
N	<p>Kalau untuk Al-Qur'an, sajadah, mukena itu <i>turah mblasah</i>. Itu sumbernya darimana, ya dari orang-orang yang sedekah, orang menghibahkan Al-Qur'annya, menghibahkan mukenanya, menghibahkan sarungnya. Itu setiap hari <i>paribasane enek og mas</i>, itu yang baru masih banyak, ini Al-Qur'an sampai penuh. Terus kemarin juga ada yang sedekah kursi lipat yang buat shalat juga, sejumlah 10. Ada yang kemarin sedekah juga dibelikan lemari untuk mukena. Terus ada juga lemari-lemari untuk pakaian imam dan muadzin. Nah kemudian yang besar-besar, seperti mimbar itu dari Jepara <i>pesennya</i> dengan harga yang luar biasa. Terus untuk sekat-sekat antara jamaah ikhwan dan akhwat itu juga kita pesen. Terus karpet utama untuk shalat. Harga 1 meternya sekitar 1 juta. Kalau yang untuk</p>	<p>Sarana dan Prasana di Masjid Agung Madaniyah</p>

	rumah tangga ya ada mesin penyedot debu, mesin pemotong rumput. Kemudian untuk keamanan sudah terpasang CCTV sebanyak 24 buah yang dipasang di setiap titik dan sudut ruang masjid. Untuk <i>speaker</i> pengumuman bagi pengunjung juga sudah tersedia.	
P	Berapa jumlah takmir dan karyawan di Masjid Agung Madaniyah?	
N	Seluruhnya ada 33 <i>mas</i> . Termasuk di kantor takmir ada 2, petugas menara pandang ada 3, loket dan keamanan ada 7, tenaga dapur ada 2, tenaga teknisi ada 1, <i>cleaning service</i> ada 4 perempuan dan 4 laki-laki.	Jumlah takmir dan karyawan masjid
P	Bagaimana cara perawatan di lingkungan masjid?	
N	<i>Wolalaa ya setiap hari noh</i> . Tiap hari <i>mas</i> , tiap hari <i>wae keteteran</i> . Jadi untuk perawatan masjid itu dibersihkan setiap hari. <i>Urut</i> , mulai dari memotong rumput, hari ini berapa meter, besok berapa meter, sampai selesai, kembali lagi. Terus nanti ketika memotong rumput supaya rapi, bagus, ya terus gantian, gitu rutin. Kemudian untuk kebersihan tempat wudhu dan toilet itu juga rutin. Kalau disini, caranya	Cara perawatan masjid

	<p>misal ada 4 sampai 5 orang sudah selesai dari toilet, baru dibersihkan oleh <i>cleaning service</i>. Yang penting rutin, tidak <i>ngrekasakne cleaning service</i>, dan tidak terlalu rutin.</p>	
--	---	--

## Wawancara 2

Peneliti : Noviyanto Wahyu Jati Nugroho

Narasumber : Drs. H. Sularno, M.Pd.

Jabatan : Seksi Rumah Tangga Takmir Masjid Agung Madaniyah

Hari/Tanggal : Senin, 29 Mei 2023

Pukul : 13.00 – 14.30 WIB

Tempat : Masjid Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar

Keterangan :

P : Peneliti

N : Narasumber

Ket	Wawancara	Main Tema
P	Terkait visi dan misi Masjid Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar?	
N	Untuk visi dari Masjid Agung Madaniyah ini adalah menciptakan umat Islam Kabupaten Karanganyar yang Istiqomah. Misinya ya, yang pertama, Menyediakan tempat ibadah yang khusyu' dan nyaman. Yang kedua, Menjadikan Masjid Agung Madaniyah sebagai sentra kegiatan bagi umat Islam se-Kabupaten Karanganyar, sehingga mewadahi seluruh ormas Islam, mulai dari NU, Muhammadiyah, LDII, dan MTA.	Visi dan Misi Masjid Agung Madaniyah

P	Sejarah Masjid Agung Madaniyah?	
N	<p>Jadi, sejarah masjid ini berawal dari Masjid Agung Karanganyar yang dibangun pada tahun 1984. Pada saat itu dibangun dengan dana APBD dan menggalang dana infaq siswa-siswa se-Kabupaten Karanganyar. Kemudian dengan berjalannya waktu, karena Bapak Bupati itu mempunyai pola pikir <i>holistic</i>, jadi kantor dan infrastruktur besar-besar itu tidak ditambah sulam. Bapak Bupati mempunyai <i>mindset</i> bahwa kalau pengen membuat satu kantor dinas itu harus integral, kemudian kantor dinas yang satu dengan yang lain, dengan satu keseluruhan Kabupaten Karanganyar, maka satu-persatu harus dirobohkan. Jadi, kayak kantor DPU dirobohkan, dibangun baru. Kantor Disdikbud, dibangun baru. Kantor Baperlitbang, dibangun baru. Masjid Agung dirobohkan, dibangun baru. Karena pake <i>mindset</i> yang luas, integral, dan <i>holistic</i>, maka satu-persatu dirobohkan, ketika masing-masing berdiri, maka bisa integral, menyatu menjadi satu-kesatuan kota. Bisa dilihat, Karanganyar ini mungkin tidak hanya se-Solo Raya, atau se-Jawa Tengah, namun se-</p>	Sejarah Masjid Agung Madaniyah

	<p>Indonesia, yang kantornya itu bisa integral atau menyatu, terkumpul. Di sebelah selatan ada Kantor Dinas Bupati sebagai raja, di tengah ada Alun-Alun Karanganyar, kemudian di depan alun-alun ada pasar Sabtu Minggu, di sebelah timur ada Kantor Dinas Pendidikan dan Kebudayaan, Kantor DPUR, dan sebagainya. Nah, di sebelah baratnya untuk ingat kepada Allah SWT, yaitu Masjid Agung Karanganyar. Itu kan konsep Mataram Islam, <i>ndak main-main itu</i>. Maka kemudian masjid ini, pada tahun 2019 untuk memperingati 100 tahun Hari Jadi Kabupaten Karanganyar, maka <i>dicepaki</i> anggaran 100 Milyar. Tapi karena diterjang Covid-19, maka 2019 tidak jadi dibangun, diawali 2020 dan berakhir pada 2022 baru bisa dipakai. Jadi, pembangunan ulang masjid ini relatif cepat. Masjid yang lama itu dulunya bernama Masjid Agung Karanganyar, sekarang namanya ditambahin menjadi Masjid Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar. Tujuannya untuk <i>dicantolne</i> ke masyarakat Madani itu kan konsepnya Kanjeng Nabi Muhammad di Kota Madinah. Kota Madinah kan</p>	
--	---	--

	berawal dari kata “Madani”, kotanya rakyat, kota yang menyatu dengan rakyat.	
P	Apa nilai filosofi dari nama Madaniyah?	
N	Nah, Madaniyah itu filosofinya dari kata Madani, <i>dicantolne</i> ke Masjid Nabawi, di Kota Madinah. Maka secara filosofis, ingin meniru pola pikir Kanjeng Nabi Muhammad yang memasyarakatkan, mengutamakan marjinal, yang pinggiran, <i>diadahi</i> . Maka dengan filosofi itu, semua afiliasi organisasi besar diwadahi, diizinkan, diperbolehkan, biar <i>raket</i> .	Filosofi nama Madaniyah
P	Apa saja kegiatan/ <i>event</i> yang sudah terlaksana di Masjid Agung Madaniyah?	
N	<i>Event-event</i> kalau setiap kajian Ahad Pagi yang memperbolehkan dari setiap afiliasi ormas Islam. Minggu pertama itu dari MTA, minggu kedua dari Muhammadiyah, minggu ketiga dari NU, minggu keempat dari LDII, dan minggu kelima kalau ada tentatif, kan kadang ada minggu kelima, kadang tidak ada. Kalau ada minggu kelima, nanti pembicaranya tentatif dicarikan bisa dari unsur yang netral. Kemudian, setiap Kamis Pagi itu ada	Kegiatan/ <i>event</i> di Masjid Agung Madaniyah

	<p>kajian jamaah Azkadina, yang pusatnya di Jaten. Terus, setiap Jumat Pagi itu ada kajian MDP (Majelis Dzikir Perempuan). Terus kalau Sabtu Pagi itu ada kegiatan manasik haji KBIHU Masjid Agung Madaniyah. Termasuk ada kegiatan-kegiatan yang lain, kayak kemarin tanggal 21 malam itu pengajian dari Jamaah Tabligh.</p>	
P	<p>Apa saja daya tarik utama dari Masjid Agung Madaniyah?</p>	
N	<p>Jadi memang ruh awal dari <i>nawaitunya</i> pak Yuli (Bupati Karanganyar) itu karena pak Yuli juga politikus yang cukup merakyat, sehingga ingin menamakan ini Masjid Agung Madaniyah, itu secara ruh <i>dicantolkan</i> ke Masjid Nabawi, di Kota Madinah, maka pernak-pernik di dalamnya itu sebisa mungkin dimiripkan dengan Masjid Nabawi. Kayak misalnya, mihrab (tempat imam) itu hampir sama persis, bentuknya, kemudian kaligrafi, ornamen gambar-gambarnya, karena saya sudah pernah kesana, pak Haji Daryono juga sudah pernah kesana. Cuma kalau disana kan shalatnya menghadap ke selatan ya, karena</p>	<p>Daya tarik utama Masjid Agung Madaniyah (Atraksi)</p>

	<p>Kota Madinah itu di sebelah utara Kota Mekah, jadi mihrabnya menghadap ke selatan. Kalau disini ya menghadap ke barat. Yang kedua, karpet utama untuk shalat. Karpet dipilih karpet warna merah, sama juga dengan di Masjid Nabawi, cuman kalau disana ada sedikit yang hijau, yang itu Raudhah (tempat makam Kanjeng Nabi), Raudhah itu taman surga. Kalau disini kan <i>ndak ada</i>, karena tidak ada makamnya. Kemudian yang ketiga, <i>plekungan-plekungan</i> itu, itu kan <i>plengkungan</i> itu ala Mesir. Jadi, Masjid Nabawi dulu itu arsitekturnya dari Mesir. <i>Plekungan</i> yang dikasih hitam putih itu ala Mesir kuno, nah disini sama mengikuti yang ada di Masjid Nabawi. Kemudian yang keempat, yaitu payung. Memang kalau disini, payungnya baru 4 unit. Rencananya di sebelah utara dan selatan itu akan tambahan payung, tapi nanti perkembangan melihat situasi dan kondisi. Payungnya juga sama persis yang ada di Masjid Nabawi. Kemudian yang kelima, adalah kubah utama. Cuman kalau disana kubahnya ada banyak. Yang kubah hijau itu khusus di atas makamnya Kanjeng</p>	
--	--	--

	<p>Nabi. Tapi kalau disini, karena masjidnya tidak seluas Masjid Nabawi, maka yang di kubah hijau satu-satunya itu. Yang spesial kalau disini, ditambahin menara pandang. Kalau disana menaranya hanya menara mercusuar untuk tempat <i>speaker</i>, tapi kalau disini dikasih menara pandang, untuk wisata ringanlah sebagai wisata religi masjid.</p>	
P	<p>Dari daya tarik utama tadi, kan orang-orangnya yang berkunjung kesini itu lebih banyak berfoto daripada beribadah. Apakah hal tersebut dapat mengganggu fungsi utama masjid sebagai tempat ibadah?</p>	
N	<p>Kalau mengganggu fungsi utamanya tidak. Tapi kalau tidak mengena langsung pada fungsi utama, iya. Artinya, sebetulnya pak Yuli termasuk kita-kita sebagai pengelola itu kan inginnya masjid dibangun itu <i>Almasjidul usisa ala taqwa</i> (masjid itu dibangun untuk membangun ketaqwaan). Ya, taqwa yang paling <i>cethek, enteng</i>, dekat ya shalat, habis shalat dzikir. Tapi konsepi itu tidak bisa langsung mengena karena memang budaya masyarakat kita itu</p>	<p>Fenomena fungsi utama masjid sebagai tempat ibadah</p>

	<p>kan ya, <i>nyuwun sewu</i> mohon maaf kadang-kadang Islam itu masih statistik, masih KTP. Dari 277 juta ini, ada 230 juta yang Islam, tapi yang <i>intens</i> untuk melakukan ibadah shalat kan tidak terlalu banyak. Sementara dari 277 juta itu pengguna <i>gadgetnya</i> atau HP-nya bisa 500 juta, 1 orang HP 2 atau 3. Pasti semua punya, tapi tidak semua Islam shalat, sementara mabuk foto, mabuk ekspresi, mabuk tampil itu kan budaya dari kita yang luar biasa. Naik <i>bendi</i> difoto, makan difoto padahal tetangga belum tentu bisa makan. <i>Lha</i>, apalagi ketika orang datang ke masjid ini. Tidak bangga ketika dia shalat bisa menangis di hadapan Allah, tapi lebih bangga untuk <i>selfie-selfie</i> di menara pandang, di mihrab, di payung utama yang depan, di konstruksi bangunan masjid depan. Jadi, kalau mengganggu dari tujuan utama, tidak. Tapi kalau tidak mendukung atau kurang mendukung dari tujuan utama, iya. Bisa saja, yang shalat 2.000, tapi yang pengunjungnya 5.000. Nah, 5.000 ini hampir semua foto-foto, <i>selfie-selfie</i>, tapi yang shalat paling-paling sepertiganya.</p>	
--	--	--

P	Kendala yang dihadapi selama mengelola masjid ini?	
N	<p>Yang pertama, SDM Pengelola. Jadi, kelihatannya mengelola masjid itu sederhana ya. Maka, kemudian <i>recruitment</i> dari pegawai atau karyawan di masjid ini, tidak begitu ketat. Misalnya, yang jadi <i>cleaning service</i> toilet laki, <i>cleaning service</i> perempuan, pengelola dapur, tiket karcis, marbot itu karena persepsi kita kalau mengelola masjid di kampung-kampung itu kan <i>alah sopo sing gelem</i>. Ternyata ketika itu diterapkan disini, siapa dapat karyawan siapa, siapa membawa karyawan siapa, tanpa <i>recruitment</i> yang ketat, maka ketika menjadi karyawan disini ya, pengarahan, pembinaan kita kepada mereka cukup berat, cukup sulit. Jadi, meskipun hanya sekadar <i>cleaning service</i>, ternyata <i>clean</i> yang semestinya itu yang seperti apa. Karena <i>clean</i> ini berkaitan dengan <i>service</i> pada pengunjung. Sementara, saya masuk disini, <i>mak jlek</i> itu mendapati informasi meskipun kalau dengan pak Daryono mungkin tidak setuju, tapi kalau saya lebih baik di-<i>clear</i>. Jadi, mendapati bahwa gaji mereka disesuaikan, disesuaikan itu</p>	Kendala dalam pengelolaan masjid

	<p>dikurangi, disesuaikan dengan pendapatan. Karena pendapatan menurun, maka setiap karyawan dikurangi 250.000. <i>Lha</i> itu secara sistemik kan menggambarkan bahwa kinerja dari sistem ini menurun, karena menurun, maka pendapatan juga menurun. Kalau kinerja dari sistem ini naik, bagus, akan berimbas pada pengunjung yang banyak, otomatis dengan pengunjung yang banyak, pendapatan naik. Kalau pendapatan naik, gaji mereka ikut naik. Kalau saya kan suka berpikirnya <i>holistic-integral</i>, tidak parsial-parsial. Sehingga, pembinaan pada SDM amat sangat penting, kaitannya bekerja secara sistem, tidak parsial. (Aku kalau sudah <i>cleaning service</i>, yang misalnya keamanan mau hilang atau <i>ndak</i> bukan urusan saya). <i>Ndak</i> bisa begitu. Karena ketika <i>cleaning service</i>, ada anak ngambil sandal, persepsi di masyarakat, <i>ojo shalat ning Masjid Agung, kono gampang kelangan</i>. Kalau ini jadi promosi wisata yang jelek, <i>black campaign</i> kan, kampaye hitam, jangan shalat di Masjid Agung, okeh kelangan. Mau infaq, mau parkir, mau ke menara pandang, siapa yang naik, <i>wong ndak</i></p>	
--	---	--

	<p>ada pengunjung. Nah itu secara <i>holistic</i> akan menurunkan pendapatan, akhirnya ya semua terkena imbas.</p> <p>Yang kedua, karena belum <i>tupoksi</i> (tugas, pokok, dan fungsi) yang lebih rigit, maka berakibat mereka bekerja secara individual, tidak sistem.</p> <p>Kemudian yang ketiga, infrastruktur pendukung masih kurang. Kalau saya melihat, jadi misalnya seperti swalayan, atau paling tidak minimarket, kemudian tempat kuliner, itu belum. Tapi memang direncanakan. SLB itu nantinya mau digusur, mau dijadikan sebagai tempat kuliner dan pusat oleh-oleh. Sehingga pengunjung itu sekali datang kesini, ya bisa makan, bisa beli oleh-oleh. Termasuk Kodim 027 Karanganyar ini mau digusur juga untuk akses parkir bus-bus besar. Itu yang kami rasakan masih kurang.</p>	
P	Apakah fasilitas yang terdapat di masjid ini sudah memadai?	
N	Kalau untuk internal di masjid, sudah cukup. Jadi, tempat jamaah shalat dengan marbotnya 2 orang, setiap hari karpetnya disedot. Kemudian, lantai 3 yang atas itu untuk menampung	Fasilitas di Masjid Agung Madaniyah (Amenitas)

	<p>jamaah yang rutin maupun yang <i>Jumatan</i> itu sudah cukup representatif. Tempat wudhu yang cukup banyak, menara pandang, tempat parkir yang cukup luas itu secara internal pengelolaan ibadah sudah cukup. Tapi kalau untuk pengembangan selain ibadah, itu kan juga untuk destinasi wisata, karena nyatanya masih banyak yang foto, daripada yang shalat. Berarti mereka kan menganggap ini destinasi wisata, meskipun wisata religi, <i>sing penting foto ning masjid</i>. Untuk mendukung itu, masih ada beberapa yang kurang. Misalnya, tempat kuliner, tempat oleh-oleh, tempat parkir bus besar. Sementara ini parkir bus besar kan masih di luar, belum masuk, meskipun kalau masuk bisa, cuma ketika <i>zig zag</i> mobil itu masih agak kesulitan. Beda kalau Kodim nanti jadi digusur, bus parkir disitu bisa leluasa sekali.</p>	
P	<p>Ruangan yang terdapat di masjid ini, dapat digunakan untuk kegiatan apa saja?</p>	
N	<p><i>Dados</i>, karena memang masjid ini cukup besar, tapi tujuannya jauh lebih besar. Sehingga yang di lantai bawah</p>	<p>Fasilitas Ruangan</p>

	<p>ini maunya Pak Bupati untuk menjangkau tujuan-tujuan yang lebih besar jangka panjang. Tapi karena memang baru jadi setahun, maka penataan di lantai bawah ini masih belum optimal. Misalnya, yang aula utama itu kan ruang nomor 1, itu meskipun bisa untuk hajatan, untuk <i>wedding</i>, tapi menurut penilaian saya juga belum optimal, belum maksimal. Karena kebanyakan mereka <i>nikahan</i> itu Sabtu-Minggu, padahal kan tidak Sabtu-Minggu juga bisa. Aula bisa dipakai yang lain, bisa dipakai untuk <i>workshop</i>, seminar, lokakarya, simposium, atau apapun, tapi masih baru terbatas di hajatan atau <i>mantenan</i>. Kemudian, perpustakaan itu rencananya di ruang 6, sementara baru untuk <i>nyimpan</i> satu Al-Qur'an raksasa, yang ukuran 1,5 m x 2 m, yang 200 juta itu. Sementara daya dukung dari rak-rak, dan buku-buku belum. Kemudian, seperti Pak Bupati ketika lengser dari Bupati, itu kan memang ketua takmirnya sini, nah dia mau mengantor disini, ini sudah kita <i>setting</i>, tapi belum dipakai juga. Jadi, masih banyak ruang-ruang yang penggunaannya belum optimal. Nah, nanti kita sambil jalan, sambil</p>	
--	---	--

	<p>membenahi kelengkapan bangunan yang lain, nah ini akan satu demi satu akan bisa kita optimalkan. Tapi kalau yang kantor rumah tangga, ruang transit, kantor KBIHU Masjid Agung itu sudah optimal. Untuk KBIHU jam operasionalnya itu setiap hari, cuma kalau manasiknya setiap Sabtu, jam 6 sampai jam 9 pagi. Saya juga termasuk pengajar di KBHIU. Kalau koperasi, belum. Koperasi rencananya mau dibikin Sari Ahmad, atau apa gitu rencana Pak Bupati, tapi belum.</p>	
P	<p>Terkait aksesibilitas, apakah infrastruktur jalan raya, penunjuk jalan ke Masjid Agung, dan sistem informasi seperti <i>web</i>, media sosial apakah sudah memadai dan tersedia?</p>	
N	<p>Kalau <i>web</i> dan media sudah dikerjakan anak-anak. Tapi kalau penunjuk arah dari akses Jalan Lawu, jalan utama, maupun jalan lingkar, saya sendiri merasa masih kurang. Jadi, seharusnya ketika dari Jalan Lawu mau belok ke selatan kan harusnya ada <i>nambor</i> besar Masjid Agung Madaniyah Karanganyar, mana. Sama juga kalau misalnya seperti mau ke Rumah Sakit PKU</p>	Aksesibilitas

	<p>Muhammadiyah, ada penunjuk besar. Terus termasuk dari jalan lingkaran selatan itu kayaknya juga belum ada. Jadi, penunjuk jalan atau apa ya rambu penunjuk arah, saya rasa masih kurang. Hanya kebetulan karena menara pandang kita cukup tinggi, 70 meter, maka dari jauh nampak. Tapi sebetulnya dari akses jalan, penunjuknya yang kurang. Kalau akses jalan sudah cukup memadai, jadi jalan masuk selatan, terus jalan masuk utara itu dipergunakan ketika pengguna terlampaui padat, terlampaui banyak, itu dipergunakan untuk membuka akses. Termasuk yang belakang ada 2 akses, dari utara itu terusannya ke barat ada, yang selatan terusannya ke barat juga ada. Termasuk jalan yang belakang sekarang sudah dilebarkan, diaspal bagus oleh Pak Bupati. Untuk gerbang yang arah barat hanya digunakan ketika misalnya Idul Fitri, Idul Adha. Jamaahnya kan puluhan ribu, dan tidak pakai tarif parkir. Nah, ketika <i>bubaran</i> itu bisa keluarnya lewat pintu barat sebelah selatan, dan pintu barat sebelah utara, ya insidental.</p>	
--	---	--

### Wawancara 3

Peneliti : Noviyanto Wahyu Jati Nugroho

Narasumber : Sri Lestari

Jabatan : Petugas Menara Pandang Masjid Agung Madaniyah

Hari/Tanggal : Kamis, 1 Juni 2023

Pukul : 13.00 – 13.30 WIB

Tempat : Masjid Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar

Keterangan :

P : Peneliti

N : Narasumber

Ket	Wawancara	Main Tema
P	Profil daya tarik menara pandang Masjid Agung Madaniyah?	
N	Kalau untuk tinggi menaranya itu sekitar 70 meter di atas permukaan laut, kalau dihitung seperti naik bangunan setinggi 9 lantai. Kapasitas dalam <i>lift-nya</i> itu bisa 16 orang sekali naik, terus kalau di dalam menara pandangnya itu bisa 40 orang. Untuk ruang tunggu di lantai bawah ini kapasitas bisa sekitar 50 orang lebih. Untuk setiap pengunjung yang ingin naik ke menara pandang dikenakan biaya infaq untuk perawatan dan	

	<p>pengelolaan masjid sebesar Rp.5000,- . Setiap pengunjung diberikan waktu sekitar 10 menit ketika di menara pandang. Semisal ada pengunjung yang ingin menyewa teropong itu juga bisa, disini ada 2 unit teropongnya, untuk biaya sewanya juga sebesar Rp.5.000,-.</p>	
P	<p>Berapa jumlah petugas di menara pandang Masjid Agung Madaniyah dan bagaimana untuk sistem kerjanya?</p>	
N	<p>Petugasnya ada 3 orang. Yang 2 orang sebagai operator, ada <i>mas</i> Nuril dan <i>mas</i> Mardiyah. Yang 1 sebagai kasir yaitu saya Bu Sri Lestari. Untuk sistem kerjanya, kalau hari biasa Senin sampai Jumat kan 2 orang, yang 1 libur, karena harus <i>di-rolling</i> liburnya. Untuk <i>nge-fullnya</i> bertiga itu khusus <i>weekend</i> Sabtu dan Minggu.</p>	
P	<p>Bagaimana jam kerja di menara pandang Masjid Agung Madaniyah?</p>	
N	<p>Untuk jam kerjanya di menara, setiap hari Senin sampai Jumat, jam 12.30 sampai jam 20.30 WIB. Khusus Sabtu dan Minggu itu jam 07.00 sampai 20.30 WIB. Kemudian misal di hari Senin sampai Jumat memang banyak</p>	

	<p>pengunjung yang menginginkan naik menara pandang, biasanya pak takmirnya itu telepon, bisa ke menara <i>ndak</i> gitu. Biasanya saya datang kesini kalau bisa, kalau <i>ndak</i> bisa, mungkin dibantu sama pak Joko, pak Kaseno, atau pak Yanto ini tadi, karena biasanya dari jam 10.00 WIB itu sudah banyak pengunjung. Kalau misal lagi, ada reservasi di luar jam operasional menara pandang, selain hari Senin sampai Jumat pas paginya kan belum buka kan, nah itu kalau biasanya ada surat permohonan, saya di-<i>calling</i> bisa, biasanya juga ada yang reservasi.</p>	
P	<p>Bagaimana cara perawatan di menara pandang ini?</p>	
N	<p>Menara pandang ini kan juga yang <i>ngerawat</i> kan juga kita sendiri. Ya <i>ngapel</i>, <i>nyapu</i>, membersihkan kaca, dan perawatan kursi, <i>yo nyulaki</i>. Kalau <i>lift-nya</i> kan <i>ngerawat</i> kan tetap teknisi.</p>	
P	<p>Setiap hari, kira-kira berapa jumlah pengunjung yang naik ke menara pandang?</p>	
N	<p><i>Nek</i> misalkan seperti ada jeda, atau tanggal merah gitu biasanya kan ramai <i>mas</i>. Kalau di hari biasa, rata-</p>	

	<p>rata kurang lebih <i>nggih</i> 50-an orang sehari, tapi itu mulai jam kerja 12.30 sampai 20.30 WIB ya. Tapi kalau hari libur seperti ini ya, <i>nggih</i> biasanya omzet itu kurang lebih <i>nggih</i> 1 juta lebihlah. <i>Iki</i> tak kira-kira aja <i>nggih</i>. Berarti kan banyaknya 200 pengunjung yang naik ke menara pandang. Kalau <i>weekend</i> itu kan <i>nggih</i> rata-rata sekitar 400 pengunjung. Kadang pengunjung banyak itu mungkin tergantung tanggal tua atau tanggal muda. Kalau biasanya tanggal tua, kadang pengunjung sepi <i>mas</i>.</p>	
P	<p>Dari sekian banyak pengunjung yang naik ke menara pandang, pengunjung darimana yang paling jauh?</p>	
N	<p>Banyak <i>sih mas</i>. Dari Cilegon ada, Surabaya ada. Kadang yang dari luar Jawa itupun ada, kemarin juga ada dari Manado, Pekanbaru, Lampung. Bahkan turis mancanegara juga ada, dari Perancis dan Amerika.</p>	

#### **Wawancara 4**

Peneliti : Noviyanto Wahyu Jati Nugroho

Narasumber : K.H. Ahmad Rosyidi (Pengunjung)

Hari/Tanggal : Jumat, 26 Mei 2023

Pukul : 15.30 – 16.00 WIB

Tempat : Masjid Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar

Keterangan :

P : Peneliti

N : Narasumber

Ket	Wawancara	Main Tema
P	Sebelumnya bapak kunjungan wisata religi kemana saja pak?	
N	Saya ziarah Wali Songo. Mulai dari Banyuwangi berangkat ke makam Syeikh Maulana Malik Maghribi Malang, habis itu Pasuruan Kyai Hamid, habis itu langsung Kyai Kholil Bangkalan, Sunan Ampel Surabaya, Sunan Gresik, Tuban, Lamongan, Demak, Kudus, terus sampai Cirebon Sunan Gunung Djati. Terus ke Masjid Istiqlal, terus pulang ke Masjid Al-Jabar, Masjid At-Thariq ke Depok masjidnya Erick Thohir, pak Erick Thohir kan buat masjid juag megah seperti ini. Terus ke Syeikh	

	Zayed Solo, terus kesini Masjid Agung Madaniyah, terus terakhir ke Masjid Al-Falah Sragen.	
P	Perjalanan ini dalam rangka apa pak?	
N	Perjalanan selama 8 hari ini dalam rangka memberikan wahana, wacana, ilmu, wawasan kepada rombongan ibu-ibu dari Majelis Taklim Ziarah Qadarullah Banyuwangi.	
P	Sudah berapa kali berkunjung ke Masjid Agung Madaniyah ini pak?	
N	Saya baru pertama kali kesini.	
P	Bagaimana pendapat dari bapak tentang Masjid Agung Madaniyah? Apa pesan dan kesan waktu berkunjung kesini pak?	
N	Luar biasa, Masjid Agung Madaniyah ini arsitekturnya ala Arab, ala Masjid Nabawi Madinah. Kontruksinya bagus, tinggi, indah, megah. Sirkulasi udaranya juga nyaman, enak, sejuk. Dengan semua fasilitas yang lengkap, tempat wudhu yang luar biasa. Ya beginilah salah satu untuk umat Islam supaya mau shalat. Sementara kan dulu-dulu kesannya masjid itu kumuh, jadi fasilitas air wudhunya kurang memadai. Saran kami kepada orang-orang yang berduit, ya beginilah yang membuat masjid itu	

	<p>ramai. Kenapa? Dengan salah satu untuk membangkitkan, merangsang orang-orang ingin datang ke masjid, apalagi ditambahi perpustakaan. Dengan adanya perpustakaan kan juga bisa menambah ilmu-ilmu. Jadi ada rangsangan-rangsangan anak-anak kawula muda ingin membaca buku.</p>	
P	<p>Bapak tahu destinasi Masjid Agung Madaniyah darimana?</p>	
N	<p>Saya dari informasi tadi dari Solo. Dari Masjid Syeikh Zayed, tadi ada yang menyarankan, “Ada masjid bagus lagi pak, Madaniyah di Karanganyar, deket dari sini”. Jadi saya penasaran dan sebenarnya ini bukan jalur kami, dan ini tidak direncanakan, karena tadi dapat ilmu spontan dari salah satu orang. Saya sendiri merasa puas dan berkesan berkunjung kesini.</p>	
P	<p>Apa yang membuat bapak merasa tertarik untuk berkunjung kesini?</p>	
N	<p>Ya, awalnya kan katanya masjid ini megah, bagus. Makanya saya tertarik. Setelah sampai disini, memang betul apa dikatakan tadi. Arsitekturnya arsitektur ala Arab, Madinah. Lantas sebelum orang ke Madinah, mungkin</p>	

	dengan adanya rangsangan miniaturnya Masjid Nabawi ini.	
P	Terkait aksesibilitas, seperti jalan rayanya sudah memadai belum?	
N	Enak. Tempat parkir memadai. <i>Ngga</i> terlalu jauh. Kalau di Al-Jabar parkirnya terlalu jauh, di Syeikh Zayed juga parkirnya jauh. <i>Ngga</i> nyaman. Disini pas, nyaman. Jadi habis parkir, langsung turun, langsung bisa ke masjidnya. Kalau yang lain sebenarnya masjidnya juga bagus-bagus, tapi menuju ke masjidnya agak jauh. Disini juga menyediakan ruangan untuk penginapan bagi pengunjung, bagi orang yang bermusafir semisal kemalaman, bisa menginap disini. Luar biasa.	
P	Apa saja yang menjadi daya tarik utama di Masjid Agung Madaniyah?	
N	Jadi tadi pas masuk ini langsung melihat 4 buah payung di depan itu sangat menarik, luar biasa itu. Ini pintunya juga seperti pintu Masjid Nabawi di Madinah, tinggi, luar biasa ini.	
P	Menurut bapak, apa yang membedakan Masjid Agung	

	Madaniyah ini dengan masjid yang bapak kunjungi?	
N	Ya, yang membedakan, jelas ada ciri khasnya, jelas setiap kehidupan ada <i>min</i> dan <i>plusnya</i> . Mungkin memunculkan simbol daerahnya, ada etnis daerah, etnis suku. Tapi kalau ini, ini bagus ya, ini ala Arab. Sama dengan di Zayed Solo, nah itu hampir sama kan, itu ala Abu Dhabi. Tapi yang bagus, arsitek yang penataannya bagus itu ya Al-Jabar, karena unik kan. Kalau begini, hampir setiap daerah-daerah punya. Tapi yang <i>ngga</i> model yang begini. Kalau masuk ke Masjid Zayed itu saya <i>ndak</i> kurang <i>wah sih engga</i> , karena mungkin saya lama di Arab ya, udah terbiasa melihat masjid seperti itu, jadi <i>ngga</i> kaget. Kalau orang-orang belum pernah masjid begitu ya, bagi orang-orang masjid itu bagus. Tapi yang paling berkesan di antara tadi, satu Masjid Al-Jabar, karena arsitekturnya luar biasa, unik. Dua, Masjid At-Thariq. Ketiga sini, Masjid Agung Madaniyah.	
P	Terkait pemberian nama sebuah masjid, seperti masjid ini dinamai Masjid Agung Madaniyah, apakah	

	nama masjid berpengaruh pada jamaah atau pengunjung untuk datang ke masjid tersebut?	
N	Ya berpengaruhlah. Ini kan dinamai Madaniyah itu kan karena masjid ini megah, <i>wah</i> . Dinamai Al-Madaniyah sesuai dengan kemegahannya. Jadi wajar kalau masjid ini dinamai Madaniyah, sesuai dengan realita. Sesuai, satu tingginya, arsitekturnya khas Masjid Nabawi Madinah. Jadi jelas orang membangun masjid itu pasti ada filosofi, ada tujuannya. Kalau ini Madaniyah ya karena kemegahan, tapi ya memang betul-betul megah.	
P	Apakah bapak akan merekomendasikan Masjid Agung Madaniyah kepada orang lain untuk berkunjung kesini?	
N	Ya akan merekomendasikan, dan akan memberi kabar. <i>Kan gitu</i> . Kita kabarkan, rangsangan. Saya masukkan ke <i>status</i> di media sosial. Tujuannya apa? Untuk berbagi ilmu dan pengalaman untuk orang itu agar datang kesini. Kalau orang itu datang kesini kan saya dapat pahala juga, membawa orang-orang bisa shalat disini, orang itu yang shalat disini,	

	saya dapat pahala, walaupun saya di rumah.	
--	--	--

## Wawancara 5

Peneliti : Noviyanto Wahyu Jati Nugroho

Narasumber : Heri Kuswanto (Pengunjung)

Hari/Tanggal : Senin, 29 Mei 2023

Pukul : 14.45 – 15.30 WIB

Tempat : Masjid Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar

Keterangan :

P : Peneliti

N : Narasumber

Ket	Wawancara	Main Tema
P	Sebelumnya perkenalan dulu <i>nggih</i> pak. Dengan bapak siapa?	
N	Saya Bapak Heri Kuswanto. Saat ini saya mengajar di SD Aisyiah Unggulan Gemolong Sragen.	
P	Bapak tahu destinasi Masjid Agung Madaniyah darimana?	
N	Tentunya dari berita, dari media sosial, dan juga dari cerita mulut ke mulut. Memang di awal dulu saya sering kesini, belum semegah ini. Tapi sekarang sudah jadi, sangat indah, megah, dan akhirnya <i>kesampean</i> kesini sama anak-anak.	
P	Tadi membawa berapa siswa dan rombongan pak?	

N	<p>Hari ini kita membawa 11 bus, sejumlah 350 anak. Hari ini kita membawa kelas 1 dan kelas 2 saja <i>mas</i>. Untuk besok kelas 3 dan kelas 4, besoknya lagi kelas 5 dan kelas 6. Dalam rangka menjelang Ulangan Akhir Tahun, jadi kita <i>outbound</i>, kemudian juga kita ajak untuk berkunjung Masjid Agung Madaniyah.</p>	
P	<p>Kalau boleh tahu, apa alasan bapak dan rombongan dari SD Aisyiah Unggulan Gemolong Sragen untuk berkunjung ke masjid ini?</p>	
N	<p>Yang pertama, kita mengenalkan tentang adanya Masjid Agung Madaniyah di Karanganyar yang sudah sangat di Jawa Tengah, bahkan nasional. Yang mana ini mirip sekali yang ada di Madinah, konon katanya seperti itu. Yang kedua, merupakan pendidikan karakter agama, shalat berjamaah dengan cara kita qasar jama', karena kita perjalanan jauh juga. Anak-anak kita edukasi untuk shalat berjamaah dan juga shalat jama', terlebih di masjid yang luar biasa ini.</p>	

P	Bagaimana pendapat bapak tentang daya tarik utama di Masjid Agung Madaniyah?	
N	Ini ya dari segi arsitekturnya sangat luar biasa. Saya kira ini juga mengadopsi yang ada di Madinah, mungkin juga miniaturnya atau tiruannya yang luar biasa. Sebelum adanya Masjid Syeikh Zayed ya yang di Solo itu, saya kira ini menjadi fenomena tersendiri di Karanganyar, khususnya kabupaten saya sendiri. Ini daya tarik yang luar biasa untuk wisata religi, dan juga wisata edukasi untuk mengenalkan masjid yang ada di Madinah yang di Karanganyar.	
P	Bagaimana pendapat bapak tentang filosofi nama Madaniyah?	
N	Ya kalau sepengetahuan saya, mungkin juga masjid ini bisa menjadikan Kabupaten Karanganyar menjadi kabupaten yang madani.	
P	Apakah fasilitas yang ada di Masjid Agung Madaniyah sudah memadai?	
N	Ya sangat mewahlah untuk ukuran masjid. Saya kira lebih . . kalau yang di Klaten itu Masjid Al-Aqsha itu ada, tapi kok saya lebih tertariknya kesini ya, atau mungkin karena namanya ini Madaniyah . . luar biasa.	

P	Bagaimana pendapat bapak terkait aksesibilitas untuk menuju ke masjid ini?	
N	Ya kalau ini untuk anak-anak ini sangat mudah, terutama ketika membawa rombongan anak-anak sekolah, artinya tidak lalu-lalang keluar kendaraan yang roda besar, keluar masuk juga tidak begitu banyak bus besar, atau mungkin karena ini tidak di akhir pekan. Tapi untuk tempatnya sangat strategis, dari jalan utama Kabupaten Karanganyar kelihatan, depan alun-alun, depan kantor pemerintahan, ini sudah sangat luar biasa, hanya saja nanti pohonnya ketika sudah besar ini tambah rindang sekali.	

## Wawancara 6

Peneliti : Noviyanto Wahyu Jati Nugroho

Narasumber : Ismail Ardi Saputro (Pengunjung)

Hari/Tanggal : Kamis, 1 Juni 2023

Pukul : 10.45 – 11.30 WIB

Tempat : Masjid Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar

Keterangan :

P : Peneliti

N : Narasumber

Ket	Wawancara	Main Tema
P	Darimana anda mengetahui destinasi wisata religi Masjid Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar?	
N	Karena saya sering melewati alun-alun Karanganyar, jadi saya mengetahui masjid Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar ini, <i>mas</i> .	
P	Sudah berapa kali anda berkunjung ke Masjid Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar?	
N	Kurang lebih 15 kali, <i>mas</i> .	
P	Apa yang membuat anda tertarik berkunjung ke Masjid Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar?	

N	<p>Yang membuat saya tertarik untuk berkunjung ke Masjid Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar ialah kemegahan dan keestetikan dari bangunan maupun ornamen masjid yang khas masjid bergaya Timur Tengah termegah di Jawa Tengah, juga karena desain arsitekturnya mereplikasi Masjid Nabawi di Madinah, Arab Saudi. Apalagi suara adzan dan imam Masjid Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar hebat dan indah suaranya.</p>	
P	<p>Bagaimana pendapat anda tentang Masjid Masjid Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar?</p>	
N	<p>Pendapat saya mengenai masjid Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar itu, yang pertama mewah, megah dan indah bergaya Timur Tengah. Yang kedua imam dan muadzin suaranya merdu. Yang ketiga memiliki 4 payung yang ada di depan masjid, dan yang keempat itu 9 pintu yang besar, yang memberikan kesan kolosal.</p>	
P	<p>Apa saja yang menjadi daya tarik utama yang ada Masjid Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar?</p>	

N	Ya, sama <i>kayak</i> itu tadi <i>mas</i> . Tadi yang pertama mewah, megah dan indah bergaya Timur Tengah. Yang kedua imam dan muadzin suaranya merdu. Yang ketiga memiliki 4 payung yang ada di depan masjid.	
P	Bagaimana pendapat anda tentang akses jalan menuju Masjid Agung Madaniyah?	
N	Masjid Agung Karanganyar ini sangat mudah dijangkau dengan kendaraan pribadi maupun transportasi umum. Apabila mengendarai kendaraan pribadi, dari arah Kota Solo, tinggal menyusuri Jalan Lawu, yang merupakan jalan utama di Kota Karanganyar. Apabila sudah masuk di pusat kotanya Karanganyar maka menara pandang masjid akan terlihat. Meski harus masuk jalan kecil ke kanan, namun alamat masjid ini masih berada di Jalan Lawu. Begitu juga kalau semisal dari arah timur, seperti Sarangan, Tawangmangu atau Kemuning, tinggal mengikuti jalan raya Solo-Tawangmangu. Setelah sampai di pusat kota Karanganyar bagian barat, masjid dan menaranya sudah terlihat karena cukup tinggi.	

P	Apakah akses informasi mengenai Masjid Agung Madaniyah sudah cukup jelas? Bagaimana anda mendapatkan akses informasi tersebut?	
N	Menurut saya sudah cukup jelas <i>mas.</i>	
P	Fasilitas apa saja yang terdapat di Masjid Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar?	
N	<p>Menurut saya, fasilitas yang ada Masjid Agung Karanganyar termasuk yang terbaik di Indonesia. Untuk fasilitas utamanya, yaitu ruang salat, tersedia tempat yang lega, bersih, dan sejuk. Bangunan masjid Madaniyah terdiri atas tiga lantai yang mampu menampung sekitar 6.000 jamaah. Terus menurut informasi yang saya dapat ini, ya masjid ini dibangun di lahan seluas 2,8 ha.</p> <p>Bangunan masjid ini terdiri atas ruang ibadah atau salat 5.089 m<sup>2</sup>, ruang pengelola masjid 538,79 m<sup>2</sup>, ruang pendidikan 444,91 m<sup>2</sup>, perpustakaan 307,22 m<sup>2</sup>, area parkir 7.086 m<sup>2</sup>, dan fasilitas penunjang 496,8 m<sup>2</sup>. Total 14.291,53 m<sup>2</sup>, dan sebagian lagi untuk taman. Lantai dasar dipakai untuk perkantoran, ruang pertemuan, dan berbagai kegiatan. Kemudian di</p>	

	<p>tengah-tengah ada aula untuk penyelenggaraan acara konvensi.</p> <p>Di sisi timur adalah tempat wudhu. Baik wudhu untuk laki-laki atau pun perempuan. Di sisi kanan dan kiri terdapat area jalan untuk penyandang difabel, perempuan lansia, dan pria lansia. Kemudian di dalam Masjid Agung Madaniyah Karanganyar juga disediakan <i>lift</i> yang dapat digunakan jamaah, para lansia, maupun penyandang difabel.</p> <p>Bahkan di tempat wudhu pun dipisah menjadi empat bagian. Dua bagian untuk pria dan dua bagian untuk wanita. Satu dari masing-masing bagian tersebut adalah tempat wudhu bagi pria atau perempuan lansia dan penyandang difabel. Tempat wudhunya pun dilengkapi dengan tempat duduk dan pegangan tangan.</p> <p>Kemudian untuk karpet ya, karpetnya ini termasuk yang berkualitas tinggi, setiap meternya katanya <i>sih</i> seharga 1 juta ya. Jika kita beribadah di Masjid Agung ini, akan ada aroma wewangian khas. Aroma itu berasal dari kayu gaharu yang ditebar di sekitar ruang utama. Kayu gaharu tersebut langsung didatangkan dari Arab Saudi.</p>	
--	---	--

P	Apakah fasilitas sarana dan prasana yang ada di Masjid Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar sudah memadai?	
N	Menurut saya, dari semua fasilitas sarana dan prasana yang ada di Masjid Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar sudah memadai.	
P	Apa keunggulan dan keunikan dari Masjid Agung Agung Madaniyah Kabupaten Karanganyar yang membedakan dengan destinasi wisata religi lainnya?	
N	Saya kira hampir sama ya, seperti daya tarik tadi <i>mas</i> . Tadi yang pertama mewah, megah dan indah bergaya Timur Tengah. Yang kedua imam dan muadzin suaranya merdu. Yang ketiga memiliki 4 payung yang ada di depan masjid. Terus ditambah juga disini ada menara pandang yang menjulang tinggi.	
P	Apakah ada nilai filosofi dari nama "Madaniyah"?	
N	Kalau menurut saya ya <i>mas</i> , sepengetahuan saya filosofi dari nama Madaniyah itu berawal dari Madinah yang menyatukan kaum Anshor dan Muhajirin, kedua kaum tersebut walaupun berbeda dan tidak saling	

	<p>mengenal, kedua kaum tersebut hidup guyub, rukun, toleransi dan saling menghargai. Begitu pula Masjid Agung Madaniyah.</p> <p>Konsep tadi bisa ditiru dan menjadi tujuan dari pengelola, Pemerintah Kabupaten Karanganyar juga pasti ingin menyatukan ormas-ormas Islam yang berada di Kabupaten Karanganyar supaya hidup dengan guyub, rukun, toleransi dan saling menghargai.</p>	
P	<p>Bagaimana cara anda mempromosikan Masjid Agung Madaniyah agar menjadi tujuan destinasi wisata religi unggulan, khususnya di Provinsi Jawa Tengah?</p>	
N	<p>Kalau cara saya mempromosikan Masjid Agung Madaniyah, dengan membuat konten terus kemudian meng-<i>uploadnya</i> menjadi video <i>reels</i> di Instagram, bisa juga di Tiktok, atau ke media sosial. Itu merupakan juga sebagai <i>branding</i> Masjid Agung Madaniyah.</p>	

*Lampiran 3*

**DOKUMENTASI**



Foto bersama Bapak H. Sudaryono dan Bapak Drs. H. Sularno, M.Pd. selaku takmir Masjid Agung Madaniyah



Foto bersama Bu Sri Lestari dan mas Nuril selaku petugas menara pandang Masjid Agung Madaniyah



Wawancara dengan Bapak Drs. H. Sularno, M.Pd.



Wawancara dengan Bapak H. Sudaryono



Foto bersama dengan Bapak KH. Ahmad Rosyidi dan rombongan jamaah Majelis Taklim Qodarullah Banyuwangi



Wawancara dengan Bapak KH. Ahmad Rosyidi



Foto bersama Bapak Heri Kuswanto dan beberapa murid dari rombongan SD Aisyiah Gemolong Sragen



Wawancara dengan mas Ismail Ardi

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Noviyanto Wahyu Jati Nugroho  
Tempat, Tanggal Lahir : Karanganyar, 9 November 2000  
Jenis Kelamin : Laki-laki  
Agama : Islam  
Alamat : Ngadirejo Rt 05/Rw 03, Ngunut, Jumantono,  
Karanganyar  
Nomor Telepon/WA : 081338509825  
Email : [noviyantowahyujati11@gmail.com](mailto:noviyantowahyujati11@gmail.com)

### Riwayat Pendidikan

TK Genengan 1 : 2005 - 2007  
SD Negeri 01 Genengan : 2007 - 2013  
SMP Negeri 1 Jumantono : 2013 - 2016  
SMA Negeri Karangpandan : 2016 - 2019  
Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta : 2019 - sekarang