

Pendidikan agama Islam dikalangan remaja: Studi tentang remaja masjid raya Pondok Indah-Jakarta Selatan

Sri Indrawati, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=99226&lokasi=lokal>

Abstrak

Tesis ini akan membahas Pendidikan Agama Islam di kalangan Remaja. Metodologi Penelitian yang dilakukan adalah menggunakan pendekatan penelitian kualitatif, bersifat deskriptif, studi kasus dengan obyek kasus adalah Remaja Masjid Raya Pondok Indah. Karakteristik data adalah kegiatan Remaja Masjid Raya Pondok Indah yang meliputi Kegiatan Pendidikan Agama Islam dan Kegiatan Pengamalan Ajaran Agama Islam di masyarakat. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi dan wawancara. Ruang lingkup Penelitian akan meliputi, a) Karakteristik Remaja, Psikologi belajar agama pada tingkat remaja; b) Metode pengajaran Pendidikan Agama Islam yang sesuai dengan karakteristik Remaja; dan. Materi (sesuai dengan dasar ajaran Islam): Aqidah, Syari'ah (ihadah, mu'amalah), Akhlak; c) Hasil yang diharapkan : menjadikan RMRPI sebagai wadah ikatan Remaja Islam dalam pembinaan karakter dan potensi remaja melalui kegiatan pendidikan agama Islam. Dari hasil temuan terlihat bahwa meskipun remaja lebih menyukai belajar agama Islam melalui ikatan remaja di mesjid, dibandingkan pendidikan di sekolah maupun di rumah namun pada kenyataannya terlihat peran serta remaja dalam kegiatan kegiatan remaja Islam Masjid belum optimal, dan bahkan dapat dikatakan lesu. Mengapa?

Di sinilah tantangan Pengurus Remaja Islam Masjid Raya Pondok Indah untuk mencari strategi metode pengajaran yang efektif sesuai dengan jiwa remaja dan kebutuhan remaja agar kegiatan-kegiatan di mesjid menjadi menarik dan produktif.

Salah satu alternatif solusi adalah menggunakan metode yang menarik bagi remaja dengan menggunakan metode pengajaran " Quantum Teaching", dalam mengenal Allah dan mengenal diri remaja itu sendiri, melalui ESQ model, untuk menjadikan Remaja, generasi muda yang mempunyai integritas tinggi, shaleh dan bertindak sesuai nilai-nilai Islam.

Menyiasati tantangan diatas dengan melakukan pendekatan kerangka "market-lag" dengan positioning yang tepat atas kegiatan RMRPI, differentiation yang sesuai dengan kompetensi pengurus dan branding yang sinkron dengan kedua aspek pertama positioning dan differentiation sehingga RMRPI memiliki nilai (value) yang lain dengan memberikan suatu tempat di benak remaja.

The thesis encompasses the Islam Education with the teenagers. Meanwhile the methodology is done within qualitative approach, through descriptive and case study taking the youngsters of Masjid Raya Pondok Indah as the sample. The data collated encompassing the activities from the theoretical study of Islam until the applied practices of the study in the community. The data was collated through various means such as observation and interviews. The scope to study covering the various angles, namely: a) characteristic and psychological make-up of teenagers studying islam, b) teaching methodology of Islam in line with the teenagers characteristics covering the basic standard of Islamic study namely, the aqidah,

syariah (ibadah, muamalah), akhlak c) the result expected making RMRPI to be come a solid Islam Teenagers Club (Ikatan Remaja Islam). It is observed clearly although youngsters prefer to study Islam among friends in Masjid rather than in school or at home, yet their role in the RMRPI is very low. The above condition could be improved through the enhancement of the methodology and learning process, to offset their reluctance to participate in the RMRPI activities. How would this be materialized?

The first and main challenge would be to seek the best strategy in the way of teaching to be able to attract youngsters in line with their psychological make-up so as the activities become dynamic and interactive. One of the possible alternative would be adopting the "Quantum Learning" in the study of ALLAH The Benevolent through the ESQ Model that has made abundant youngsters deeply engrossed with the study of ISLAM.

The second and major challenge would seek means to market the organization through "market-ing" [in the form of activities not concept], through the precise positioning in accordance with the target and segmentation then making specific differentiation to support the positioning which is in line with the competence of the teachers and RMRPI management, finally the organization should then have the desired brand which augment the first two strategy: positioning and differentiation. Therefore RMRPI will have value that will win the mind and heart of the teenagers.