

**TATA KELOLA MEDIA SOSIAL YANG PROFESIONAL DAN BERDAMPAK SOSIAL
DI MASJID JAMI AL-BAROKAH TANGERANG SELATAN****¹⁾Muhyiddin Fanda Setiawan, ²⁾ Amalia Azmi Sitorus****^{1,2,3} Afiliasi Dosen Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Pamulang****^{1,2,3} dosenunpam02961@unpam.ac.id, dosenunpam03138@unpam.ac.id,
dosenunpam02911@unpam.ac.id****Abstrak**

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dilaksanakan di Masjid Jami Al-Barokah Tangerang Selatan dengan fokus pada peningkatan tata kelola media sosial yang lebih profesional dan berdampak sosial. Permasalahan utama mitra adalah belum optimalnya penggunaan media sosial sebagai sarana dakwah dan informasi, ditandai dengan ketidakteraturan konten, minimnya strategi komunikasi digital, serta keterbatasan pengetahuan pengurus dalam pengelolaan visual dan pesan. Metode kegiatan meliputi pemetaan kebutuhan, pelatihan dasar komunikasi digital, praktik pembuatan konten, serta pendampingan intensif dalam penerapan strategi unggahan. Hasil PKM menunjukkan peningkatan kemampuan pengurus dalam merancang konten yang informatif, menarik, dan sesuai etika komunikasi digital. Selain itu, interaksi jamaah meningkat signifikan setelah adanya konsistensi unggahan dan perbaikan kualitas visual. Program ini membuktikan bahwa penguatan literasi digital di lingkungan masjid dapat meningkatkan efektivitas dakwah dan memperluas dampak sosial melalui media sosial

Kata kunci: Media Sosial, Tata Kelola, Dakwah Digital, Komunikasi Publik, Pengabdian Masyarakat

Abstract

This Community Service Program was carried out at Masjid Jami Al-Barokah, South Tangerang, focusing on improving professional and socially impactful social media management. The main issues faced by the partner included the irregular use of social media as a platform for religious outreach and information, limited digital communication strategies, and a lack of skills among administrators in designing visuals and crafting effective messages. The program involved several stages: needs assessment, training on digital communication fundamentals, hands-on content creation practice, and intensive mentoring in implementing posting strategies. The results show a significant improvement in the administrators' ability to create informative, engaging, and ethically sound content. Additionally, online engagement from the congregation increased after the implementation of consistent posting schedules and improved visual quality. This program demonstrates that strengthening digital literacy within mosque management can enhance the effectiveness of religious outreach and broaden social impact through social media.

Keywords: social media, governance, digital outreach, public communication, community service

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital dalam dua dekade terakhir telah mengubah wajah komunikasi publik secara signifikan, termasuk dalam konteks lembaga keagamaan seperti masjid. Media sosial tidak lagi hanya digunakan sebagai ruang berbagi informasi pribadi, tetapi juga sebagai sarana penyebarluasan informasi komunitas, kegiatan sosial, hingga dakwah keagamaan. Masjid sebagai pusat aktivitas umat memiliki peran strategis dalam menyebarkan nilai-nilai positif melalui media sosial. Namun, kemampuan pengelolaan media sosial yang profesional masih menjadi tantangan di banyak masjid, termasuk di Masjid Jami Al-Barokah yang berlokasi di Tangerang Selatan. Masjid ini merupakan salah satu pusat aktivitas ibadah dan sosial masyarakat, tetapi belum memiliki sistem tata kelola media sosial yang terstruktur dan terarah.

Di era digital, masyarakat semakin aktif mencari informasi melalui platform seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp. Ketika masjid dapat memanfaatkan platform tersebut secara efektif, dampak sosial yang dihasilkan dapat sangat besar. Media sosial dapat menjadi jembatan antara pengurus masjid dan jamaah, menjangkau kelompok usia muda yang cenderung lebih aktif di dunia digital, serta mendukung penyebaran informasi secara cepat dan akurat. Selain itu, media sosial juga menjadi wahana bagi masjid untuk menampilkan kegiatan-kegiatan kemasyarakatan yang selama ini dilakukan secara langsung, seperti kajian keagamaan, kegiatan sosial, penggalangan donasi, dan program pendidikan. Dengan pengelolaan yang baik, media sosial dapat meningkatkan engagement jamaah, menumbuhkan rasa memiliki, serta memperkuat citra masjid sebagai pusat belajar dan pengembangan masyarakat.

Masjid Jami Al-Barokah menghadapi beberapa permasalahan terkait pengelolaan media sosial. Pertama, konten yang dipublikasikan belum memiliki konsistensi baik dari sisi frekuensi unggahan maupun gaya visual. Kedua, pengurus masjid belum memahami strategi komunikasi digital yang efektif, seperti penentuan target audiens, perencanaan kalender konten, hingga penggunaan teknik storytelling. Ketiga, belum terdapat standar etika komunikasi digital yang diterapkan secara konsisten. Hal ini menyebabkan pesan-pesan dakwah yang dibagikan belum sepenuhnya terstruktur, belum memiliki karakter visual yang kuat, dan terkadang tidak sesuai dengan gaya komunikasi jamaah muda yang menjadi pengguna aktif media sosial. Kekurangan ini menyebabkan akun media sosial masjid kurang mendapatkan interaksi, meskipun masjid memiliki kegiatan yang cukup aktif. Dalam konteks komunikasi organisasi dan komunikasi

publik, media sosial memiliki peran vital sebagai jembatan antara lembaga dan publiknya. Menurut teori komunikasi partisipatif, hubungan yang baik antara lembaga dan masyarakat dibangun melalui keterbukaan informasi, dialog, serta partisipasi aktif. Masjid sebagai organisasi keagamaan tidak hanya memiliki fungsi spiritual, tetapi juga fungsi sosial dan edukatif. Oleh karena itu, tata kelola media sosial yang profesional dapat mendukung penguatan hubungan organisasi dengan jamaahnya. Dengan konten yang lebih informatif, terukur, dan menarik, jamaah dapat merasa lebih dekat dengan aktivitas masjid meskipun tidak selalu hadir secara fisik. PKM ini disusun berdasarkan kebutuhan nyata pengurus Masjid Jami Al-Barokah dalam menghadapi tantangan era digital. Melalui program pelatihan dan pendampingan, pengurus diharapkan dapat memahami dasar-dasar komunikasi digital dan mampu menerapkannya secara mandiri. Selain melatih keterampilan teknis seperti membuat desain sederhana, mengatur tata letak konten, dan menyusun caption yang menarik, kegiatan ini juga berfokus pada aspek manajerial seperti merancang strategi konten, membuat standar operasional prosedur (SOP), dan menentukan indikator keberhasilan. Pendekatan ini penting agar program tidak berhenti pada pelatihan satu kali, tetapi dapat dilanjutkan secara berkelanjutan oleh pengurus masjid.

Tujuan utama dari kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini adalah menciptakan tata kelola media sosial yang profesional, beretika, berkelanjutan, serta mampu memberikan dampak sosial yang positif. Dengan manajemen media sosial yang baik, berbagai kegiatan masjid dapat terdokumentasi dengan rapi, dipublikasikan secara konsisten, dan dijangkau lebih luas oleh jamaah dan masyarakat umum. Selain itu, program ini diharapkan mampu meningkatkan pemahaman pengurus mengenai pentingnya literasi digital dalam dakwah modern. Dakwah di era digital membutuhkan pendekatan yang lebih kreatif dan komunikatif agar pesan keagamaan dapat diterima dengan baik oleh jamaah dari berbagai latar belakang usia, terutama generasi muda. Pendekatan digital juga memberikan peluang bagi masjid untuk memperluas jangkauan dakwah tanpa batasan ruang dan waktu. Jika sebelumnya informasi kegiatan masjid hanya diketahui oleh jamaah yang hadir langsung, kini akun media sosial memungkinkan informasi tersebut sampai kepada jamaah yang sedang bekerja, berada di luar kota, atau bahkan berdomisili jauh dari masjid. Selain itu, media sosial juga berfungsi sebagai dokumentasi publik yang dapat menjadi bahan evaluasi dan perencanaan kegiatan jangka panjang.

Melihat besarnya potensi media sosial bagi lembaga keagamaan, PKM ini dirancang dengan mempertimbangkan praktik terbaik (best practice) tata kelola media sosial dari berbagai lembaga lain. Dengan memadukan prinsip komunikasi organisasi, komunikasi digital, dan manajemen konten, kegiatan ini berharap dapat menjadi contoh bagi masjid-masjid lain dalam menerapkan strategi komunikasi modern yang tetap berpegang pada nilai-nilai keagamaan.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan PKM ini dilaksanakan dengan pendekatan pelatihan dan pendampingan yang berfokus pada peningkatan kemampuan praktis dan strategis pengurus Masjid Jami Al-Barokah. Metode pelaksanaan dimulai dengan observasi awal untuk memetakan kondisi eksisting pengelolaan media sosial masjid. Observasi dilakukan melalui wawancara dengan pengurus, peninjauan langsung terhadap akun media sosial yang sudah ada, serta diskusi mengenai kebutuhan dan tujuan jangka panjang. Proses pemetaan ini penting agar program pelatihan dapat disesuaikan dengan tingkat pemahaman peserta. Setelah tahap observasi, kegiatan dilanjutkan dengan pelatihan yang dibagi menjadi dua sesi utama. Sesi pertama membahas dasar-dasar komunikasi digital, meliputi pengenalan media sosial sebagai alat komunikasi publik, pentingnya penentuan target audiens, prinsip konten yang baik, serta etika komunikasi digital. Peserta diberikan pemahaman tentang bagaimana menyusun pesan yang jelas dan efektif melalui teks, visual, serta kombinasi keduanya.

Sesi kedua berfokus pada keterampilan teknis. Peserta dilatih membuat kalender konten bulanan, merancang konten menggunakan aplikasi desain sederhana, serta menuliskan caption yang komunikatif. Pelatihan dilakukan secara interaktif melalui praktik langsung agar peserta terbiasa mengerjakan konten secara mandiri. Peserta juga diberi contoh format SOP pengelolaan media sosial, termasuk alur persetujuan konten, frekuensi unggahan, jenis konten, dan indikator keberhasilan. Setelah pelatihan, kegiatan dilanjutkan dengan pendampingan teknis. Pendampingan ini dilakukan secara mingguan selama satu bulan untuk memastikan peserta dapat menerapkan keterampilan yang diperoleh. Dalam proses pendampingan, peserta diminta membuat konten nyata untuk akun media sosial masjid, yang kemudian direview dan dievaluasi bersama tim PKM. Pendampingan juga mencakup pemberian umpan balik, diskusi perbaikan, serta konsultasi mengenai permasalahan teknis yang muncul. Tahap terakhir adalah evaluasi hasil pelaksanaan. Evaluasi dilakukan dengan membandingkan kondisi media sosial masjid sebelum dan sesudah kegiatan. Aspek yang dinilai meliputi peningkatan kualitas visual, konsistensi unggahan, interaksi jamaah, serta kemampuan peserta menjalankan SOP. Evaluasi ini menjadi dasar untuk merumuskan rekomendasi lanjutan agar program dapat berkelanjutan.

HASIL DAN PEMBAHASAN**1. Transformasi Pengetahuan Digital Pengurus Masjid Jami Al-Barokah**

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) mengenai tata kelola media sosial di Masjid Jami Al-Barokah Tangerang Selatan menunjukkan bahwa perubahan paling awal terjadi pada aspek pengetahuan digital para pengurus. Sebelum program dimulai, mayoritas pengurus memandang media sosial sebatas ruang berbagi informasi sederhana, seperti pengumuman jadwal salat, kegiatan santunan, atau pembagian dokumentasi tanpa pola yang jelas. Media sosial dianggap hanya sebagai alat pelengkap, bukan bagian dari strategi komunikasi yang memerlukan perencanaan dan pemahaman mendalam tentang karakter pengguna digital masa kini. Selama observasi awal, tim PKM menemukan bahwa sebagian besar pengurus belum memahami konsep dasar seperti algoritma media sosial, segmentasi audiens, gaya bahasa digital, serta prinsip visual yang menarik. Hal ini dapat dipahami mengingat pengurus masjid berasal dari latar belakang yang beragam; sebagian berusia di atas 40 tahun, sebagian lainnya memiliki kesibukan pekerjaan sehingga tidak terbiasa mengikuti perkembangan teknologi digital secara intens. Keterbatasan ini menciptakan kesenjangan antara potensi media sosial dengan pemanfaatannya di tingkat pengelola masjid.

Program PKM kemudian memberikan pelatihan mengenai dasar-dasar literasi digital, yang meliputi pemahaman mengenai perilaku pengguna media sosial, pentingnya visual yang menarik, bagaimana algoritma menentukan jangkauan konten, serta bagaimana membangun keterlibatan (engagement) dengan jamaah. Pada tahap ini, pengurus mulai memahami bahwa media sosial bukan sekadar platform untuk mengunggah foto atau teks, tetapi sebuah sistem komunikasi publik yang sangat dipengaruhi oleh kualitas konten, konsistensi unggahan, serta relevansi topik dengan kebutuhan jamaah. Dalam sesi pelatihan, peserta juga mempelajari bagaimana media sosial dapat menjadi sarana dakwah modern yang efektif. Mereka belajar bahwa dakwah tidak hanya disampaikan melalui mimbar, ceramah langsung, atau majelis rutin, tetapi juga dapat dihadirkan secara digital melalui unggahan singkat, video pendek, kutipan ayat atau hadis, serta narasi inspiratif yang dibagikan secara konsisten. Kesadaran ini menjadi titik balik penting dalam cara pandang pengurus masjid terhadap media sosial: dari yang awalnya menganggap media

sosial sebagai tugas tambahan menjadi memandangnya sebagai bagian integral dari tugas dakwah dan pelayanan kepada jamaah.

Kesadaran baru ini mendorong para pengurus untuk memahami bagaimana memilih pesan yang tepat, bagaimana menyampaikan informasi agar tidak menimbulkan kesalahpahaman, serta bagaimana menjaga etika komunikasi yang sesuai dengan nilai-nilai Islam.

Pada tahap ini, pengurus mulai menyadari pentingnya akurasi informasi dan kehati-hatian dalam memverifikasi konten sebelum dipublikasikan. Kesalahan kecil dalam penulisan atau penyampaian bisa berdampak luas karena media sosial bekerja sangat cepat dan menjangkau banyak orang dalam waktu singkat. Melalui diskusi dan refleksi, pengurus juga memahami bahwa jamaah di era digital memiliki karakter yang berbeda. Generasi muda cenderung mencari konten yang ringkas, visual yang kuat, serta narasi yang mudah dipahami. Generasi yang lebih dewasa cenderung membutuhkan informasi yang jelas, terpercaya, dan tidak berlebihan. Mengetahui hal ini, pengurus mulai melihat bahwa media sosial masjid harus bersifat inklusif, ramah bagi semua usia, dan menyampaikan pesan yang selaras dengan kebutuhan jamaah. Transformasi pengetahuan ini semakin kuat karena pelatihan dilengkapi dengan contoh nyata dari akun media sosial masjid lain yang telah berhasil membangun identitas digital yang baik. Pengurus mempelajari bagaimana masjid-masjid tersebut mengembangkan gaya visual khas, bagaimana mereka membangun komunikasi yang hangat dengan jamaah, serta bagaimana mereka menggunakan media sosial untuk memperkuat kehadiran masjid dalam kehidupan sehari-hari masyarakat. Hal ini memberikan inspirasi sekaligus motivasi bagi pengurus Masjid Jami Al-Barokah untuk menghasilkan perubahan serupa.

Selain peningkatan pemahaman konseptual, pengurus juga menunjukkan perubahan dalam kemampuan mereka menilai kualitas konten. Jika sebelumnya mereka kesulitan membedakan mana konten yang layak unggah dan mana yang perlu diperbaiki, kini mereka dapat memberikan kritik dan masukan terhadap konsep visual, gaya bahasa, maupun pemilihan foto. Kemampuan evaluatif ini menjadi sangat penting karena membangun media sosial tidak hanya tentang menghasilkan konten, tetapi juga menjaga standar kualitas secara konsisten. Transformasi pengetahuan ini berpengaruh langsung terhadap rasa percaya diri pengurus dalam mengelola media sosial. Banyak pengurus yang

sebelumnya ragu atau takut membuat konten, khawatir hasilnya tidak bagus atau dianggap kurang profesional. Namun setelah memahami prinsip-prinsip dasar yang diberikan dalam pelatihan, para pengurus menjadi lebih berani mencoba, lebih siap menerima masukan, dan lebih percaya bahwa mereka mampu memproduksi konten yang bermanfaat bagi jamaah. Dampak jangka panjang dari peningkatan literasi digital ini sangat signifikan. Dengan pemahaman yang lebih baik, pengurus dapat merencanakan pengelolaan media sosial secara berkelanjutan, tidak hanya mengikuti tren sesaat. Mereka mengerti bahwa pengelolaan media sosial masjid bukan sekadar tentang viral atau tidak viral, tetapi tentang menyampaikan nilai, menjaga kepercayaan jamaah, dan membangun hubungan yang kuat antara masjid dan komunitasnya.

Transformasi ini juga membuka ruang bagi kolaborasi antar-pengurus. Dengan pengetahuan yang lebih merata, proses komunikasi internal menjadi lebih mudah. Pengurus dapat berdiskusi tentang ide konten, menentukan prioritas informasi, dan membagi tugas secara lebih terarah. Sebelumnya, proses ini cenderung berjalan spontan dan tidak terorganisir. Setelah peningkatan pengetahuan, pengurus memiliki bahasa yang sama dalam membahas konten digital, termasuk istilah teknis yang sebelumnya tidak mereka pahami. Secara keseluruhan, peningkatan literasi digital pengurus Masjid Jami Al-Barokah menjadi landasan utama bagi suksesnya kegiatan PKM ini. Perubahan pola pikir dari sekadar “mengunggah” menjadi “mengelola” media sosial adalah pencapaian yang penting, karena tanpa perubahan ini, peningkatan teknis maupun estetis tidak akan dapat dipertahankan dalam jangka panjang. Literasi digital inilah yang kemudian memungkinkan pengurus untuk melangkah ke tahap selanjutnya, yaitu memproduksi konten yang kreatif, konsisten, dan berdampak sosial bagi jamaah serta masyarakat sekitar.

2. Pengembangan Keterampilan Teknis dan Kreativitas Konten

Pelaksanaan kegiatan PKM di Masjid Jami Al-Barokah menunjukkan bahwa salah satu perubahan paling signifikan terjadi pada peningkatan keterampilan teknis pengurus dalam membuat dan mengembangkan konten media sosial. Pada tahap awal program, kemampuan teknis para pengurus masih sangat terbatas. Mereka umumnya hanya memahami cara mengunggah foto atau video sederhana tanpa memperhatikan aspek estetika, pesan, ataupun struktur penyajian informasi. Hambatan teknis ini menyebabkan tampilan media sosial masjid kurang menarik, tidak konsisten, dan belum mencerminkan

identitas masjid dengan baik. Pelatihan teknis kemudian diberikan untuk membantu pengurus memahami dasar-dasar pembuatan konten visual yang efektif. Mereka diperkenalkan pada konsep dasar desain grafis, seperti prinsip keseimbangan, kontras, ruang kosong, pemilihan warna, dan penggunaan tipografi yang tepat. Materi ini penting karena konten yang baik tidak hanya bergantung pada pesan yang disampaikan, tetapi juga pada cara pesan tersebut diamati oleh audiens. Pengurus yang sebelumnya memilih warna dan font secara acak kini mulai memahami bahwa elemen visual memiliki peran penting dalam menciptakan kesan profesional. Pengurus juga dilatih menggunakan aplikasi desain seperti Canva. Aplikasi ini dipilih karena mudah digunakan, memiliki banyak template gratis, dan mampu menghasilkan visual yang berkualitas tanpa memerlukan kemampuan desain tingkat lanjut.

Pada sesi praktik, peserta mencoba membuat poster kegiatan kajian, unggahan dakwah singkat, hingga pengumuman jadwal salat. Tahap ini menjadi momen penting karena peserta mulai melihat perbedaan yang sangat jelas antara konten yang dirancang dengan prinsip desain dan konten seadanya. Mereka menyadari bahwa tampilan visual yang rapi dapat meningkatkan minat jamaah untuk membaca dan berinteraksi dengan unggahan. Selain visual, peserta juga belajar membuat caption yang efektif. Banyak pengurus masjid cenderung menggunakan bahasa yang terlalu formal atau terlalu panjang sehingga tidak sesuai dengan preferensi pengguna media sosial. Dalam pelatihan, peserta diajarkan menulis caption yang ringkas, jelas, namun tetap mengandung pesan edukatif dan nilai dakwah. Mereka juga memahami pentingnya mengakhiri caption dengan ajakan, misalnya untuk menghadiri kajian, ikut kegiatan sosial, atau membagikan informasi kepada jamaah lain. Melalui latihan berkala, kemampuan teknis para pengurus meningkat secara signifikan. Mereka mulai lebih berani berkreasi, mencoba format baru seperti carousel, video pendek, dan infografis ringan untuk menjelaskan materi keagamaan. Kreativitas ini muncul karena peserta merasa lebih percaya diri dalam memanfaatkan fitur-fitur aplikasi desain yang sebelumnya tidak mereka pahami. Perubahan ini memperlihatkan bahwa pelatihan teknis bukan hanya memperkaya kemampuan, tetapi juga menumbuhkan motivasi dan rasa ingin mencoba hal baru.

Pada fase pendampingan, pengurus didorong untuk menghasilkan konten secara mandiri. Tim PKM memberikan umpan balik pada setiap konten yang dibuat, baik dari sisi

estetika, narasi, maupun struktur informasi. Proses ini berlangsung dalam bentuk diskusi dua arah sehingga pengurus dapat mengerti alasan perbaikan, bukan hanya menerima perubahan. Melalui proses ini, peserta bukan hanya belajar membuat konten, tetapi juga belajar mengevaluasi konten secara kritis. Mereka dapat menyebutkan sendiri kelemahan konten yang mereka buat dan memperbaikinya pada versi selanjutnya. Kemajuan yang terlihat tidak hanya dalam peningkatan estetika, tetapi juga konsistensi penggunaan identitas visual. Setelah memahami pentingnya ciri khas visual, pengurus mulai menggunakan warna tertentu, bentuk layout yang serupa, dan gaya tipografi yang konsisten dalam setiap unggahan. Identitas visual ini membuat akun media sosial masjid terlihat lebih profesional dan mudah dikenali oleh jamaah. Konsistensi ini pula yang kemudian memperkuat citra masjid sebagai lembaga yang serius dalam menjalankan fungsi dakwah digital. Hasil pelatihan teknis yang paling menonjol adalah kemampuan pengurus menghasilkan konten yang lebih kreatif, informatif, dan relevan dengan kebutuhan jamaah. Mereka tidak lagi hanya mengunggah dokumentasi kegiatan, tetapi mulai membuat konten edukasi seperti ringkasan kajian, kutipan motivasi islami, pengingat waktu salat, hingga informasi kegiatan sosial. Pada titik ini, media sosial masjid berubah menjadi ruang dakwah yang dinamis, bukan hanya arsip foto kegiatan.

3. Implementasi Kalender Konten dan Konsistensi Unggahan

Salah satu perubahan paling nyata dari kegiatan PKM ini adalah diterapkannya kalender konten sebagai pedoman utama dalam pengelolaan media sosial masjid. Sebelum aktivitas PKM berlangsung, unggahan pada akun media sosial Masjid Jami Al-Barokah cenderung tidak terjadwal. Pengurus hanya mengunggah konten ketika ada kegiatan besar, seperti pengajian atau acara peringatan hari besar Islam. Ketidakpastian ini membuat akun tidak aktif secara konsisten sehingga minat jamaah cenderung menurun karena tidak ada pembaruan informasi yang rutin. Melalui pelatihan, pengurus memahami pentingnya kalender konten untuk menjaga ritme unggahan dan memastikan bahwa pesan yang disampaikan terstruktur. Kalender konten kemudian dirancang bersama tim PKM dengan mempertimbangkan karakter jamaah, kapasitas pengurus, dan kebutuhan informasi. Kalender ini berisi kategori konten yang harus diunggah pada hari-hari tertentu, seperti:

- Senin: Quotes dakwah singkat
- Rabu: Informasi kegiatan atau jadwal kajian

- Jumat: Konten khutbah atau pengingat ibadah
- Sabtu/Minggu: Dokumentasi kegiatan sosial atau kebersihan masjid

Struktur sederhana ini memberikan kejelasan dan arah bagi pengurus dalam menentukan konten setiap minggunya. Pengurus tidak lagi bingung harus mengunggah apa; mereka hanya mengikuti pola yang telah ditetapkan. Dengan demikian, konsistensi lebih mudah dijaga. Setelah kalender konten diterapkan, perubahan terlihat dalam waktu yang relatif singkat. Akun media sosial masjid mulai aktif dan memiliki ritme unggahan yang jelas. Setiap minggu terdapat minimal tiga konten yang terunggah, dan pengurus menunjukkan komitmen tinggi untuk menjaga kontinuitas tersebut. Konsistensi inilah yang kemudian meningkatkan jumlah audiens yang mengikuti akun, sekaligus membuat interaksi jamaah meningkat. Kalender konten juga membantu pengurus mempersiapkan materi lebih awal. Jika sebelumnya mereka sering membuat konten secara mendadak, kini mereka mulai menyusun konten dua hingga tiga hari sebelum waktu unggah.

Hal ini membuat kualitas konten lebih baik karena dibuat dengan perencanaan, bukan terburu-buru. Pengurus juga lebih mudah menyesuaikan tema konten dengan kegiatan masjid atau momentum tertentu, seperti tahun baru Islam, Maulid Nabi, atau Ramadan. Penerapan kalender konten juga berdampak pada efisiensi kerja tim. Setiap pengurus memiliki tugas yang jelas sesuai jadwal dan kategori konten. Transparansi ini meminimalkan kesalahan komunikasi internal dan mengurangi kemungkinan tumpang tindih pekerjaan. Pengurus yang bertugas mengambil foto kegiatan, misalnya, dapat menyesuaikan jadwal dengan pengurus yang bertanggung jawab menulis caption atau mendesain visual. Konsistensi unggahan juga menunjukkan bahwa pengurus mampu menerapkan kebiasaan kerja baru yang lebih disiplin. Kebiasaan ini merupakan salah satu tantangan terbesar dalam pengelolaan media sosial lembaga non-profit, termasuk masjid. Namun melalui pendampingan intensif, pengurus mampu menerapkan ritme yang stabil. Konsistensi inilah yang kemudian membangun kepercayaan jamaah bahwa akun media sosial masjid selalu menyediakan informasi yang relevan.

4. Peningkatan Interaksi Jamaah dan Dampak Sosial

Setelah perbaikan kualitas konten dan konsistensi unggahan, dampak terbesar yang dirasakan adalah meningkatnya interaksi jamaah terhadap akun media sosial Masjid Jami Al-Barokah. Sebelum kegiatan PKM, akun media sosial masjid cenderung sepi. Uggahan hanya mendapat sedikit komentar atau tanggapan, dan interaksi tersebut didominasi oleh pengurus yang saling mendukung. Namun setelah perubahan dilakukan, interaksi meningkat baik dari segi jumlah maupun kualitas. Jamaah mulai lebih aktif memberikan komentar, bertanya mengenai jadwal kajian, menanyakan informasi waktu salat Jumat, serta memberikan apresiasi terhadap kegiatan sosial yang dilakukan masjid. Hal ini menunjukkan bahwa jamaah sebenarnya memiliki kebutuhan informasi yang tinggi, tetapi sebelumnya tidak mendapat informasi dengan cara yang menarik. Dengan konten yang lebih baik dan konsisten, kebutuhan tersebut kini lebih terpenuhi. Selain interaksi di media sosial, terjadi dampak sosial yang lebih luas. Salah satu indikatornya adalah meningkatnya jumlah jamaah yang hadir dalam kegiatan masjid setelah publikasi diperbaiki. Banyak jamaah mengaku mengetahui informasi kajian atau acara penting melalui Instagram masjid. Hal ini membuktikan bahwa media sosial bukan hanya sarana komunikasi digital, tetapi juga dapat mendorong partisipasi nyata di dunia offline.

Interaksi yang meningkat juga memperkuat hubungan antara masjid dan jamaah muda. Sebelumnya, generasi muda kurang terlibat dalam kegiatan masjid karena merasa informasi tidak tersampaikan atau penyampaiannya kurang menarik. Namun setelah peningkatan kualitas konten, jamaah muda mulai merasakan kedekatan dengan aktivitas masjid. Mereka mulai menyukai unggahan, membagikan konten dakwah, bahkan beberapa menawarkan diri menjadi relawan untuk membantu dokumentasi kegiatan. Konten yang menarik dan estetik juga mempengaruhi cara masyarakat memandang masjid. Banyak jamaah yang menyampaikan bahwa Masjid Jami Al-Barokah kini terlihat lebih modern dan terbuka terhadap perubahan digital. Citra positif ini sangat penting karena membantu masjid tetap relevan di tengah perkembangan zaman. Masjid tidak lagi terlihat seperti lembaga tradisional yang jauh dari dunia digital, tetapi sebagai institusi sosial yang mampu beradaptasi dengan kebutuhan komunikasi modern. Selain itu, interaksi jamaah yang meningkat menunjukkan bahwa media sosial menjadi ruang dialog yang sehat. Jamaah dapat berdiskusi, memberikan saran, atau melaporkan kegiatan sosial yang membutuhkan perhatian. Media sosial, dalam konteks ini, berfungsi sebagai jembatan komunikasi dua

arah antara masjid dan masyarakat. Hal ini sejalan dengan prinsip komunikasi partisipatif, di mana masyarakat tidak hanya menjadi penerima informasi, tetapi juga ikut berperan aktif dalam proses komunikasi.

5. Penguatan Tata Kelola dan Pembentukan Tim Media

Dampak penting lain dari kegiatan PKM ini adalah terbentuknya tata kelola media sosial yang lebih terstruktur melalui pembentukan tim media masjid. Sebelum kegiatan PKM, pengelolaan akun media sosial masjid hanya dilakukan oleh satu atau dua orang saja. Hal ini menyebabkan proses pengelolaan menjadi berat, tidak konsisten, dan rentan terhambat ketika pengurus tersebut memiliki kesibukan lain. Melalui pendampingan PKM, pengurus menyadari bahwa pengelolaan media sosial merupakan pekerjaan yang membutuhkan kolaborasi. Oleh karena itu, dibentuklah tim media kecil yang terdiri dari beberapa divisi seperti dokumentasi kegiatan, desain visual, penulisan caption, dan pengelolaan jadwal unggahan. Pembagian tugas ini membuat pengelolaan menjadi lebih ringan, lebih terarah, dan lebih mudah dipertanggungjawabkan. Pembentukan tim media ini juga menciptakan budaya kerja baru. Pengurus mulai memahami pentingnya SOP, garis komando, serta sistem evaluasi konten secara berkala. Mereka juga mulai mengadakan rapat internal untuk membahas performa konten mingguan, sekaligus menentukan tema konten untuk minggu berikutnya. Kebiasaan ini tidak hanya meningkatkan kualitas konten, tetapi juga meningkatkan kedisiplinan organisasi.

Selain itu, tata kelola yang lebih baik membantu pengurus menjaga keberlanjutan program. Pengurus menyadari bahwa perubahan hanya dapat dipertahankan jika memiliki struktur yang jelas. Karena itu, mereka mulai menyusun panduan internal yang berisi standar visual, gaya bahasa, aturan penggunaan logo masjid, dan format publikasi kegiatan. Panduan ini memastikan bahwa meskipun terjadi pergantian pengurus, kualitas konten tetap terjaga. Tim media juga berperan dalam menjaga citra masjid di dunia digital. Mereka bertanggung jawab untuk memastikan bahwa semua konten yang dipublikasikan sesuai dengan nilai-nilai keislaman, menjaga etika komunikasi, serta menghindari konten yang berpotensi menimbulkan kesalahpahaman. Kesadaran ini menunjukkan bahwa pengurus mulai memahami bahwa media sosial masjid bukan sekadar tempat memposting foto, tetapi juga ruang representasi identitas. Dampak akhir dari pembentukan tim media

adalah meningkatnya rasa memiliki dan tanggung jawab pengurus terhadap media sosial masjid. Mereka merasa lebih terlibat, lebih dihargai, dan lebih berdaya dalam menjalankan tugas. Hal ini menciptakan suasana kolaboratif yang mendukung keberlanjutan pengelolaan media sosial masjid dalam jangka panjang.

KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang dilakukan di Masjid Jami Al-Barokah Tangerang Selatan menunjukkan bahwa penguatan tata kelola media sosial memiliki dampak signifikan terhadap peningkatan kualitas komunikasi publik masjid. Secara keseluruhan, program ini berhasil memberikan peningkatan pada aspek pengetahuan, keterampilan, pola kerja, serta efektivitas penyampaian pesan dakwah kepada jamaah. Pada awal kegiatan, pengurus menghadapi berbagai keterbatasan, baik dari sisi pemahaman mengenai komunikasi digital maupun kemampuan teknis dalam membuat konten. Namun melalui pelatihan, praktik langsung, dan pendampingan intensif, pengurus mampu memahami bahwa media sosial merupakan ruang dakwah modern yang menuntut profesionalisme. Perubahan pertama yang tampak adalah meningkatnya literasi digital pengurus. Mereka mampu memahami bagaimana media sosial bekerja, bagaimana menentukan pesan yang sesuai dengan audiens, dan bagaimana menjaga etika komunikasi digital yang selaras dengan nilai-nilai Islam. Transformasi ini membuka pandangan baru bahwa media sosial bukan sekadar ruang dokumentasi, tetapi juga wadah untuk menyampaikan nilai, memperkuat hubungan sosial, serta membangun citra positif masjid di tengah perkembangan zaman.

Selain peningkatan pengetahuan, keterampilan teknis pengurus dalam mendesain konten visual juga mengalami peningkatan yang nyata. Peserta menjadi lebih terampil dalam menggunakan aplikasi desain sederhana, mampu menyusun caption yang komunikatif, dan dapat menyesuaikan format unggahan dengan karakter platform. Kreativitas dan keberanian mereka untuk bereksperimen dengan format konten baru juga tumbuh seiring proses pendampingan. Implementasi kalender konten menjadi titik penting dalam perubahan tata kelola. Jadwal unggahan yang terstruktur memungkinkan akun media sosial masjid dikelola secara konsisten, tidak sporadis seperti sebelumnya. Dengan adanya perencanaan konten, kualitas unggahan menjadi lebih baik dan terarah, sekaligus mencerminkan profesionalisme pengurus dalam mengelola informasi publik. Dampak sosial yang muncul juga sangat signifikan. Konsistensi unggahan membuat jamaah lebih aktif berinteraksi dan merasa lebih dekat dengan aktivitas masjid. Interaksi meningkat tidak hanya secara digital, tetapi juga dalam partisipasi kegiatan offline. Jamaah muda yang sebelumnya kurang terlibat kini menjadi lebih aktif karena merasa medium komunikasi masjid lebih relevan dengan kebiasaan mereka. Pembentukan tim media memberikan struktur baru dalam pengelolaan media sosial.

Dengan adanya pembagian tugas, SOP, dan alur kerja yang jelas, keberlanjutan program dapat terjaga meskipun terjadi pergantian pengurus di masa mendatang. Hal ini menunjukkan bahwa program PKM tidak hanya menghasilkan perubahan sesaat, tetapi juga membentuk sistem kerja berkelanjutan.

Secara keseluruhan, kegiatan PKM ini berhasil mencapai tujuannya: meningkatkan profesionalisme pengelolaan media sosial, memperkuat kualitas dakwah digital, dan menciptakan dampak sosial yang positif di lingkungan Masjid Jami Al-Barokah. Perubahan yang terbentuk merupakan hasil dari sinergi antara pengetahuan, keterampilan, motivasi, dan struktur kerja yang semakin baik.

SARAN

Berdasarkan hasil kegiatan dan evaluasi di lapangan, terdapat beberapa saran yang dapat dijadikan rujukan untuk keberlanjutan dan pengembangan tata kelola media sosial Masjid Jami Al-Barokah. Saran pertama adalah perlunya pengurus mempertahankan konsistensi dalam pengelolaan konten. Salah satu tantangan terbesar dalam media sosial adalah menjaga ritme unggahan dalam jangka panjang. Oleh karena itu, penting bagi pengurus terus menggunakan kalender konten sebagai pedoman utama dan memastikan bahwa setiap kategori konten diproduksi secara teratur. Konsistensi ini bukan hanya menjaga keaktifan akun, tetapi juga menjaga kepercayaan jamaah. Saran kedua adalah perlunya pengembangan kapasitas pengurus secara berkelanjutan. Pelatihan media sosial harus dilakukan secara rutin, baik secara internal maupun melalui kolaborasi dengan lembaga pendidikan, komunitas kreatif, atau relawan profesional. Dengan demikian, pengurus tidak hanya mempertahankan kemampuan yang ada, tetapi juga mengikuti perkembangan tren digital yang terus berubah. Masjid dapat mengadakan workshop tahunan mengenai desain, storytelling digital, atau produksi video pendek untuk meningkatkan kualitas konten.

Saran ketiga adalah memperkuat kerja sama dengan jamaah, terutama generasi muda yang memiliki keterampilan digital yang lebih kuat. Masjid dapat membuka peluang bagi jamaah muda untuk menjadi relawan media, baik sebagai fotografer, videografer, editor, atau admin konten. Langkah ini tidak hanya membantu meringankan tugas pengurus, tetapi juga memperkuat hubungan antara masjid dan jamaah muda melalui partisipasi aktif dalam kegiatan digital. Saran keempat adalah membuat SOP (Standard Operating Procedure) yang lebih

lengkap dan terdokumentasi. SOP ini perlu mencakup standar visual, tata bahasa, warna identitas, format unggahan, serta prosedur verifikasi informasi sebelum dipublikasikan. Dokumen ini penting agar pengelolaan media sosial tetap konsisten dan profesional meskipun ada pergantian pengurus. Saran kelima adalah perlunya evaluasi berkala terhadap performa konten dan keterlibatan jamaah. Pengurus dapat melakukan evaluasi bulanan atau triwulan untuk melihat konten mana yang paling banyak mendapatkan interaksi, waktu unggah yang paling efektif, serta tema apa yang paling diminati jamaah. Evaluasi ini membantu pengurus membuat strategi baru yang lebih tepat sasaran dan berbasis data.

Akhirnya, disarankan agar masjid mengintegrasikan media sosial dengan kegiatan offline secara lebih strategis. Misalnya dengan memanfaatkan QR code untuk survei kepuasan jamaah, menyebarluaskan materi kajian digital, atau mendorong jamaah mengikuti akun resmi masjid. Integrasi ini membantu memperkuat dakwah digital dan memperluas dampak sosial masjid secara keseluruhan.

DAFTAR PUSTAKA

- Baroroh, K. (2011). *Upaya Meningkatkan Nilai-Nilai Karakter Peserta Didik Melalui Penerapan Metode Role Playing*. Jurnal Ekonomi dan Pendidikan, 8(2).
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Fuchs, C. (2017). *Social Media: A Critical Introduction* (2nd ed.). London: SAGE Publications.
- Hobbs, R. (2010). *Digital and Media Literacy: A Plan of Action*. Washington, DC: Aspen Institute.
- McQuail, D. (2011). *McQuail's Mass Communication Theory*. London: SAGE Publications.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media.
- Nasrullah, R. (2018). *Komunikasi Digital*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Kietzmann, J., & Hermkens, K. (2011). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business Horizons*, 54(3), 241–251.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*. New Jersey: Wiley.
- Indonesia. (2008). *Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik*. Jakarta: Sekretariat Negara.
- Indonesia. (1945). *Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945*. Jakarta: Sekretariat Negara.
- Strauss, J., & Frost, R. (2014). *E-Marketing* (7th ed.). New York: Routledge.
- We Are Social. (2023). *Digital Report Indonesia 2023*. We Are Social & Hootsuite. (Sumber online).