

Jejak Digital Masjid: Meningkatkan Peran Sosial DKM Lewat Website dan Konten

Indrawati¹, Maya Ariyanti^{2*}, Citra Kusuma Dewi³

¹⁻³ Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom

* ariyanti@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Masjid Al-Hidayah Sarijadi sebagai pusat aktivitas keagamaan dan sosial menghadapi tantangan dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung efektivitas dakwah dan manajemen masjid. Kendala utama yang dihadapi adalah kurangnya optimalisasi website, keterbatasan sumber daya manusia (SDM) yang melek teknologi, serta terbatasnya jangkauan komunikasi digital dalam menyampaikan informasi kepada jamaah dan masyarakat luas. Untuk mengatasi permasalahan ini, program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk membangun ekosistem digital masjid melalui hilirisasi teknologi tepat guna, dengan fokus pada optimalisasi website dan manajemen konten digital. Pendekatan yang digunakan dalam program ini mencakup beberapa aspek utama: (1) pelatihan dan pendampingan teknis dalam pembuatan serta optimalisasi website masjid, yang bertujuan untuk meningkatkan literasi digital anggota DKM dalam pengelolaan informasi berbasis digital; (2) workshop manajemen konten digital, yang melibatkan strategi pembuatan dan penyebaran konten berbasis multimedia seperti artikel, video dakwah, *podcast*, serta infografis guna meningkatkan keterlibatan jamaah secara daring; (3) implementasi teknologi tepat guna dalam digitalisasi masjid, termasuk penerapan sistem manajemen informasi untuk administrasi, jadwal kegiatan, dan sistem penggalangan dana online; serta (4) pendampingan berkelanjutan dan evaluasi program, untuk memastikan keberlanjutan pemanfaatan teknologi dalam manajemen masjid. Program ini melibatkan mahasiswa Magister Manajemen, khususnya dalam mata kuliah Digital Marketing, sebagai bagian dari pembelajaran berbasis proyek (*experiential learning*) di bawah bimbingan dosen. Keterlibatan mahasiswa dalam program ini tidak hanya memberikan pengalaman praktik dalam penerapan strategi pemasaran digital, tetapi juga mendukung penelitian berbasis aksi dalam implementasi teknologi digital untuk organisasi sosial-keagamaan. Selain itu, program ini memiliki kesesuaian dengan *roadmap* penelitian KK *Technology Based Management* FEB Universitas Telkom 2023-2027, terutama dalam aspek *artificial intelligence*, *big data*, *security management*, *smart government*, dan *digital marketing*. Diharapkan melalui program ini, Masjid Al-Hidayah Sarijadi dapat mengadopsi ekosistem digital secara berkelanjutan, meningkatkan efisiensi penyebaran informasi dan dakwah, serta memperkuat keterlibatan jamaah dalam aktivitas berbasis digital. Program ini dapat menjadi model pengembangan masjid digital dalam konsep Smart City dan Smart Government, serta membuka peluang hilirisasi dan komersialisasi teknologi digital bagi komunitas masjid di Indonesia.

Kata Kunci: digitalisasi masjid, teknologi tepat guna, website masjid, manajemen konten digital, digital marketing

Pendahuluan

Masjid tidak hanya berfungsi sebagai tempat ibadah, tetapi juga memiliki peran strategis dalam membina umat dan membangun peradaban. Dalam era digital saat ini, masjid dituntut untuk lebih adaptif dan inovatif dalam menyampaikan dakwah serta memperluas jangkauan kebermanfaatannya kepada masyarakat. Oleh karena itu, kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (Abdimas) yang dilaksanakan di lingkungan masjid menjadi salah satu wujud nyata kolaborasi antara akademisi dan masyarakat dalam memperkuat fungsi sosial dan edukatif masjid.

Kegiatan Abdimas ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pengurus masjid dan komunitas sekitarnya dalam bidang pengelolaan teknologi informasi, komunikasi digital, maupun pemberdayaan ekonomi berbasis keislaman. Melalui pendekatan partisipatif, program ini diharapkan dapat mendorong transformasi masjid menjadi pusat kegiatan yang relevan dengan kebutuhan umat masa kini, termasuk dalam hal penyebaran informasi, pelayanan sosial, dan peningkatan literasi digital. Pelaksanaan kegiatan ini merupakan bentuk komitmen perguruan tinggi dalam mengimplementasikan Tri Dharma, khususnya dalam menjembatani ilmu pengetahuan dengan praktik langsung yang memberikan dampak positif bagi masyarakat.

Masjid Al-Hidayah Sarijadi, merupakan salah satu masjid yang menjadi pusat aktivitas keagamaan dan sosial, yang saat ini telah memiliki beragam kegiatan setiap harinya. Dengan kondisi perkembangan teknologi yang semakin meningkat maka diperlukan tantangan dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung efektivitas dakwah dan manajemen masjid. Kendala utama yang dihadapi adalah kurangnya pemanfaatan teknologi informasi digital, keterbatasan sumber daya manusia (SDM) yang paham teknologi, serta terbatasnya jangkauan komunikasi digital dalam menyampaikan informasi kepada jamaah dan masyarakat luas. Untuk mengatasi permasalahan ini, program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk membangun ekosistem digital masjid melalui hilirisasi teknologi tepat guna, dengan fokus pada optimalisasi website, sosial media dan manajemen konten digital.

Pendekatan yang digunakan dalam program ini mencakup beberapa aspek utama: (1) pelatihan dan pendampingan teknis dalam pembuatan serta optimalisasi website masjid, yang bertujuan untuk meningkatkan literasi digital anggota DKM dalam pengelolaan informasi berbasis digital; (2) workshop manajemen konten digital, yang melibatkan strategi pembuatan dan penyebaran konten berbasis multimedia seperti artikel, video dakwah, podcast, serta infografis guna meningkatkan keterlibatan jamaah secara daring; (3) implementasi teknologi tepat guna dalam digitalisasi masjid, termasuk penerapan sistem manajemen informasi untuk administrasi, jadwal kegiatan, dan sistem penggalangan dana online; serta (4) pendampingan berkelanjutan dan evaluasi program, untuk memastikan keberlanjutan pemanfaatan teknologi dalam manajemen masjid.

Metode Pelaksanaan

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini melibatkan mahasiswa Magister Manajemen, khususnya mata kuliah Digital Marketing, sebagai bagian dari pembelajaran berbasis proyek (*experiential learning*) di bawah bimbingan dosen. Keterlibatan mahasiswa

dalam program ini tidak hanya memberikan pengalaman praktik dalam penerapan strategi pemasaran digital, tetapi juga mendukung penelitian berbasis aksi dalam implementasi teknologi digital untuk organisasi sosial-keagamaan. Selain itu, program ini memiliki kesesuaian dengan *roadmap* penelitian *KK Technology Based Management* FEB Universitas Telkom 2023-2027, terutama dalam aspek *artificial intelligence*, *big data*, *security management*, *smart government*, dan *digital marketing*.

Kegiatan ini dilakukan melalui beberapa tahapan sebagai berikut, Pertama dengan melakukan Identifikasi Kebutuhan dan Persiapan Program (Survei awal untuk memahami kebutuhan dan tingkat literasi digital anggota DKM, Identifikasi infrastruktur teknologi yang tersedia di masjid, Perancangan modul pelatihan berbasis teknologi tepat guna) yang kemudian dilanjutkan dengan Pelatihan dan Pendampingan Website yang terdiri dari Pelatihan dasar pembuatan dan pengelolaan website masjid, Implementasi fitur digital seperti jadwal salat, kegiatan masjid, donasi online, dan dakwah digital, Praktik langsung dalam mengelola website dengan bimbingan akademisi dan profesional.

Selanjutnya diberikan pemahaman tentang Manajemen Konten Digital melalui Teknik pembuatan artikel dakwah dan konten informatif untuk website, pembuatan dan editing video pendek serta infografis untuk media sosial, serta strategi optimasi SEO dan media sosial untuk meningkatkan jangkauan dakwah digital. Semua kegiatan di atas merupakan implementasi Teknologi Tepat Guna dan Evaluasi dari penerapan sistem digital di website dan media sosial masjid, yang disertai kegiatan pendampingan selama beberapa bulan untuk memastikan keberlanjutan program.

Kegiatan Pelatihan dilakukan secara online dan offline, untuk Pelatihan Offline dilakukan di Masjid Al Hidayah Jl. Sarijadi Raya No.130 Sarijadi Kota Bandung, dengan peserta DKM dan Jamaah Masjid; sementara pelatihan dan pendampingan online dilakukan dan akan terus dilakukan sampai akhir tahun 2025.



Gambar 1. Lokasi Masjid Al Hidayah

Hasil dan Pembahasan

Sebelum pelatihan dilakukan, dilakukan survey pendahuluan dan diperoleh kondisi, Peserta yang memiliki Pemahaman dan kepemilikan akun untuk website/blog serta sosial media sebagai berikut.

Tabel 1. Pemahaman dan Kepemilikan Akun

No.	Nama	Persentase
1	Website/Blog	30%
2	Sosial Media	85%

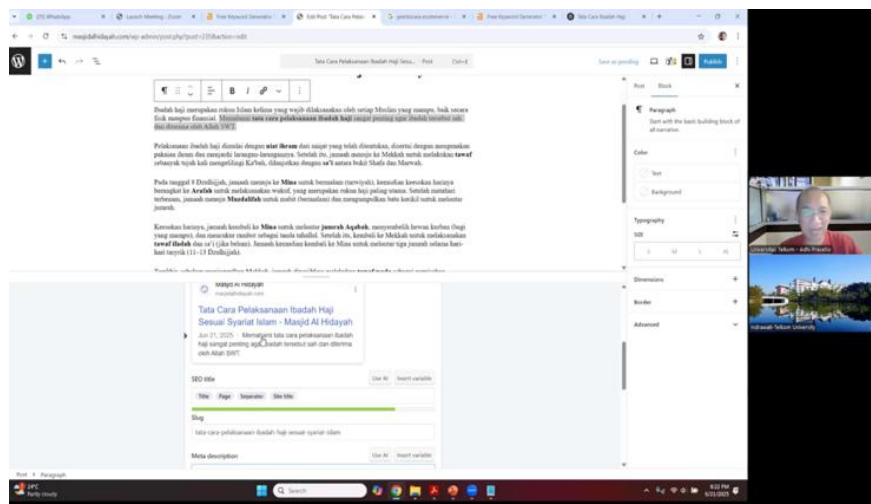
Jadi berdasarkan data awal 30% dari peserta memiliki dan pernah membuat Website/Blog, sementara untuk kepemilikan akun sosmed sebesar 85%. Sementara untuk Masjid Al Hidayah Sarijadi sendiri telah memiliki akun Instagram @alhidayah_sarijadi2 dengan isi postingan baru 6 (enam) buah dan akun Tiktok @alhidayah.sarijadi dengan postingan 9 (Sembilan) buah.

Kegiatan pelatihan dilakukan secara offline pada tanggal 21 Juni 2025 bertempat di masjid Al Hidayah Sarijadi dengan peserta terdiri dari DKM dan Jamaah masjid. Materi pelatihan adalah tentang “Manajemen Konten & Etika dalam Membuat dan Membagikan Konten di Era Digital”. Kegiatan ini mencakup pemberian materi dengan topik “*Manajemen Konten dan Etika dalam Membuat serta Membagikan Konten di Era Digital*” yang dirancang secara khusus untuk meningkatkan kapasitas para anggota Dewan Kemakmuran Masjid (DKM) Masjid Al-Hidayah dalam hal literasi digital dan komunikasi publik. Tujuan utama dari sesi ini adalah agar para anggota DKM mampu memahami prinsip-prinsip dasar dalam perencanaan, pembuatan, serta distribusi konten yang tidak hanya menarik dan informatif, tetapi juga sesuai dengan nilai-nilai etika Islam dan norma sosial yang berlaku. Dengan pembekalan ini, diharapkan para anggota DKM dapat secara aktif berkontribusi dalam mengelola dan mengisi konten di berbagai platform digital milik masjid, seperti media sosial dan website resmi Masjid Al-Hidayah, sehingga mampu meningkatkan keterlibatan jamaah, memperluas jangkauan dakwah, serta memperkuat citra positif masjid sebagai pusat kegiatan keagamaan dan sosial di lingkungan masyarakat.



Gambar 2. Kegiatan Pelatihan Offline

Kegiatan berikutnya adalah pelatihan dasar pembuatan dan pengelolaan website masjid, termasuk pemaparan materi mengenai strategi optimasi SEO dan media sosial untuk meningkatkan jangkauan dakwah digital. Pelatihan ini dirancang sebagai program pengembangan kapasitas dasar dalam pembuatan dan pengelolaan website masjid, yang secara khusus ditujukan untuk memperkuat kemampuan teknis para anggota DKM dan pengelola media digital Masjid Al-Hidayah. Dalam kegiatan ini, peserta tidak hanya diperkenalkan pada aspek teknis seperti struktur dasar website, manajemen konten berbasis CMS (Content Management System), dan prinsip desain antarmuka yang ramah pengguna, tetapi juga dibekali dengan materi strategis mengenai optimalisasi mesin pencari (Search Engine Optimization/SEO) serta pemanfaatan media sosial secara efektif. Materi SEO mencakup teknik penulisan konten yang mudah ditemukan di internet, penggunaan kata kunci yang relevan, serta strategi untuk meningkatkan visibilitas website masjid di mesin pencari seperti Google. Sementara itu, sesi mengenai media sosial menekankan pentingnya konsistensi, relevansi, dan pendekatan komunikatif dalam menyampaikan pesan-pesan dakwah agar mampu menjangkau audiens yang lebih luas, khususnya generasi muda yang aktif di platform digital. Dengan pelatihan ini, diharapkan masjid dapat bertransformasi menjadi pusat dakwah yang adaptif terhadap perkembangan teknologi dan kebutuhan zaman.



Gambar 3. Kegiatan Pelatihan Online bagi pengelola

Kegiatan selanjutnya adalah Pelatihan Pengelolaan Media Sosial Masjid, yang bertujuan pada pemanfaatan media sosial dan strategi komunikasi digital dalam program ini mendukung peningkatan literasi digital bagi komunitas masjid. Pelatihan Pengelolaan Media Sosial Masjid ini diselenggarakan sebagai upaya strategis untuk membekali para anggota DKM dan pengelola konten dengan pengetahuan serta keterampilan praktis dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana dakwah dan komunikasi yang efektif. Fokus utama dari pelatihan ini adalah memperkenalkan strategi komunikasi digital yang relevan dan kontekstual dengan kebutuhan dakwah di era modern, termasuk pengenalan terhadap berbagai platform media sosial seperti Instagram, Facebook, YouTube, dan WhatsApp, serta cara mengelola akun-akun tersebut secara profesional. Selain itu, peserta juga diberikan pemahaman mengenai pentingnya membangun narasi yang positif,

kreatif, dan sesuai dengan nilai-nilai keislaman, guna memperkuat citra masjid sebagai pusat kegiatan spiritual dan sosial di tengah masyarakat.

Program ini tidak hanya menekankan pada aspek teknis seperti penjadwalan konten, penggunaan desain grafis sederhana, dan analisis keterlibatan audiens, tetapi juga mengusung misi yang lebih luas, yaitu meningkatkan literasi digital di kalangan komunitas masjid. Dengan demikian, pelatihan ini diharapkan mampu mendorong terbentuknya ekosistem digital yang sehat, produktif, dan inklusif di lingkungan Masjid Al-Hidayah, serta menjadikan media sosial sebagai sarana penyebaran nilai-nilai Islam yang damai, toleran, dan membangun.

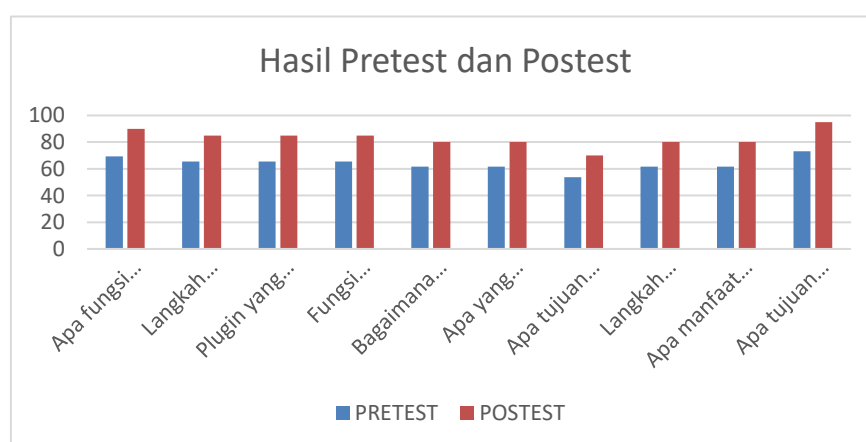
Dari Kegiatan pelatihan ini telah dibuat, maka telah dihasilkan:

- Website dengan alamat <https://masjidalhidayah.com> yang saat laporan ini dibuat sudah terisi 11 (sebelas) postingan dan akan dilakukan terus secara berkelanjutan.
- Akun Instagram sudah bertambah menjadi 12 (duabelas) postingan.
- Membentuk struktur organisasi pengelolaan media digital dibawah kesekretariatan dengan struktur terdiri dari Kurator, Admin Website, Admin Instagram, Admin Tiktok dan Admin Youtube.
- Memiliki Kalender Perencanaan Postingan baik untuk di Website maupun sosial media.

Tabel 2. Struktur Pengelola Media Digital

No.	Nama	Jumlah Pengelola
1	Kurator	2
2	Admin Website	2
3	Admin Instagram	2
4	Admin Tiktok	1
5	Admin Youtube	1
	Jumlah	8

Pada saat Pelatihan telah dilakukan tes materi, dan diperoleh hasil peningkatan yang signifikan seperti pada Gambar 4.



Gambar 4. Hasil Pretest dan Posttest

Kesimpulan

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (Abdimas) yang dilaksanakan di masjid ini menunjukkan bahwa masjid memiliki potensi besar sebagai pusat pengembangan kapasitas umat, tidak hanya dalam aspek spiritual, tetapi juga dalam bidang sosial, edukatif, dan teknologi. Melalui pelatihan dan pendampingan yang diberikan, para pengurus dan jamaah masjid memperoleh pengetahuan dan keterampilan baru yang relevan dengan kebutuhan zaman, seperti literasi digital, pengelolaan media sosial, maupun penguatan peran masjid dalam membangun jejaring informasi dan pelayanan berbasis teknologi.

Partisipasi aktif para peserta dan dukungan dari pihak masjid menjadi kunci keberhasilan program ini. Selain meningkatkan kompetensi individu, kegiatan ini juga mempererat hubungan antara perguruan tinggi dan masyarakat dalam upaya pemberdayaan berbasis nilai-nilai keislaman. Diharapkan, hasil dari program ini dapat memberikan dampak berkelanjutan dan menginspirasi masjid-masjid lain untuk terus berinovasi dalam memberikan kemaslahatan bagi umat. Keberlanjutan dari program pelatihan ini berikutnya adalah adanya Program Adopsi Teknologi Berbasis Kecerdasan Buatan dan Big Data, Program Pengembangan Sistem Keamanan dan Manajemen Data Digital, Konektivitas dengan *Smart Government* dan *Smart City* serta Hilirisasi dan Komersialisasi Teknologi Tepat Guna.

Ucapan Terimakasih

Ucapan Terima kasih disampaikan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Telkom, Direktorat Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Telkom University, Jamkrindo, DKM Masjid Al Hidayah Sarijadi, juga *special thank* untuk Dr. Adhi Prasetyo yang telah bersedia membantu sebagai konsultan.

Referensi

- Ayu, D., & Dewi, C. K. (2024). Pengaruh perceived congruence, social influence dan motivation terhadap funding intention (Studi pada campaign crowdfunding Rachel Venya di Kitabisa.com). *eProceedings of Management*.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2022). *Digital marketing: Strategy, implementation, and practice* (8th ed.). Pearson Education.
- Dewi, C. K., Suryono, H. G. P., & Ramadhian, M. A. R. (2025). Evaluasi kepuasan konsumen terhadap program inovatif bagi tenaga pengajar dan staf pendukung di Our Dream Indonesia Bandung: Pendekatan service quality dan design thinking. *Madaniya*.
- Hendayani, R., Prasetyo, A., Ariyanti, M., & Salim, D. F. (2024). Pelatihan pemasaran digital dan branding sebagai upaya untuk meningkatkan penjualan produk usaha di Desa Pulosari. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*.
- I Rachmawati, H., Millanyani, M., & Ariyanti, M. (2021). *Pemasaran melalui media sosial untuk usaha mikro kecil menengah*. DigiBook Interactive.

- Indrawati, C. K., Wai, C. K., Ariyanti, M., & Mansur, D. M. (2017). *Perilaku konsumen individu dalam mengadopsi layanan berbasis teknologi informasi dan komunikasi* (Cetakan pertama). PT Refika Aditama.
- Indrawati, Khoirunnisa, A., Ahmad, F. F. F. T., Brilliany, K. A., & Hazimah, Z. (2024). *Digital marketing odyssey: Strategi dan pengukuran media owned, paid, dan earned*. Tel-U Press.
- Prasetyo, A. (2014). *Buku sakti webmaster*. Media Kita.
- Rachmat, D. O. N., Ariyanti, M., & Zuliestiana, D. A. (2016). Pengaruh celebrity endorser di media sosial Instagram dalam promosi produk hijab terhadap minat beli konsumen (Studi kasus pada akun Instagram @Zahratuljannah dan @joyagh). *eProceedings of Management*.
- Ramadhani, M. R., & Ariyanti, M. (2024). Exploring the influence of social media marketing on brand trust, brand image, and brand loyalty for Fore Coffee. *International Journal of Science, Technology & Management*.