



Dakwah Digital: Publikasi Kegiatan Masjid Memanfaatkan Jejaring Sosial

Faruq Alhasbi^{1*}, Karina Sofiananda Armaza Faraba², Arif Effendi³, Bagas Imam Utomo⁴, Farchan Bachtiar⁵, Ummi Nur Azizah⁵

Dikirim: 5 Oktober 2024
Direvisi: 12 Desember 2024
Diterima: 22 Desember 2024
Diterbitkan: 30 Desember 2024

***Penulis korespondensi:**
Faruq Alhasbi, Institut Islam Mambaul Ulum Surakarta, Indonesia.
E-mail: alhasbingil@hotmail.com

Abstract: *With its various features, social media facilitates organizations, including mosques, in interacting with the community. However, due to insufficient information dissemination, many residents around Al-Hikmah Mosque, Margoasri Karangmalang Sragen, remain unaware of its activities. Despite the mosque administrators being active, lacking information has resulted in low community participation, rendering the activities less than optimal. The digital da'wah training aims to provide an understanding of creating da'wah content via social networks, expanding the reach of religious institutions, and facilitating the publication and documentation of activities at Al-Hikmah Mosque. This community service program was conducted through a seminar followed by mentoring sessions. It fully employed the design thinking method to address the partners' issues by optimizing existing resources. Over four months, the service team engaged with the partners to understand their problems, conduct field observations, narrow down the issues, formulate solutions, and develop and implement the proposed ideas presented during the training. The training on publishing mosque activities using social networks brought significant changes to the community service partner. The partner successfully created an Instagram account to disseminate mosque-related information, expand the reach of da'wah, and document mosque activities. However, further training is needed to ensure consistency and enhance technical skills in managing social networks to support the mosque's da'wah efforts.*

Keywords: *Digital da'wah, Da'wah content, Social networks, Mosque activities*

Abstrak: Media sosial dengan berbagai fiturnya mempermudah organisasi, termasuk masjid, berinteraksi dengan masyarakat. Namun, banyak warga sekitar Masjid Al-Hikmah Margoasri Karangmalang Sragen tidak mengetahui kegiatan masjid akibat kurangnya penyebaran informasi. Meski pengurus masjid aktif, keterbatasan informasi menyebabkan partisipasi masyarakat rendah, sehingga kegiatan belum optimal. Pelatihan dakwah digital bertujuan untuk memberikan pemahaman tentang pembuatan konten dakwah melalui jejaring sosial, perluasan jangkauan dakwah institusi keagamaan, serta memfasilitasi media publikasi informasi dan dokumentasi kegiatan di Masjid Al-Hikmah. Pengabdian ini dilaksanakan melalui seminar kemudian pendampingan, di mana secara utuh memakai metode design thinking untuk memecahkan masalah mitra melalui optimalisasi sumber daya yang ada. Selama empat bulan, Tim Pengabdian berkomunikasi dengan mitra untuk memahami permasalahan, observasi lapangan, mengerucutkan masalah, menyusun ide solusi masalah, pengembangan, dan penerapan ide-ide yang dipaparkan dalam materi pelatihan. Pelatihan publikasi kegiatan masjid dengan memanfaatkan jejaring sosial memberikan perubahan mitra PkM. Mitra akhirnya mempunyai akun Instagram untuk mempublikasikan informasi masjid, memperluas jangkauan dakwah, dan media dokumentasi aktivitas masjid. Meskipun begitu, masih diperlukan pelatihan lanjut terkait konsistensi dan kemampuan teknis dalam pengelolaan jejaring sosial yang bertendensi pada upaya dakwah masjid.

Kata kunci: Dakwah digital, Kdakwah, Jejaring sosial, Kegiatan masjid

Tentang Penulis

Faruq Alhasbi, Institut Islam Mambaul Ulum Surakarta, Indonesia; Karina Sofiananda Armaza Faraba, Institut Islam Mambaul Ulum Surakarta, Indonesia; Arif Effendi, Institut Islam Mambaul Ulum Surakarta, Indonesia; Bagas Imam Utomo, Farchan Bachtiar, Institut Islam Mambaul Ulum Surakarta, Indonesia; Ummi Nur Azizah, Institut Islam Mambaul Ulum Surakarta, Indonesia.

Cara mensitasi artikel ini: Alhasbi, F. (2024). Dakwah Digital: Publikasi Kegiatan Masjid Memanfaatkan Jejaring Sosial. *Ngarsa: Journal of Dedication Based on Local Wisdom*, 4(2), 99–114. <https://doi.org/10.35719/ngarsa.v4i2.517>



1. Pendahuluan

Masyarakat modern mempunyai kecenderungan menghabiskan waktu di dunia maya. Platform digital seperti jejaring sosial, website, dan aplikasi menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan karena mampu memberikan kecepatan dan kemudahan akses informasi kepada setiap penggunanya (Wibowo, 2019). Hal ini tidak menutup kemungkinan pemanfaatan media berbasis digital untuk memperluas pengaruh, termasuk kegiatan *syiar* Islam (dakwah). Pada kenyataannya, terjadi transformasi dakwah di mana komunikasi yang dinamis berperan penting dalam dakwah (Rif'at et al., 2023). Melihat kondisi tersebut, kegiatan dakwah dengan memanfaatkan media digital menjadi tren yang terus dioptimalkan dan dikembangkan untuk memperluas jangkauan dakwah. Dai tidak hanya berdakwah secara tradisional seperti *bil-kalam* dan *bil-khitobah*, namun juga bisa menggunakan media visual maupun audio-visual (Sai'dah et al., 2022; Wibowo, 2019). Dakwah digital merupakan bentuk kajian baru dalam dakwah yaitu upaya memanfaatkan teknologi digital sebagai media dakwah (Burham, 2023). Oleh karena itu, mengelola jejaring sosial menjadi sebuah skill yang perlu dikuasai dan dimanfaatkan dengan baik, sehingga keberadaan jejaring sosial bisa memberikan manfaat kepada semua orang (Fadhli & Fadlilah, 2017). Hal ini memungkinkan jejaring sosial sebagai media untuk mentransformasikan nilai-nilai dakwah bagi masyarakat luas (Ilhamuddin et al., 2022).

Dakwah digital muncul sebagai respons terhadap perkembangan teknologi informasi yang memberikan perubahan masyarakat menuju era digitalisasi, termasuk maraknya penggunaan media digital sebagai media dakwah. Tingginya pengguna internet dan melihat pola konsumsi jejaring sosial memunculkan peluang baru dalam dakwah. Tidak dipungkiri, terdapat tren peningkatan pengguna internet dengan akses jejaring sosial sebagai tujuan utama (Slice, 2024). Hal tersebut tidak terlepas dari aplikasi-aplikasi *information sharing* seperti WhatsApp, Instagram, Facebook, TikTok, dan aplikasi lainnya yang bertujuan untuk mempermudah akses informasi (Annur, 2024). Penggunaan jejaring sosial dalam dakwah memberikan dampak signifikan yang ditandai dengan munculnya tokoh-tokoh akun jejaring sosial para pendakwah (Wibowo, 2019), baik perseorangan seperti Gus Miftah, Gus Bahak, Habib Jafar, maupun lembaga seperti @masjidjogokariyan, @masjidnuruliman, dan sebagainya. Penggunaan metode dakwah tersebut dipandang mampu meningkatkan efektivitas dan efisiensi dakwah, memberikan jangkauan lebih besar, serta sebagai media pengembangan *syiar* Islam itu sendiri (Efendi et al., 2023; Maulana & Marlina, 2024).

Selain itu, penggunaan jejaring sosial sebagai media dakwah juga dipandang efektif dalam memberikan motivasi, meningkatkan pemahaman, serta mendorong perilaku religius bagi kalangan pemuda (Estuningtyas, 2021; Rasyid & Rahmawati, 2022). Oleh karena itu, dakwah menggunakan jejaring sosial menjadi tantangan yang terus diupayakan dalam *syiar* agama (Muvid, 2023; Rasyid & Rahmawati, 2022). Keberadaan jejaring sosial memungkinkan masyarakat dan lembaga muslim untuk menyebarkan pesan-pesan agama secara luas dan secara langsung dapat berinteraksi dengan audiens (Rif'at et al., 2023). Dengan kata lain, keberadaan jejaring sosial memungkinkan pendakwah (selaku *sender*) untuk mengadopsi strategi komunikasi menggunakan format media kreatif seperti video, gambar, dan cerita yang menarik dalam menyebarluaskan pesan-pesan Islami (Rif'at et al., 2023).

Munculnya akun-akun jejaring sosial yang diselenggarakan oleh lembaga atau komunitas agama seperti masjid juga semakin menarik untuk disimak. Hal ini tidak terlepas dari berbagai keuntungan dan yang didapatkan lembaga tersebut. Selain tujuan *syiar* dakwah, tidak jarang masjid-masjid memanfaatkan internet sebagai media publikasi yang efektif dan efisien untuk menginformasikan kegiatan sosial kemasyarakatan seperti publikasi acara kajian, penghimpunan zakat, dan sebagainya (Rasyid & Rahmawati, 2022).

Dengan begitu, masjid-masjid ini tidak memerlukan biaya lebih dalam menyebarkan informasi kegiatan masjid. Lebih jauh dari itu, pesan visual yang tampak dari akun jejaring sosial mampu menjadi daya tarik lain. Tidak sedikit jamaah, masyarakat, maupun wisatawan mempunyai keinginan untuk mengunjungi masjid setelah melihat informasi dari akun jejaring sosial masjid. Dengan kata lain, jejaring sosial juga turut berperan penting dalam upaya memakmurkan masjid (Nurfatmawati, 2020). Memakmurkan masjid merupakan sebuah pekerjaan yang harus diupayakan secara berkelanjutan. Sebagaimana QS At-Taubah ayat 18 yang menjelaskan bahwa memakmurkan masjid merupakan pekerjaan orang-orang yang beriman, maka agenda tersebut perlu untuk dipikirkan dan dikembangkan oleh umat Islam. Ini tidak terlepas dari masjid yang memerankan fungsi strategis dalam pembinaan spiritual dan intelektual masyarakat (Alhasbi, Subando, et al., 2023; Widartik et al., 2022).

Meskipun digitalisasi dakwah mulai menjadi tren, takmir Masjid Al-Hikmah Margoasri belum memanfaatkan media sosial untuk kegiatan dakwah maupun pengelolaan masjid. Dalam observasi awal didapati bahwa kegiatan dakwah hanya dilakukan secara tradisional, dalam bentuk kajian secara tatap muka saja. Dengan begitu, kegiatan hanya bisa diikuti oleh masyarakat sekitar kompleks masjid saja, bahkan belum menyeluruh dalam satu wilayah Desa Margoasri. Upaya untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam kegiatan masjid melalui publikasi pra kegiatan masjid masih belum optimal. Adapun publikasi dilakukan secara *word of mouth* dan pengumuman melalui pengeras suara saja. Kondisi tersebut menyebabkan rendahnya partisipasi masyarakat karena ketidaktahuan atas kegiatan yang diselenggarakan takmir masjid. Padahal, hampir seluruh masyarakat di Kecamatan Karangmalang aktif dalam bermedia sosial di mana semua orang mempunyai platform media sosial. Hal ini juga didukung dengan remaja masjid di mana mereka merupakan *digital native* yang terbiasa menggunakan media sosial dan aktif dalam berkomunikasi menggunakan jejaring sosial. Meskipun mayoritas remaja di sekitar tidak berdomisili di Margoasri, karena bekerja ataupun sedang menempuh pendidikan di luar Sragen, penggunaan media sosial dapat menjaga dan meningkatkan kedekatan emosional dengan masjid. Dengan kata lain, masalah komunikasi tersebut menjadi penting untuk dicarikan jalan keluar. Harapannya, informasi kegiatan masjid bisa tersampaikan kepada masyarakat luas sehingga partisipasi masyarakat dapat meningkat.

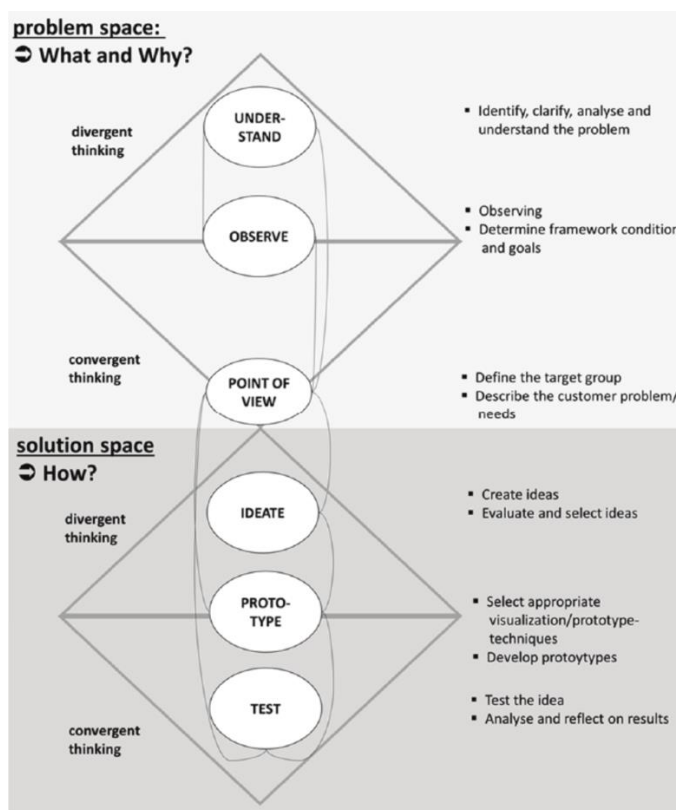
Pada program pengabdian terdahulu, Ilhamuddin et al. (2022) melakukan pelatihan pengelolaan jejaring sosial sebagai media komunikasi humas pondok pesantren di Kediri. Dengan begitu, setiap khalayak luas dapat menyimak dan berpartisipasi pada setiap kegiatan pondok pesantren serta menjadi media dakwah digital pondok pesantren. Hal ini tidak terlepas dari pandangan Rasyid & Rahmawati (2022) yang juga melakukan pelatihan pengelolaan jejaring sosial sebagai media dakwah alternatif di era pandemi COVID-19. Jejaring sosial menjadi media alternatif untuk menyebarkan nilai-nilai dakwah di masa pandemi COVID-19 karena memungkinkan untuk melakukan aktivitas dakwah di tengah Kebijakan Pembatasan Sosial Berskala Besar dan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (Rasyid & Rahmawati, 2022). Lebih spesifik lagi, Juanita & Supriyatno (2021) melakukan pelatihan desain grafis untuk memudahkan dalam syiar dakwah khususnya kepada generasi muda.

Alasan kegiatan pendampingan pada Masjid Al-Hikmah Margoasri tidak terlepas dari kondisi mitra dampingan. Adapun gambaran kondisi terkini yang menjadikan alasan pelaksanaan pendampingan antara lain sebagai berikut. Pertama, masjid mempunyai sumber daya manusia dan sarpras yang mencukupi, namun belum bisa optimal yang terkhusus dalam bidang publikasi. Kedua, tren penggunaan jejaring sosial dalam upaya memakmurkan masjid, namun Masjid Al-Hikmah Margoasri belum mempunyai jejaring sosial. Ketiga, Remaja Masjid Al-Hikmah Margoasri aktif dalam menggunakan jejaring

sosial, namun belum memahami bentuk konten dakwah yang bisa dipublikasikan. Keempat, Masjid Al-Hikmah Margoasri mempunyai banyak kegiatan, namun belum terdokumentasi dengan baik. Kelima, Remaja masjid dipandang mampu mengelola jejaring sosial untuk membantu kegiatan dakwah dan dokumentasi kegiatan masjid. Kegiatan pengabdian ini diharapkan menghasilkan beberapa target sebagai indikator keberhasilan yaitu: remaja masjid mampu memanfaatkan jejaring sosial sebagai media dakwah; remaja masjid lebih terlihat aktif dalam setiap kegiatan masjid; takmir masjid mempunyai jejaring sosial sebagai media dakwah; dan takmir masjid melalui remaja masjid dapat memanfaatkan jejaring sosial sebagai media publikasi kegiatan masjid.

2. Metode

Program kegiatan pengabdian kepada Masyarakat ini dilaksanakan melalui dua tahap yaitu pemaparan materi dilanjutkan dengan pendampingan kepada mitra pengabdian. Pemaparan materi dilaksanakan pada hari Sabtu tanggal 14 Januari 2024 dan dihadiri oleh 21 peserta yang terdiri dari 5 orang takmir dan 16 remaja masjid. Sedangkan pendampingan dilakukan melalui grup WhatsApp selama satu bulan sebagai media untuk berdiskusi antara tim pengabdian dengan remaja masjid, di mana dalam hal ini berlaku sebagai pelaksana hasil pengabdian. Melalui grup tersebut, terjadi diskusi tentang strategi dan manajemen penggunaan jejaring sosial Instagram sebagai media publikasi kegiatan di Masjid Al-Hikmah Margoasri Karangmalang Sragen.



Gambar 1. Proses *design thinking* Müller-roterberg

Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini menggunakan pendekatan *design thinking*, yaitu pendekatan integratif berbasis pemecahan masalah sesuai dengan kondisi dan peluang yang ada pada mitra (Müller-roterberg, 2018) sebagaimana pernah dilakukan oleh Alhasbi et al. (2023) di Jumapolo. Pendekatan tersebut dipandang ampuh dalam

mengembangkan layanan publik (Eriksson, 2022), sebagai solusi tepat dalam pengelolaan informasi aktivitas masjid. Pendekatan *design thinking* terdiri dari enam fase, di mana tiga fase berada dalam tahap *problem space* dan sisanya berada dalam tahap *solution space*. Tahap *problem space* berguna untuk menggali masalah utama mitra pengabdian yang terdiri dari *understanding* untuk memahami masalah mitra serta menjajaki kemungkinan solusinya, *observe* untuk menggali detail masalah yang dialami mitra, dan *point of view* yaitu definisi masalah atas analisis kedua fase sebelumnya (*understanding* dan *observe*) yang juga dipahami sebagai *define the problem* (Alhasbi, Subando, et al., 2023).

Tahap *problem space* dan *observe* dilakukan melalui diskusi antara tim pengabdian dengan takmir dan remaja masjid Al-Hikmah untuk melihat kondisi aktual serta melihat beberapa peluang sebagai pemecahan masalah. Pada akhirnya, tahap *point of view* menghasilkan statemen masalah yaitu bagaimana mengoptimalkan publikasi kegiatan masjid agar kaderisasi dan rasa memiliki masjid tetap utuh sehingga masjid tetap makmur. Setelah mendapatkan definisi masalah melalui tahap *problem space*, tim pengabdian kemudian bekerja dalam tahap *solution space* untuk merancang solusi atas permasalahan-permasalahan yang dihadapi mitra pengabdian. Tahap *solution space* terdiri dari tiga fase yaitu *ideate* atau *finding and selection ideas* untuk menjajaki beragam solusi sebagai jalan keluar yang tepat, *prototype* untuk mengembangkan solusi yang paling tepat dan reliabel, dan *develop prototype* yaitu pengembangan atas ide-ide solutif yang diterapkan oleh mitra (Alhasbi, Subando, et al., 2023).

Adapun ide yang menjadi prioritas dan menjadi poin penting dalam pengabdian dan sebagai *ideate* adalah digitalisasi media dakwah memanfaatkan jejaring sosial, agar remaja masjid (sebagai generasi lanjut) bisa mengetahui segala bentuk kegiatan yang diselenggarakan meskipun mereka di perantauan sekalipun. Setelah itu, *prototype* tersebut kemudian diterapkan oleh mitra secara apa adanya. Tim pengabdian melalui grup WhatsApp selama masa pendampingan melakukan monitoring dan evaluasi terhadap penerapan ide melalui kritik, saran, dan masukan. Dengan begitu, monitoring dan evaluasi tersebut memungkinkan takmir dan remaja masjid untuk melakukan pengembangan ide utama (*develop prototype*) sesuai kondisi dan kemampuan mitra pengabdian.

3. Hasil dan Pembahasan

Di awal kegiatan, Pengabdian kepada Masyarakat direalisasikan dalam bentuk pelatihan. Setelah itu, Tim PkM melakukan pendampingan guna melihat sejauh mana perkembangan setelah pelatihan yang diwujudkan melalui pemantauan dan konsultasi. Secara umum, kegiatan dapat berjalan dengan lancar dan dapat dideskripsikan sebagai berikut.

Pendampingan awal dilakukan sebelum penyelenggaraan pelatihan untuk melihat bagaimana kondisi nyata yang terjadi di lapangan. Tahap ini berlangsung melalui komunikasi aktif selama dua bulan sebelumnya, Desember 2023 sampai Januari 2024, sehingga Tim PkM dapat melakukan observasi dan identifikasi masalah. Dengan begitu, Tim PkM pada akhirnya mendapatkan beberapa solusi yang reliabel untuk mengatasi permasalahan mitra, yang kemudian dikembangkan menjadi materi pelatihan.

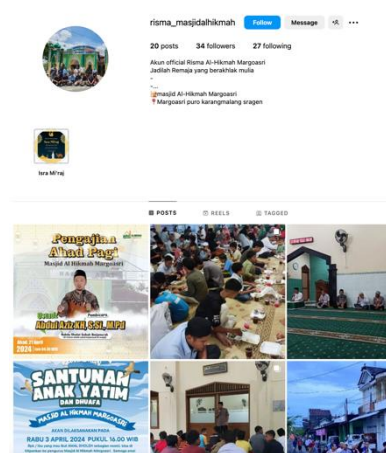
Pelatihan sebagai inti PkM dilaksanakan pada 13 Januari 2024. Materi yang disampaikan pada pelatihan adalah Dakwah Digital: Publikasi Kegiatan Masjid Memanfaatkan Jejaring Sosial untuk memberikan pandangan dakwah digital dan perlunya melakukan publikasi terhadap kegiatan kepada takmir dan remaja masjid. Adapun tujuannya adalah untuk memberikan pengetahuan dan penentuan jalan keluar dari masalah-masalah yang dihadapi mitra dan mengoptimalkan peluang yang ada.

Tim PkM melakukan pendampingan dan monitoring pasca pelatihan untuk memantau hasil dan memantau penerapan pengetahuan yang didapatkan selama pelatihan. Fase ini melibatkan Tim PkM untuk memantau dan mendampingi mitra pengabdian secara berkala, yang dilaksanakan setelah pelatihan sampai dengan April 2024. Pendampingan dan konsultasi juga dilakukan melalui grup WhatsApp, sehingga bisa dilaksanakan kapan saja.

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat dapat berjalan dengan lancar tanpa kendala berarti. Secara umum, terdapat peningkatan pemahaman para takmir dan remaja masjid akan pentingnya dakwah digital dan publikasi kegiatan masjid. Ini dapat dilihat dari takmir masjid yang mulai memanfaatkan jejaring sosial Instagram, peran serta remaja masjid dalam membuat konten dakwah memanfaatkan kegiatan-kegiatan masjid, dan aktifnya akun jejaring sosial Instagram Masjid Al-Hikmah Margoasri.



Gambar 2. Kegiatan Pemaparan Materi dalam Pelatihan Dakwah Digital



Gambar 3. Tampilan Profil Instagram @risma_masjidalhikmah

Dibuatnya akun instagram @risma_masjidalhikmah (Gambar 2) merupakan bentuk tindak lanjut dari hasil pengabdian, di mana akun tersebut digunakan untuk kepentingan dakwah dan syiar masjid. Pengelolaan akun tersebut melibatkan remaja masjid sebagai pengelola utama jejaring sosial. Remaja masjid diberikan tanggung jawab untuk mendokumentasikan dan mempublikasikan konten berupa informasi maupun dokumentasi kegiatan-kegiatan masjid. Dengan kata lain, Pengabdian kepada Masyarakat melalui kegiatan pelatihan dan pendampingan ini mampu memberikan perubahan dalam digitalisasi informasi masjid.

Peningkatan Pemahaman tentang Bentuk Konten Dakwah

Salah satu tujuan dari pelatihan ini adalah peningkatan pemahaman tentang bentuk konten dakwah. Dengan memahami inti dari konten dakwah, diharapkan peserta pelatihan dapat memahami bentuk-bentuk konten dakwah yang nantinya bisa memproduksi konten dakwah yang menarik dengan tidak menghilangkan kreativitas masing-masing individu.

Sejauh ini, konten dakwah sering kali diasosiasikan dengan penyematan atribut-atribut bernilai Islami (Rofiq & Sholihah, 2024) seperti mengenakan peci, sorban, menyertakan dalil-dalil, menampilkan kegiatan pengajian, serta berbagai simbol Islami lainnya. Salah satu kesalahan umum adalah penggunaan lagu berbahasa Arab sebagai latar konten dakwah tanpa memahami maknanya. Hal ini sering kali mengakibatkan

ketidakesuaian antara pesan dalam lagu dengan isi konten dakwah yang ingin disampaikan, sehingga makna keseluruhan menjadi kurang harmonis. Penyematan atribut Islami seperti peci juga kerap dianggap sebagai elemen yang harus ada dalam bingkai untuk menonjolkan nuansa dakwah. Namun, nyatanya konten dakwah tidak selalu harus terikat pada "template dakwah" yang bersifat simbolik semata. Dalam menyampaikan pesan dakwah, yang lebih penting adalah substansi dari konten itu sendiri, yaitu menyampaikan nilai-nilai Islami dengan cara yang relevan, kreatif, dan mudah dipahami oleh khalayak. Penggunaan atribut atau simbol tertentu seharusnya menjadi pelengkap, bukan elemen utama yang mendefinisikan esensi dakwah. Dengan pendekatan ini, konten dakwah dapat lebih inklusif, inovatif, dan efektif dalam menyentuh hati masyarakat luas.

	<p>Gambar 4. Materi konsep konten dakwah sederhana</p>
<p>Pilih mana?</p> 	<p>Gambar 5. Contoh konten menggunakan atribut Islam</p>
<p>Pilih mana?</p> 	<p>Gambar 6. Contoh bentuk konten tanpa atribut Islam</p>

Penggunaan dalil-dalil dalam konten dakwah sering kali menjadi ciri khas kelompok Salafi dan Wahabi. Mereka cenderung mengarahkan setiap materi yang disampaikan

kepada prinsip-prinsip teologi Islam yang bertujuan mengembalikan segala sesuatu berdasarkan Al-Qur'an dan Hadis (Fairozi & Anggraini, 2020). Pendekatan ini memang relevan dengan visi kelompok tersebut, namun sering kali memunculkan pro dan kontra di kalangan masyarakat. Salah satu konsekuensinya adalah munculnya stigma negatif seperti "Islam marah," di mana konten dakwah dianggap terlalu keras atau konfrontatif. Stigma semacam ini dapat mengurangi efektivitas dakwah karena audiens merasa teralienasi daripada terhubung dengan pesan yang disampaikan. Oleh karena itu, literasi dakwah menjadi sangat penting untuk meningkatkan pemahaman masyarakat, terutama dalam mengenali dan membedakan berbagai pendekatan dalam konten dakwah (Faraba et al., 2024). Literasi ini juga dapat membantu mendorong cara penyampaian dakwah yang lebih inklusif, seimbang, dan konstruktif. Dengan pendekatan yang tepat, konten dakwah tidak hanya dapat menyampaikan nilai-nilai Islam secara efektif tetapi juga membangun hubungan yang positif dengan audiens, tanpa menimbulkan stigma atau konflik. Hal ini menjadi langkah penting dalam memastikan pesan dakwah diterima dengan baik oleh masyarakat luas.

Membuat konten dakwah tidak harus menggunakan atribut islami secara berlebihan. Namun secara substansial, membuat konten dakwah dapat dilakukan dengan mengintegrasikan pesan-pesan yang mengajak pada kebaikan. Membagikan konten yang bermanfaat, mengajak ke kebaikan, merupakan bentuk tanggung jawab dalam bersosial media sebagaimana tujuan dakwah itu sendiri. Makna dakwah itu sendiri merupakan aktivitas menyerukan dan mengajak untuk mengamalkan ajaran-ajaran (Fairozi & Anggraini, 2020) kepada seluruh umat manusia (Wibowo, 2019). Dalam konteks komunikasi islam, dakwah merujuk pada tindakan mengajak orang pada ajaran, prinsip, dan cara hidup berdasarkan syariat dan bertujuan untuk menyebarkan risalah, meningkatkan pemahaman, dan mendorong orang untuk memeluk agama lebih erat.

Saat ini, fenomena dakwah konvensional dipandang memerlukan media alternatif, khususnya ditujukan untuk generasi muda yang aktif menggunakan jejaring sosial (Fairozi & Anggraini, 2020; Labib, 2023; Rahman & Aziz, 2022). Dalam praktik yang lebih luas, membagikan konten yang berisikan seruan menuju kebaikan merupakan bentuk dakwah yang bisa dilakukan oleh setiap orang (Azman, 2021). Hal ini selaras dengan hadits yang diriwayatkan Bukhori yang menegaskan seruan untuk menyampaikan pesan-pesan kebaikan meskipun hanya satu ayat. Dengan begitu konten-konten dakwah dapat membantu memperdalam pemahaman masyarakat tentang islam dalam rangka memperkuat keimanan mereka.

Jika ditinjau lebih lanjut, ada banyak jenis konten yang bisa dimanfaatkan sebagai media dakwah. Namun yang perlu digaribawahi, konten-konten yang disajikan mengutarakan suatu hal yang baik dan memberikan manfaat kepada seluruh umat. Terdapat banyak konten-konten umum yang mengandung nilai-nilai syiar islam seperti cuplikan 60 detik lagu Hall of Fame oleh The Script feat. Will I Am yang menyerukan manusia harus terus bersungguh-sungguh agar lebih baik dari hari kemarin, cuplikan gol dan selebrasi Jamie Vardy yang mengisyaratkan penentangan terhadap LGBTQ, lagu Gala Sinar Matahari milik Sal Priadi yang secara eksplisit menuturkan dalil-dalil dalam Quran, cuplikan klip film-film yang mengandung pesan-pesan Qur'an maupun Hadits secara praktis, dan sebagainya.

Peningkatan pemahaman tentang konten dakwah terlihat dari antusiasme peserta pelatihan yang bertanya hingga mengutarakan contoh bentuk konten. Peserta 1 yang juga merupakan anggota takmir, "jadi, sebenarnya ngomong yang baik-baik (di media sosial) itu juga termasuk konten dakwah, bukan? Ketika isinya (konten) mengajak untuk tolong menolong, ngajak (mengajak) kerja bakti, seperti itu bisa jadi (konten) dakwah juga?". Peserta 2, remaja masjid, juga mengidentifikasi bentuk-bentuk lain dari konten dakwah,

“membagikan cuplikan lirik (lagu) Dear God-nya Avenged Sevenfold di story bisa jadi konten dakwah juga, dong? Kan isinya ngajak (mengajak) berdoa, mendoakan orang yang disayang”. Pada akhirnya, Tim PkM menjelaskan lebih lanjut tentang substansi konten dakwah yang merujuk pada bentuk komunikasi persuasif untuk mengajak kebaikan.

Merancang konten dakwah dapat dijadikan sebuah ajakan untuk mengutarakan hal yang baik dan membagikan pengetahuan yang bermanfaat. Dengan kata lain, konten-konten dakwah tidak terlepas dari upaya mengatakan dan membagikan materi-materi yang bermanfaat dan menambah pengetahuan masyarakat (Azman, 2021). Dengan begitu, konten dakwah tidak terpaku pada visualisasi simbol-simbol islam saja, tetapi lebih menekankan pada inti pesan untuk bersama-sama berbuat baik kepada sesama manusia (Azman, 2021; Hazieq et al., 2024; Lestari, 2024; Wibowo, 2020).

Oleh karena itu, membuat konten dakwah tidak melulu harus memunculkan atribut-atribut islam. Sebagaimana konten pada umumnya, ketika isi pesan memberikan pemahaman tentang kebaikan dapat menjadi konten dakwah. Sehingga, dakwah digital menitikberatkan pada isi pesan konten yang memberikan pemahaman menuju kebaikan. Keberhasilan pemahaman tersebut diperlihatkan dengan bentuk-bentuk konten jejaring sosial yang tidak hanya dibalut dengan atribut-atribut keislaman, namun juga membuat kegiatan keseharian yang menarik, hingga program-program sosial kemasyarakatan. Terdapat beberapa unggahan melalui reels dan story yang memperlihatkan kegiatan behind the scene maupun aktivitas di luar dakwah yang menarik. Selain itu, terdapat beberapa konten dakwah yang menunjukkan aktivitas keseharian dengan caption berupa literasi keislaman.



Gambar 7. Konten publikasi pengajian. Gambar 8. Konten kegiatan sosial melalui reels

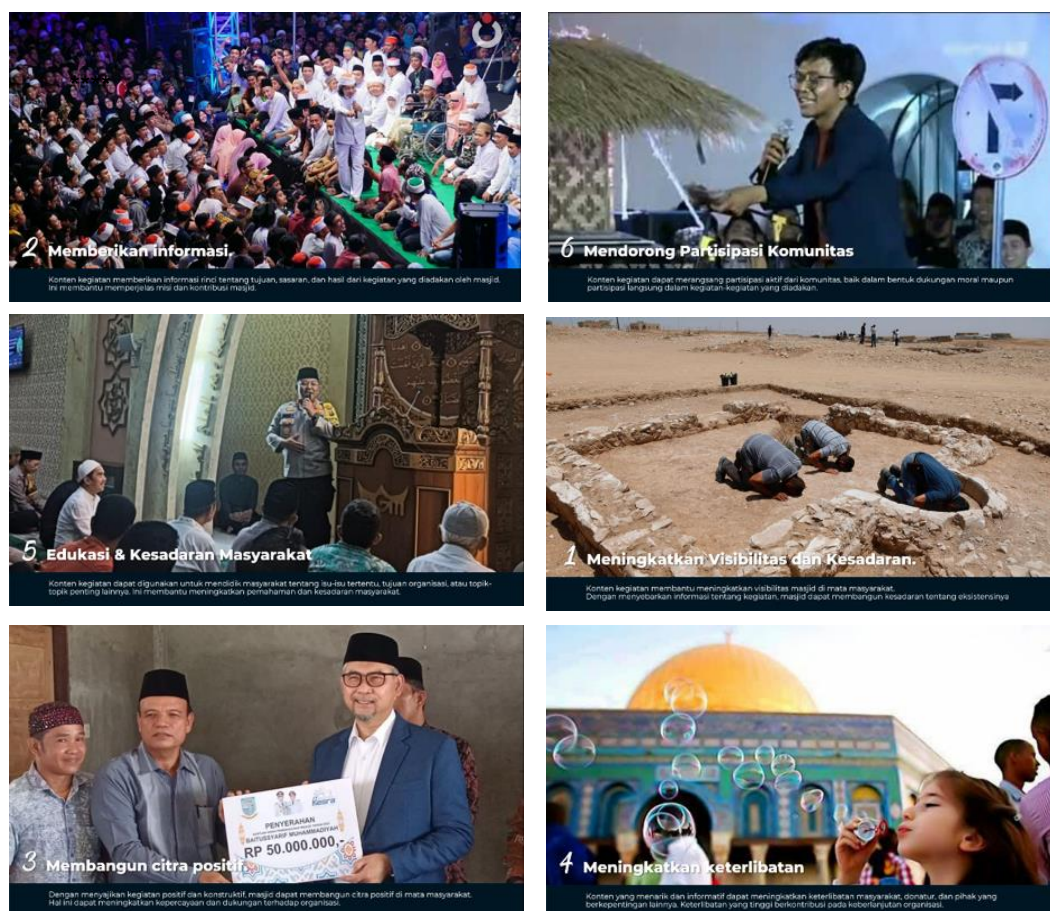
Hasil dari pengukuran tingkat pemahaman tentang membuat konten dakwah terkonfirmasi dengan bentuk konten yang disajikan dalam akun Instagram. Selain membuat konten publikasi tentang kegiatan dakwah berbentuk pengajian (Gambar 7), akun juga membagikan konten yang berisikan kegiatan sosial yaitu jalan sehat (Gambar 8).

Pada Gambar 7, konten dakwah dirancang dalam bentuk gambar berisikan ajakan untuk mengikuti pengajian sembari dilakukan untuk mengajak masyarakat melakukan sholat subuh berjamaah di masjid. Publikasi melalui gambar ini kemudian dibagikan melalui akun Instagram, sehingga seluruh lapisan masyarakat dapat mengetahui kegiatan yang akan dilakukan. Tidak hanya itu, poster juga dibagikan melalui akun sosial media takmir maupun masyarakat sekitar, sehingga memunculkan efek getok tular (electronic word of mouth) antar jemaah. Hasil publikasi konten ini pada dapat meningkatkan partisipasi masyarakat, di mana sebelumnya kegiatan sholat subuh di masjid hanya sebanyak dua baris menjadi setengah ruang masjid.

Sedangkan pada Gambar 8, konten dakwah dirancang dengan bentuk kegiatan sosial berupa jalan sehat. Hal ini didasari pada dakwah tentang pentingnya menjaga tubuh yang bisa dapat dilakukan dengan olah raga ringan yaitu jalan sehat. Selain itu, pemilihan scene menekankan tentang kebaikan seperti berbagi sarapan setelah jalan sehat kepada masyarakat umum, serunya jalan sehat bersama-sama, dan kegiatan makan bersama. Dengan begitu, meskipun konten tidak menggunakan atribut-atribut islami, konten tetap berisikan ajakan kepada masyarakat luas untuk menjalani pola hidup sehat.

Peningkatan Pemahaman Pentingnya Melakukan Publikasi Kegiatan Masjid

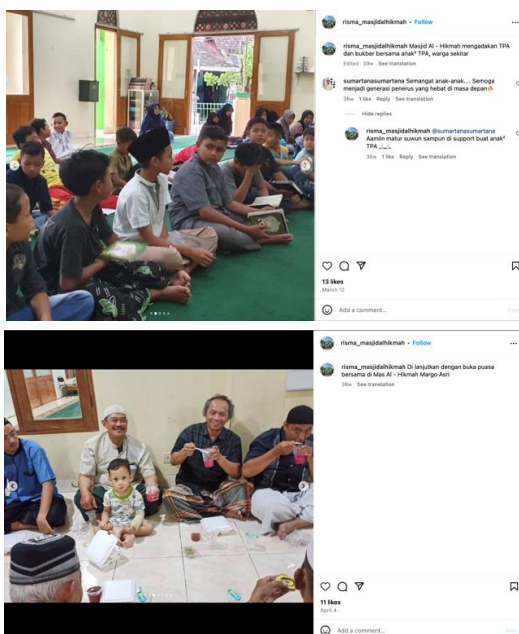
Ada banyak cara yang bisa dilakukan dalam upaya memakmurkan masjid, di mana komunikasi memegang peranan sentral dari aktivitas tersebut (Alhasbi, Subando, et al., 2023). Adapun cara untuk menyampaikan pesan dalam komunikasi sangat variatif (Alhasbi, Ramli, et al., 2023). Salah satunya adalah menggunakan media digital. Digitalisasi membuat mampir semua hal yang berkaitan dengan informasi dapat diakses dengan mudah, termasuk akses informasi kegiatan masjid. Mempublikasikan informasi maupun mempublikasikan kegiatan masjid melalui jejaring sosial menjadi cara mudah dan murah, di mana akan memberikan keuntungan bagi masjid itu sendiri, terlebih dalam upaya memakmurkan masjid. Dengan kata lain, publikasi kegiatan masjid memiliki peran krusial dalam menyebarkan informasi, meningkatkan partisipasi jamaah, memperkuat hubungan sosial di lingkungan masjid (Hazieq et al., 2024), serta mengajak masyarakat luas (warganet) menuju kebaikan.



Gambar 9. Cuplikan materi pentingnya publikasi kegiatan masjid

Membuat konten dakwah masjid meningkatkan visibilitas di masyarakat dan membangun eksistensi masjid. Tidak bisa dipungkiri, jejaring sosial memudahkan semua orang untuk terhubung tanpa batas jarak dan waktu. Jejaring sosial memungkinkan pesan dakwah tersebar dengan cepat (langsung) dan luas, melampaui batas geografis. Dengan memanfaatkan jejaring sosial, masjid dapat menjangkau audiens, dalam hal ini jamaah, yang lebih luas dan beragam, serta membangun hubungan yang lebih kuat dengan komunitas (Yunita, 2024). Secara praktis, penggunaan tagar (hashtag) yang relevan membuat konten lebih mudah ditemukan oleh orang-orang yang tertarik dengan topik keagamaan, bahkan di luar komunitas sekitar masjid. Selain itu, konten dakwah yang menarik dan relevan dengan kehidupan masyarakat dapat menarik minat audiens secara global seperti membahas masalah yang dihadapi remaja, tips membangun keluarga sakinah, atau penjelasan tentang hukum Islam dalam kehidupan modern.

Melalui jejaring sosial, masjid dapat membangun komunitas virtual yang solid. Ruang virtual ini dapat digunakan untuk berbagi informasi, pengalaman, maupun dukungan moril (Hazieq et al., 2024). Hal ini tidak terlepas dari format jejaring sosial yang memungkinkan interaksi dua arah antara masjid dan jamaah. Secara praktis, jamaah dapat bertanya, memberikan komentar, atau berdiskusi tentang konten yang dibagikan, sehingga menciptakan rasa keterlibatan dan kedekatan antara masjid dan jamaah maupun masyarakat luas (Hotmian, 2024).



Gambar 10. Dokumentasi kegiatan masjid



Gambar 11. Penghimpunan ziswaf oleh masjid

Membuat konten dakwah masjid merupakan langkah strategis untuk memperjelas visi dan kontribusi masjid terhadap masyarakat, yang secara langsung berdampak pada keberlanjutan organisasi masjid itu sendiri. Dengan memanfaatkan jejaring sosial sebagai media informasi, dokumentasi kegiatan masjid dapat dipublikasikan secara luas, sehingga masyarakat dapat dengan mudah melihat peran aktif masjid dalam berbagai aspek kehidupan sosial. Upaya ini, jika dilakukan secara konsisten, akan membantu menciptakan citra positif bagi masjid. Dukungan masyarakat terhadap masjid pun akan semakin tumbuh seiring dengan persepsi positif yang terbentuk dari konten dakwah yang terstruktur dan

konstruktif. Selain itu, konten dakwah yang dirancang dengan pendekatan positif dan relevan akan memperkuat posisi masjid di tengah masyarakat sebagai institusi yang inklusif, modern, dan adaptif terhadap dinamika kehidupan. Masjid tidak hanya dipandang sebagai tempat ibadah, tetapi juga sebagai pusat kegiatan yang mendukung pembangunan sosial dan spiritual masyarakat. Dengan demikian, melalui konten dakwah yang baik, masjid dapat memperluas jangkauan dakwahnya, sekaligus mengokohkan perannya sebagai mitra strategis dalam membangun kehidupan masyarakat yang lebih baik dan harmonis.

Konten menarik di jejaring sosial juga dipandang mampu meningkatkan keterlibatan masyarakat dan stakeholder yang akan berkontribusi pada keberlanjutan organisasi (Hotmian, 2024). Konten dakwah dapat digunakan untuk mengadvokasi kebijakan yang mendukung kegiatan masjid. Melalui konten jejaring sosial, masjid dapat menunjukkan kegiatan-kegiatan maupun program-program yang sedang berjalan secara transparan sehingga dapat membantu membangun kepercayaan jamaah. Fitur interaktif pada jejaring sosial memungkinkan komunikasi dua arah seperti jamaah untuk bertanya, memberikan masukan, dan berdiskusi (Lestari, 2024), sehingga meningkatkan partisipasi jamaah dan memunculkan rasa memiliki. Lebih jauh lagi, jejaring sosial dapat memfasilitasi kolaborasi dengan lembaga lain dalam menjalankan program-program sosial (Hotmian, 2024). Tentunya, konten yang berkualitas dan menarik dapat menarik perhatian potensial donatur dan sponsor untuk mempercayai masjid sebagai tempat untuk zakat maupun infaq. Hal ini juga didukung dengan platform jejaring sosial yang memberikan fitur yang terintegrasi dengan sistem pembayaran, sehingga memudahkan proses donasi.

Adanya peningkatan pemahaman tentang pentingnya melakukan publikasi kegiatan masjid juga dapat terlihat dari isi konten yang dibagikan di Instagram. Tidak selesai di tingkat pemahaman, publikasi kegiatan di Instagram nyatanya juga dimanfaatkan untuk meningkatkan peran masjid di berbagai bidang, khususnya kegiatan sosial kemasyarakatan. Hal ini diungkapkan Informan 1 yang mengatakan bahwa adanya media sosial mempermudah takmir dalam mempublikasikan kegiatan, sehingga lebih banyak masyarakat yang berpartisipasi dalam kegiatan masjid dan beberapa stakeholder pada akhirnya mempercayakan dana zakat untuk disalurkan melalui takmir Masjid Al-Hikmah Margoasri.

Remaja masjid sebagai pengelola menggunakan Instagram untuk publikasi kegiatan-kegiatan masjid seperti informasi program Pengajian Ahad Pagi (Gambar 7), informasi tentang kegiatan Jalan Sehat (Gambar 8), penghimpunan zakat (Gambar 11), maupun kegiatan lain yang diselenggarakan masjid. Di samping itu, kegiatan masjid juga dibagikan melalui feed (Gambar 10) maupun reels (Gambar 8) sebagai media dokumentasi kegiatan, maupun melalui fitur story untuk memamerkan kegiatan dalam waktu 24 jam terakhir.

Hasil akhir dari pemahaman pentingnya mempublikasikan kegiatan di Instagram akhirnya memberikan ruang untuk mendokumentasikan setiap kegiatan masjid dalam bentuk feed maupun reels. Dengan begitu, masyarakat sekitar maupun warganet dapat melihat kiprah takmir masjid dalam upaya dakwah. Bahkan fitur ini juga dioptimalkan sebagai media untuk menghimpun zakat dan infaq dari masyarakat, sebagaimana Gambar 11. Pada akhirnya, tidak sedikit masyarakat sekitar maupun di luar Margoasri melakukan zakat, infaq, dan shodaqoh melalui takmir Masjid. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat peningkatan pemahaman hingga tahap praktis tentang pentingnya dan manfaat publikasi kegiatan masjid melalui media sosial.

4. Simpulan

Kemajuan teknologi informasi menuntut masjid menggunakan platform komunikasi digital untuk memperluas jangkauan maupun cakupan dakwah. Jejaring sosial memberikan banyak kemudahan dan keuntungan bagi masjid ketika digunakan secara optimal. Berdasarkan kondisi yang terjadi pada mitra pengabdian, membagikan informasi kegiatan masjid menggunakan jejaring sosial, sebagai media informasi, dapat memperluas jangkauan syiar masjid. Dengan begitu, membuka ruang komunitas virtual antara masjid dengan jamaah serta menumbuhkan keterlibatan masyarakat luas. Penggunaan jejaring sosial sebagai media dokumentasi kegiatan-kegiatan masjid juga menjadi cara ampuh untuk menunjukkan eksistensi masjid di masyarakat. Harapannya, optimalisasi dokumentasi di jejaring sosial tidak hanya menarik partisipasi masyarakat sekitar namun juga menarik masyarakat luas untuk berkegiatan di masjid maupun mempercayai masjid dalam mengelola kegiatan umat.

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat dengan tema dakwah digital ini telah terlaksana dengan baik. Meskipun demikian, pelaksanaan kegiatan juga menemui beberapa kendala yang diuraikan sebagai berikut. Pertama, kendala geografis, di mana jarak mitra pengabdian dengan tim yang jauh. Kondisi jarak tersebut membuat proses koordinasi memakan waktu cukup lama. Selain itu, kondisi tersebut juga memengaruhi bentuk pendampingan yang dilakukan tim dengan mitra, utamanya dalam monitoring & evaluasi hasil pelatihan. Kedua, kendala dalam implementasi hasil pelatihan dalam pendampingan. Secara praktis, terdapat beberapa kendala teknis berupa cara membuat desain visual sebagai konten dan pengetahuan dalam manajemen jejaring sosial untuk kelembagaan. Masjid mempunyai SDM potensial yang dapat membantu dalam mengoptimalkan publikasi masjid, akan tetapi rendahnya pengetahuan dasar desain dan manajemen jejaring sosial membuat hasilnya belum terasa optimal. Sehingga, remaja masjid yang berperan sebagai admin Instagram masih membutuhkan pendampingan khusus untuk kegiatan dakwah digital.

Berdasarkan hasil kegiatan, Tim PkM memberikan beberapa saran dan rekomendasi. Pertama, program ini hanya sebatas untuk memantik keaktifan remaja masjid dalam upaya mempublikasikan kegiatan masjid. Oleh karena itu, kegiatan serupa masih memerlukan pendampingan lanjutan untuk ranah kreatif lain yang lebih spesifik seperti pelatihan desain dan manajemen jejaring sosial untuk kelembagaan. Kedua, sebaiknya peran masyarakat dan keaktifan remaja masjid perlu dioptimalkan lagi, mengingat upaya meramaikan masjid tidak hanya dilakukan pada agenda PkM saja namun juga sebagai upaya keberlanjutan. Ketiga, regenerasi pengurus masjid diperlukan dalam mewujudkan dakwah kreatif digital. Oleh karena itu, memberikan dampingan kepada remaja untuk kegiatan lanjutan menjadi penting untuk dilaksanakan agar aktivitas dakwah digital oleh masjid menjadi optimal dan tidak membosankan.

Ucapan Terima Kasih

Tim Pengabdian kepada Masyarakat mengucapkan terima kasih kepada Takmir Masjid Al-Hikmah, Remaja Masjid Al-Hikmah, Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Institut Islam Mambaul Ulum Surakarta, dan semua pihak yang terlibat baik secara langsung maupun tidak langsung dalam kegiatan ini. Semoga karya sederhana ini bermanfaat serta memberikan inspirasi kepada para pembaca, masyarakat luas, maupun akademisi yang senantiasa berdakwah melalui kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat.

Referensi

- Alhasbi, F., Ramli, Asfar, A., Setyaningsih, R., Ismail, K., Harahap, T. K., Pratikna, R. N. R. N., Rachmawati, F., Agustiningih, G., Sanjaya, R., Lestari, S., Nurliyani, Oktaviani, D. D., & Rakhman, C. U. (2023). Pengantar Ilmu Komunikasi. In *Penerbit Tahta Media* (1st ed., Issue SE-Katalog Buku). Tahta Media Group. <http://tahtamedia.co.id/index.php/issj/article/view/40>
- Alhasbi, F., Subando, J., Saimona, N., & Rosidi, A. (2023). Optimalisasi Pengurus Masjid dalam Upaya Memakmurkan Masjid di Kelurahan Jumapolo Karanganyar. *Altifani: Jurnal Pengabdian Masyarakat Ushuluddin, Adab, Dan Dakwah*, 3(1 SE-Articles), 1–19. <https://ejournal.iainkerinci.ac.id/index.php/altifani/article/view/2514>
- Annur, C. M. (2024). 10 Aplikasi Media Sosial yang Paling Banyak Dipakai Pengguna Internet di Indonesia (Januari 2024). In *Databoks*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/03/01/ini-media-sosial-paling-banyak-digunakan-di-indonesia-awal-2024>
- Azman, Z. (2021). Dakwah bagi Generasi Milenial melalui Media Sosial. *Jurnal Khabar: Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 3(2), 197–209. <https://doi.org/10.37092/khabar.v3i2.350>
- Burham, M. (2023). Bentuk Kajian Dakwah Digital di Indonesia: Systematic Literature Review. *Qawwam: The Leader's Writing*, 4(2), 115–128. <https://doi.org/10.32939/qawwam.v4i2.298>
- Efendi, E., Fatimah, A., & Sipahutar, I. M. (2023). Peran Sistem Informasi Terhadap Pengembangan Dakwah islam. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 5(2), 3230–3238. <https://doi.org/10.31004/jpdk.v5i2.13879>
- Eriksson, Y. (2022). *Different Perspectives in Design Thinking Editor*. CRC Press.
- Estuningtyas, R. D. (2021). Strategi Komunikasi dan Dakwah Pada Kalangan Milenial di Era Modernisasi. *Muttaqien; Indonesian Journal of Multidisciplinary Islamic Studies*, 2(01), 75–86. <https://doi.org/10.52593/mtq.02.1.05>
- Fadhli, M., & Fadlilah, M. (2017). Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial dan Blog sebagai Sarana Publikasi Bustanul Athfal Kabupaten Ponorogo. *Adimas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 18. <https://doi.org/10.24269/adi.v1i2.611>
- Fairozi, A., & Anggraini, S. A. (2020). Digitalisasi Dakwah; Upaya Meningkatkan Daya Saing Islam Ramah di Era Pandemi Digitizing Da'wah; Efforts to Increase the Competitiveness of Cordial Islam in the Pandemic Era. *Jurnal Bimas Islam*, 13(2), 307–344. <https://doi.org/10.37302/jbi.v13i2.265>
- Faraba, K. S. A., Gunawan, H., & Alhasbi, F. (2024). Literasi Istilah Politik pada Kegiatan Peningkatan Keterampilan Tugas Satlinmas dalam Pemilu 2024 di Desa Wadunggetas. *Jurnal ETAM*, 4(3), 1–8. <https://ejurnal.polnes.ac.id/index.php/ETAM/article/view/745>
- Hazieq, M. N., Hamro, W., & Hafiz, A. (2024). Inovasi Layanan Manajemen Haji dan Umroh: Memanfaatkan Media Sosial untuk Edukasi dan Informasi Jamaah. *Bridge: Jurnal Publikasi Sistem Informasi Dan Telekomunikasi*, 2(3), 153–158. <https://doi.org/10.62951/bridge.v2i3.133>
- Hotmian, I. (2024). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Dakwah. *Qawwam: The Leader's Writing*, 5(1), 7–12. <https://doi.org/10.32939/qawwam.v5i1.331>

- Ilhamuddin, M. F., Rifqi, A. R., Setianingrum, V. M., & Najlah, N. N. (2022). Pelatihan Pengelolaan Media Sosial sebagai Media Humas Pondok Pesantren Al-Falah Ploso Mojo Kediri. *Transformasi Dan Inovasi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 89–93. <https://doi.org/10.26740/jpm.v1n2.p89-93>
- Juanita, J., & Supriyatno, E. (2021). Pelatihan Desain Grafis sebagai Media dalam Kemudahan Penyampaian Syiar Islam. *Dharma Bhakti Ekuitas*, 6(1), 589–593. <https://doi.org/10.52250/p3m.v6i1.402>
- Labib, M. A. D. I. (2023). Konsep Dakwah Digital Melalui Platform Sosial Media (Studi Analisis Feed Instagram pada Akun @Thesunnah_Path). *Al Munir: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 14(1), 29–38.
- Lestari, N. (2024). Optimalisasi Dakwah di Era Modern melalui Media Sosial. *Qawwam: The Leader's Writing*, 5(1), 35–42. <https://doi.org/10.32939/qawwam.v5i1.334>
- Maulana, M. A., & Marlina, L. (2024). Metode Dakwah Modern Berbasis Teknologi dalam Upaya Memakmurkan Masjid di Era Digital. *Da'wah Insight*, 1(1), 44–56.
- Müller-roterberg, C. (2018). *Handbook of Design Thinking*. Amazon Digital Services LLC - KDP Print US.
- Muvid, M. B. (2023). Model Dakwah Berbasis Humanis di Era Digital: Upaya Transformasi Nilai-nilai Islam Rahmatan Lil Alamin. *Jurnal Mediakita*, 7(1), 1–14. <https://doi.org/10.30762/mediakita.v7i1.952>
- Nurfatmawati, A. (2020). Strategi Komunikasi Takmir Dalam Memakmurkan Masjid Jogokariyan Yogyakarta. *Jurnal Dakwah Risalah*, 31(1), 21. <https://doi.org/10.24014/jdr.v31i1.9838>
- Rahman, T., & Aziz, Z. (2022). The improvement of digital media management of Khoirul Ummi Mosque, Tamantirto, Kasihan, Bantul. *Community Empowerment*, 7(8), 1330–1337. <https://doi.org/10.31603/ce.7063>
- Rasyid, H. A. N., & Rahmawati, D. E. (2022). Media Sosial sebagai Media Dakwah Alternatif di Masa Pandemi Covid-19. *Prosiding Seminar Nasional Program Pengabdian Masyarakat*, 2249–2254. <https://doi.org/10.18196/ppm.46.836>
- Rif'at, M., Ilham, Bayani, & Asfahani. (2023). Digital Transformation in Islamic Da'wah: Uncovering the Dynamics of 21st Century Communication. *JIMPS: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Sejarah*, 8(3), 2933–2941. <https://doi.org/10.24815/jimps.v8i3.26243>
- Rofiq, A., & Sholihah, A. (2024). Strategi Penyampaian Pesan Dakwah pada Media Sosial: Studi Analisis Strategi Dakwah Husein Basyaiban di Aku TikTok @KADAMSIDIK00. *AN-NASHIHA Journal of Broadcasting and Islamic Communication Studies*, 4(1), 18–28. <https://doi.org/10.55352/an-nashiha.v4i1.845>
- Sai'dah, Z., Khusnul Khitam, A., & Mulyani Majid, S. (2022). Pelatihan Dakwah Digital Bagi Para Da'i Muda Di Komunitas Jamuspa Yogyakarta. *ABDINE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 37–45. <https://doi.org/10.52072/abdine.v2i1.242>
- Slice. (2024). *Tren Pengguna Media sosial dan Digital Marketing Indonesia*. Slice. <https://www.blog.slice.id/blog/tren-pengguna-media-sosial-dan-digital-marketing-indonesia-2024>
- Wibowo, A. (2019). Penggunaan Media Sosial sebagai Trend Media Dakwah Pendidikan Islam di Era Digital. *Jurnal Islam Nusantara*, 03(02), 339–356.

<https://doi.org/10.33852/jurnalin.v3i2.141>

Wibowo, A. (2020). Digitalisasi Dakwah di Media Sosial berbasis Desain Komunikasi Visual. *Jurnal Bimbingan Penyuluhan Islam*, 02(02), 179–198.
<https://doi.org/10.32332/jbpi.v2i2.2497>

Widartik, S., Fitri, A. A., & Suryandari, M. (2022). Implementasi Manajemen Masjid Dalam Memakmurkan Masjid Al-Huda Sukajati Haurgeulis. *SALAM: Jurnal Sosial Dan Budaya Syar-I*, 9(3), 783–800. <https://doi.org/10.15408/sjsbs.v9i3.26220>

Yunita, M. (2024). Transformasi Konten Media Sosial sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Bingkai Dakwah. *Jurnal Syiar-Syiar*, 4(1), 58–69.
<https://doi.org/10.36490/syiar.v4i1.1232>