

Optimalisasi Media Online untuk Meningkatkan Jangkauan Informasi dan Dakwah Digital pada Masjid Baiturrahmah Kota Malang

Dwi Safiroh Utsalina¹, Zaky Zain²

¹ S1 Sistem Informasi, STMIK PPKIA Pradnya Paramita, Malang, Indonesia

² S1 Sistem Informasi, STMIK PPKIA Pradnya Paramita, Malang, Indonesia

* Corresponding author: utsalina@stimata.ac.id – 082132292264

Info Artikel

Article history

Received : 9 Juni 2026

Revised : 18 Juni 2026

Accepted : 27 Jun 2026

Keywords

Digital Dakwah, Sosial Media,
TikTok, Instagram, Community
Service

ABSTRAK

The rapid development of digital technology has encouraged religious institutions to utilize online media as a means of information dissemination and digital da'wah. However, the use of social media at Masjid Baiturrahmah, Malang City, had not been managed optimally, limiting the reach of information and documentation of mosque activities. This community service program aimed to optimize online media as a platform for information dissemination and digital da'wah through a *Participatory Development and Optimization Approach*. The program consisted of needs analysis, social media development planning, content implementation, and performance evaluation. The optimization focused on Instagram and TikTok through content structuring, visual branding improvement, content calendar development, and digital content publication. The results indicate that the optimization successfully improved the performance of the mosque's social media platforms. Instagram achieved 138,629 views, reached 73,862 accounts, generated 4,508 engagements, and increased to 3,600 followers. Meanwhile, TikTok generated 233,000 views, 5,600 likes, 222 comments, and 818 shares. These findings demonstrate that social media optimization effectively expanded the reach of mosque information and increased audience engagement. Furthermore, the program contributed to strengthening the capacity of mosque administrators in managing digital communication in a more structured and sustainable manner.

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah pola komunikasi masyarakat dari metode konvensional menuju media digital. Kondisi ini didukung oleh tingginya penetrasi internet di Indonesia. Berdasarkan survei APJII tahun 2025, jumlah pengguna internet Indonesia mencapai 229,4 juta jiwa [1] atau sekitar 80,66% dari total populasi nasional. Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa media digital telah menjadi salah satu sarana utama masyarakat dalam memperoleh dan menyebarkan informasi. Oleh karena itu, organisasi berbasis komunitas, termasuk masjid, perlu memanfaatkan media

digital sebagai sarana komunikasi yang efektif dalam berbagai bidang, mulai kesehatan [2], pendidikan [3] maupun bisnis [4] .

Media sosial telah berkembang menjadi sarana komunikasi yang efektif dalam penyebaran informasi keagamaan [5]. Platform seperti Instagram, TikTok, Facebook, dan YouTube memungkinkan penyampaian pesan dakwah secara cepat, interaktif, dan mampu menjangkau audiens yang lebih luas dibandingkan metode konvensional [6]. Hasil *Systematic Literature Review* [7] menunjukkan bahwa media sosial efektif untuk penyebaran informasi dan edukasi Islam, meningkatkan literasi keagamaan, memperluas jangkauan dakwah khususnya pada generasi muda, serta meningkatkan partisipasi audiens dalam aktivitas keagamaan.

Instagram dan TikTok merupakan dua platform media sosial yang memiliki karakteristik berbeda namun saling melengkapi dalam mendukung dakwah digital. TikTok unggul dalam memperluas jangkauan dan menarik perhatian audiens melalui video pendek, sedangkan Instagram sebagai media sosial yang adaptif, interaktif [8], lebih efektif dalam membangun keterlibatan dan loyalitas komunitas. Kombinasi penggunaan kedua platform tersebut dapat menjadi strategi dakwah digital yang efektif untuk memperluas jangkauan sekaligus meningkatkan interaksi dengan masyarakat. [9]

Masjid Baiturrahmah Kota Malang merupakan salah satu masjid yang aktif menyelenggarakan berbagai kegiatan keagamaan dan kemasyarakatan. Namun, berdasarkan hasil observasi dan diskusi dengan pengurus masjid, penyampaian informasi kegiatan masih didominasi oleh pengumuman langsung kepada jamaah. Selain itu, dokumentasi kegiatan dalam bentuk foto dan video belum dikelola secara terstruktur serta pemanfaatan media sosial sebagai sarana informasi dan dakwah digital belum dilakukan secara optimal. Kondisi tersebut menyebabkan informasi kegiatan masjid belum dapat menjangkau masyarakat secara luas, khususnya generasi muda yang aktif menggunakan media sosial.

Berdasarkan permasalahan tersebut, diperlukan upaya optimalisasi media online sebagai sarana informasi dan dakwah digital, seperti yang disampaikan pada [10]. Program pengabdian ini dilakukan melalui penguatan pengelolaan akun media sosial, pendampingan produksi konten digital, serta implementasi strategi publikasi yang lebih terstruktur pada platform Instagram dan TikTok. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan efektivitas penyebaran informasi kegiatan masjid sekaligus memperluas jangkauan dakwah digital kepada masyarakat.

2. Metode

Kegiatan pengabdian masyarakat ini menggunakan pendekatan *Participatory Development and Optimization Approach*, yaitu pendekatan yang menekankan keterlibatan aktif mitra dalam proses pengembangan dan optimalisasi media online. Pendekatan ini tidak hanya berfokus pada implementasi solusi, tetapi juga pada proses kolaboratif antara tim pengabdian dan pengurus masjid dalam merancang,

mengembangkan, serta mengoptimalkan media digital sebagai sarana informasi dan dakwah.

2.1 Identifikasi dan Analisis Kebutuhan

Tahap awal kegiatan dilakukan melalui observasi lapangan dan diskusi bersama pengurus Masjid Baiturrahmah Kota Malang. Pada tahap ini dilakukan identifikasi terhadap kondisi eksisting media komunikasi masjid, khususnya terkait pemanfaatan media sosial. Hasil analisis menunjukkan bahwa penyampaian informasi kegiatan masih dilakukan secara konvensional dan pemanfaatan media sosial belum optimal dalam mendukung penyebaran informasi dan dokumentasi kegiatan masjid.

Selain itu, ditemukan bahwa pengelolaan konten digital belum terstruktur sehingga diperlukan strategi pengembangan dan optimalisasi media online agar informasi dapat menjangkau jamaah secara lebih luas.

2.2 Perancangan dan Pengembangan Media Online

Berdasarkan hasil analisis kebutuhan, dilakukan perancangan strategi optimalisasi media online yang berfokus pada platform Instagram dan TikTok. Tahap ini meliputi:

1. Penyusunan konsep pengelolaan media sosial masjid.
2. Penentuan kategori konten (informasi kegiatan, dokumentasi, dakwah singkat, dan pengumuman).
3. Perancangan identitas visual dan template konten.
4. Penyusunan strategi publikasi konten yang konsisten.
5. Penyusunan kalender konten sebagai panduan unggahan.

Tahap ini dilakukan secara kolaboratif bersama pengurus masjid agar desain pengelolaan media sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik mitra.

2.3 Implementasi Dan Optimalisasi Media Online

Tahap implementasi dilakukan melalui proses pengembangan dan optimalisasi media sosial masjid. Aktivitas pada tahap ini meliputi:

1. Pengelolaan akun Instagram dan TikTok masjid.
2. Produksi konten berupa foto, video, dan desain grafis sederhana.
3. Pengunggahan konten secara terjadwal.
4. Optimalisasi caption dan storytelling konten.
5. Penguatan branding digital masjid.

Selain itu, dilakukan pendampingan teknis kepada pengurus masjid dalam proses pengambilan dokumentasi, editing sederhana, serta pengelolaan konten agar dapat dilakukan secara mandiri dan berkelanjutan.

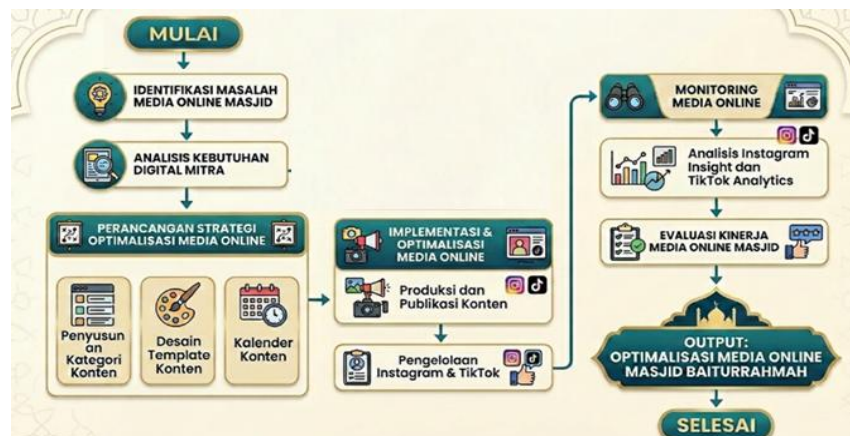
2.4 Monitoring dan Evaluasi

Evaluasi dilakukan untuk mengukur keberhasilan optimalisasi media online yang telah dilaksanakan. Evaluasi mencakup dua aspek utama, yaitu:

1. **Evaluasi performa media sosial**, yang meliputi jumlah tayangan (views), jangkauan (reach), interaksi (engagement), serta pertumbuhan pengikut pada platform Instagram dan TikTok.
2. **Evaluasi keterlibatan mitra**, yang dilihat dari kemampuan pengurus masjid dalam mengelola media sosial secara mandiri setelah proses pendampingan.

Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan performa media sosial Masjid Baiturrahmah, ditandai dengan meningkatnya jangkauan konten serta interaksi pengguna terhadap konten yang dipublikasikan.

Pendekatan *Participatory Development and Optimization Approach* memungkinkan terjadinya kolaborasi aktif antara tim pengabdian dan mitra sehingga hasil pengembangan tidak hanya bersifat sementara, tetapi dapat berlanjut secara mandiri.



Gambar 1 Alur Optimalisasi Media Online pada Masjid Baiturrahmah

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Hasil Optimalisasi Media Online

Hasil kegiatan pengabdian masyarakat menunjukkan bahwa pendekatan *Participatory Development and Optimization Approach* menghasilkan optimalisasi media online pada Masjid Baiturrahmah Kota Malang. Optimalisasi ini ditandai dengan terbentuknya sistem pengelolaan media sosial yang lebih terstruktur dan berkelanjutan.

Beberapa output utama yang dihasilkan dalam tahap optimalisasi ini meliputi penataan ulang akun media sosial Instagram dan TikTok masjid, penyusunan kategori konten, serta pengembangan konsep visual branding. Kategori konten yang diterapkan mencakup informasi kegiatan masjid, dokumentasi kegiatan, konten dakwah singkat, serta pengumuman kegiatan keagamaan.

Selain itu, juga disusun template desain konten sederhana untuk menjaga konsistensi visual serta kalender konten sebagai pedoman publikasi agar pengelolaan media sosial dapat dilakukan secara terjadwal dan berkelanjutan. Dengan adanya sistem ini, pengelolaan media sosial masjid menjadi lebih terarah dan tidak lagi bersifat insidental.

3.2 Implementasi Konten Media Sosial

Tahap implementasi dilakukan melalui kegiatan produksi dan publikasi konten media sosial secara langsung pada platform Instagram dan TikTok Masjid Baiturrahmah. Konten yang diproduksi meliputi foto kegiatan masjid, video dokumentasi kegiatan, serta desain grafis sederhana untuk kebutuhan informasi dan dakwah digital.

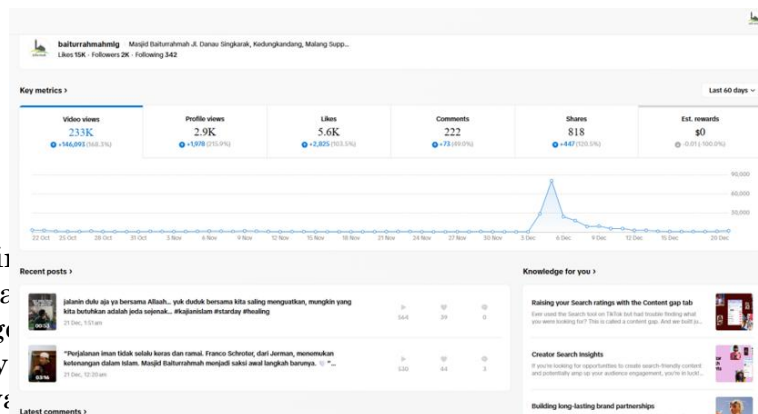
Proses implementasi juga mencakup aktivitas pengambilan gambar, editing video sederhana, penyusunan caption, serta pengunggahan konten secara berkala. Pengurus masjid dilibatkan secara aktif dalam proses ini sehingga terjadi transfer pengetahuan dan keterampilan dalam pengelolaan media sosial.

Selain itu, dilakukan optimalisasi aspek komunikasi digital seperti pemilihan waktu unggah yang lebih efektif, penggunaan storytelling dalam caption, serta penyesuaian format konten dengan karakteristik masing-masing platform. Hal ini bertujuan untuk meningkatkan daya tarik dan keterlibatan audiens terhadap konten yang dipublikasikan

3.3 Dampak Optimalisasi Media Online

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa optimalisasi media online memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan jangkauan dan interaksi media sosial Masjid Baiturrahmah. Pada platform Instagram, konten yang dipublikasikan berhasil mencapai 138.629 views dengan jangkauan sebesar 73.862 akun, serta total interaksi sebanyak 4.508 engagement. Selain itu, akun Instagram masjid juga mengalami pertumbuhan hingga 3.600 followers.

Sementara itu, pada platform TikTok diperoleh total 233.000 views dengan 5.600 likes, 222 komentar, dan 818 kali dibagikan (share), yang menunjukkan tingginya tingkat keterlibatan audiens terhadap konten yang dipublikasikan.



Data ini menunjukkan adanya pola peningkatan angka engagement yang signifikan, yang memiliki daya tarik dan visual yang menarik bagi masyarakat.

3.4 Pembahasan

Hasil kegiatan ini menunjukkan bahwa optimalisasi media online memiliki peran

penting dalam meningkatkan efektivitas komunikasi digital pada lembaga keagamaan, khususnya masjid. Pemanfaatan media sosial seperti Instagram dan TikTok terbukti mampu memperluas jangkauan informasi serta meningkatkan interaksi dengan masyarakat secara signifikan.

Keberhasilan program ini tidak hanya ditunjukkan melalui peningkatan angka pada metrik media sosial, tetapi juga melalui perubahan pola pengelolaan media oleh pengurus masjid yang menjadi lebih terstruktur dan berkelanjutan. Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan partisipatif yang digunakan mampu mendorong keterlibatan aktif mitra dalam proses digitalisasi informasi masjid.

Temuan ini sejalan dengan berbagai studi yang menyatakan bahwa media sosial merupakan sarana efektif dalam dakwah digital karena bersifat cepat, interaktif, dan mampu menjangkau generasi muda secara lebih luas dibandingkan media konvensional. Dengan demikian, optimalisasi media online tidak hanya berdampak pada aspek teknis komunikasi, tetapi juga pada peningkatan kapasitas kelembagaan dalam pengelolaan informasi digital secara mandiri dan berkelanjutan.

4. Kesimpulan

Kegiatan pengabdian ini menunjukkan bahwa optimalisasi media online pada Masjid Baiturrahmah Kota Malang mampu meningkatkan jangkauan informasi dan efektivitas dakwah digital. Peningkatan ini dibuktikan melalui pertumbuhan signifikan pada metrik media sosial, baik pada platform Instagram maupun TikTok, yang mencakup peningkatan views, reach, dan engagement.

Sebelum dilakukan optimalisasi, pengelolaan media sosial masih terbatas dan jangkauan informasi hanya mencakup lingkungan internal jamaah. Setelah dilakukan pengembangan dan implementasi strategi konten digital, media sosial masjid mengalami peningkatan jangkauan yang signifikan hingga menjangkau audiens yang lebih luas di luar komunitas masjid.

Selain itu, meningkatnya interaksi pengguna terhadap konten yang dipublikasikan menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana informasi, tetapi juga sebagai media dakwah digital yang interaktif. Dengan demikian, pendekatan *Participatory Development and Optimization Approach* terbukti efektif dalam meningkatkan kinerja media sosial sekaligus memperkuat komunikasi digital lembaga keagamaan secara berkelanjutan.

Ucapan Terima Kasih

Terimakasih kami sampaikan kepada Pengurus Masjid Baiturrahmah Sawojajar Malang, yang telah memberikan kesempatan untuk melakukan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat. Terima kasih juga kami sampaikan kepada Ketua STIMATA, Kepala LPPM, Ketua Program Studi atas dukungannya.

Referensi

- [1] A. T. Haryanto, "Profil Internet Indonesia 2025," 2025.

- [2] E. A. Dadzie, A. A. Dadzie and S. B. Egala, "Social media in health communication: A literature review of information quality," *Sage Journal*, vol. 52, no. 1, 2021.
- [3] M. R. Ohara, "The Role of Social Media in Educational Communication Management," *journal.literasisainsnusantara*, vol. 1, no. 2, 2023.
- [4] I. Okonkwo and H. A. Awad, "The Role of Social Media in Enhancing Communication and Collaboration in Business," *tecnoscintifica*, vol. 3, no. 1, 2023.
- [5] M. N. I. Habibah and W. B. Priatna, "Strategi Humas dalam Penyampaian Informasi Pertanahan melalui Instagram @kantahkabbogor1," vol. 8, no. 1, 2026.
- [6] Nurhayati, S. R. Siregar, R. Susana and S. Niswa, "Transformasi Dakwah Diera Digital: Analisis Penyampaian Hadis Dalam Konten Media Sosial," *Journal Syiar*, vol. 5, no. 1, 2025.
- [7] A. Rachmah, "The Effectiveness of Social Media as a Medium for Islamic Da'wah in the Digital Era: A Systematic Literature Review.," *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, vol. 11, no. 1, pp. 48-59, 2026.
- [8] N. Lestari, "Optimalisasi akwah di Era Modern Melalui Media Sosial," *Qawwam : The Leader's Writing*, vol. 5, no. 1, 2024.
- [9] W. Uriawan, A. M.S, W. N.R and R. Santoso, "A Comparative Analysis of Instagram and TikTok as Islamic Da'wah Media in the Digital Era," *arXiv:2512.17646*, 2025.
- [10] Suryanto, A. A. Ahmad Zawawi and M. Morales, "Optimalisasi Media Sosial sebagai Sarana Peningkatan Keterlibatan Sosial Umat Islam," *Journal Al Waarits*, vol. 2, no. 1, 2025.