Krepa: Kreativitas Pada Abdimas
ISSN 2988-3059
Cahaya Ilmu Bangsa
Vol 7 No 11 Tahun 2026

PENGUATAN STRATEGI KONTEN KREATIF DAN KOMPETENSI SDM DALAM MENINGKATKAN PARTISIPASI JAMAAH PADA PROGRAM RAMADHAN

Ahmad Maulana Irfanudin[1], Nofiar[2], Maswarni[3]
Prodi Manajemen Program Sarjana, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pamulang
Email : dosen01868@unpam.ac.id[1]

ABSTRAK

Musholla memiliki peran yang tidak hanya sebagai tempat ibadah, tetapi juga sebagai pusat kegiatan sosial dan keagamaan masyarakat. Keberhasilan penyelenggaraan berbagai program Ramadhan sangat dipengaruhi oleh kemampuan pengurus dalam mengelola komunikasi, menyusun strategi promosi, serta memanfaatkan media digital untuk menjangkau masyarakat. Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk meningkatkan partisipasi jamaah melalui penguatan strategi konten kreatif dan peningkatan kompetensi sumber daya manusia (SDM) pengurus Musholla Al-Muqorrobiin di Kedaung, Pamulang, Tangerang Selatan. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan edukatif, partisipatif, dan pendampingan yang dilaksanakan melalui tahapan observasi kebutuhan mitra, sosialisasi program, pelatihan komunikasi dan promosi digital, pelatihan pembuatan konten kreatif, praktik pengelolaan media digital, serta monitoring dan evaluasi. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan pengurus dalam menyusun strategi komunikasi digital, membuat konten promosi yang lebih menarik, serta mengelola media sosial sebagai sarana penyebarluasan informasi kegiatan Ramadhan. Peningkatan kompetensi tersebut berdampak pada semakin efektifnya penyampaian informasi kepada masyarakat sehingga berpotensi meningkatkan partisipasi jamaah dalam berbagai kegiatan keagamaan dan sosial. Kegiatan PKM ini diharapkan dapat menjadi model penguatan kapasitas pengurus musholla dalam mengembangkan komunikasi digital yang berkelanjutan guna mendukung pelaksanaan program keagamaan di lingkungan masyarakat.

Kata Kunci : Strategi Konten Kreatif, Kompetensi SDM, Komunikasi Digital, Promosi Kegiatan, Partisipasi Jamaah, Program Ramadhan

ABSTRACT

Mosques and prayer halls serve not only as places of worship but also as centers for religious and community activities. The success of Ramadan programs is highly influenced by the management's ability to organize effective communication, develop promotional strategies, and utilize digital media to engage the community. This Community Service Program (PKM) aimed to increase community participation through strengthening creative content strategies and improving the

Article History
Received: Juni 2026
Reviewed: Juli 2026
Published: Juli 2026

Plagirism Checker No 234.KK.44.893484
Copyright : Author
Publish by : Krepa

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

human resource competencies of the management of Al-Muqorrobiin Prayer Hall in Kedaung, Pamulang, South Tangerang. The program employed educational, participatory, and mentoring approaches, consisting of needs assessment, program socialization, training on communication and digital promotion, creative content development workshops, digital media management practice, as well as monitoring and evaluation. The results demonstrated an improvement in the participants' knowledge and skills in developing digital communication strategies, producing more engaging promotional content, and managing social media as an effective information dissemination platform for Ramadan activities. These improvements contributed to more effective communication with the community and have the potential to increase public participation in various religious and social programs. This community service activity is expected to serve as a sustainable model for strengthening the capacity of prayer hall management in implementing digital communication strategies to support community-based religious activities.
***Keywords**: Creative Content Strategy, Human Resource Competency, Digital Communication, Activity Promotion, Community Participation, Ramadan Program*

PENDAHULUAN

Latar Belakang Kondisi: Musholla merupakan salah satu lembaga keagamaan yang memiliki fungsi strategis dalam membangun kehidupan sosial masyarakat selain sebagai tempat pelaksanaan ibadah. Berbagai kegiatan seperti kajian keagamaan, santunan anak yatim, pembagian takjil, buka puasa bersama, hingga kegiatan sosial kemasyarakatan banyak diselenggarakan oleh pengurus musholla, terutama pada bulan Ramadhan. Keberhasilan penyelenggaraan kegiatan tersebut tidak hanya bergantung pada ketersediaan sumber daya, tetapi juga dipengaruhi oleh kemampuan pengurus dalam mengelola komunikasi, menyampaikan informasi, serta membangun keterlibatan masyarakat secara aktif melalui strategi komunikasi yang efektif (Kementerian Agama Republik Indonesia, 2023).

Perkembangan teknologi informasi dan media digital telah mengubah pola komunikasi masyarakat dalam memperoleh informasi. Pemanfaatan media sosial menjadi salah satu alternatif yang efektif untuk memperluas penyebaran informasi kegiatan keagamaan karena memiliki jangkauan yang luas, biaya yang relatif rendah, serta mampu menjangkau berbagai kelompok masyarakat secara cepat. Namun demikian, masih banyak pengurus musholla yang belum memiliki kemampuan dalam menyusun strategi komunikasi digital maupun membuat konten promosi yang menarik sehingga informasi mengenai kegiatan Ramadhan belum tersampaikan secara optimal kepada masyarakat. Kondisi tersebut menyebabkan tingkat partisipasi jamaah dalam beberapa kegiatan belum mencapai hasil yang diharapkan (Kotler & Keller, 2016).

Musholla Al-Muqorrobiin yang berlokasi di wilayah Kedaung, Kecamatan Pamulang, Kota Tangerang Selatan merupakan salah satu mitra PKM yang secara rutin menyelenggarakan berbagai program Ramadhan. Berdasarkan hasil observasi awal, ditemukan bahwa promosi kegiatan masih dilakukan secara konvensional melalui penyampaian informasi dari mulut ke mulut dan media cetak sederhana. Selain itu, kemampuan pengurus dalam mengelola media sosial, membuat desain promosi digital, serta menyusun konten komunikasi yang informatif dan persuasif masih terbatas. Kondisi tersebut menjadi tantangan dalam memperluas jangkauan informasi kepada masyarakat serta meningkatkan keterlibatan jamaah dalam setiap kegiatan yang diselenggarakan.

Berdasarkan kondisi tersebut, tim Pengabdian kepada Masyarakat melaksanakan program penguatan strategi konten kreatif dan peningkatan kompetensi sumber daya manusia bagi pengurus Musholla Al-Muqorrobiin melalui pelatihan, praktik, dan pendampingan pengelolaan media digital. Program ini diharapkan mampu meningkatkan kemampuan pengurus dalam menyusun strategi komunikasi yang efektif, menghasilkan konten promosi yang kreatif dan informatif, serta mengoptimalkan pemanfaatan media digital sebagai sarana publikasi kegiatan Ramadhan. Dengan meningkatnya kapasitas pengurus, diharapkan partisipasi jamaah terhadap berbagai program keagamaan dan kegiatan sosial dapat meningkat sehingga memperkuat fungsi musholla sebagai pusat pembinaan keagamaan dan pemberdayaan masyarakat.

METODE

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan di Musholla Al-Muqorrobiin, Kedaung, Kecamatan Pamulang, Kota Tangerang Selatan, Provinsi Banten pada tanggal 14–21 Maret 2026. Sasaran kegiatan adalah pengurus musholla yang berperan dalam perencanaan, pelaksanaan, dan publikasi berbagai program Ramadhan. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan edukatif, partisipatif, dan pendampingan, yang dirancang untuk meningkatkan kompetensi pengurus dalam menyusun strategi komunikasi, mengembangkan konten kreatif, serta memanfaatkan media digital sebagai media publikasi kegiatan. Pendekatan ini dipilih karena menekankan keterlibatan aktif peserta sehingga proses transfer pengetahuan dapat berlangsung secara efektif sekaligus meningkatkan kemampuan praktis peserta dalam mengelola media komunikasi organisasi (Mulyana, 2017; Sugiyono, 2023).

Tahap pertama diawali dengan observasi lapangan dan identifikasi kebutuhan mitra untuk memperoleh gambaran mengenai kondisi awal pengelolaan komunikasi dan promosi kegiatan di Musholla Al-Muqorrobiin. Identifikasi dilakukan melalui diskusi dengan pengurus, observasi terhadap media informasi yang digunakan, serta analisis kebutuhan pelatihan. Hasil identifikasi menunjukkan bahwa penyampaian informasi masih dilakukan secara konvensional dan pemanfaatan media sosial belum dikelola secara optimal. Berdasarkan hasil tersebut, tim PKM menyusun materi pelatihan yang berfokus pada strategi komunikasi digital, teknik penyusunan pesan yang efektif, pembuatan desain promosi sederhana, serta pengelolaan konten media

sosial. Penyusunan materi disesuaikan dengan kebutuhan mitra agar solusi yang diberikan lebih tepat sasaran dan berkelanjutan (Kotler & Keller, 2016).

Tahap kedua merupakan pelaksanaan pelatihan dan praktik yang terdiri atas penyampaian materi mengenai pentingnya komunikasi organisasi, strategi promosi digital, teknik pembuatan konten kreatif, serta pemanfaatan berbagai platform media sosial sebagai media publikasi kegiatan Ramadhan. Setelah penyampaian materi, peserta diberikan kesempatan untuk melakukan praktik secara langsung dalam menyusun pesan promosi, membuat poster digital, menulis caption yang komunikatif, serta melakukan simulasi publikasi melalui media sosial. Selama proses praktik berlangsung, tim PKM memberikan pendampingan secara intensif sehingga peserta dapat berdiskusi mengenai berbagai kendala teknis maupun strategi komunikasi yang sesuai dengan karakteristik jamaah di lingkungan musholla. Pendekatan praktik dan pendampingan diyakini mampu meningkatkan keterampilan peserta karena proses pembelajaran dilakukan melalui pengalaman langsung (learning by doing) (Hasibuan, 2019).

Tahap terakhir adalah monitoring dan evaluasi terhadap seluruh rangkaian kegiatan yang telah dilaksanakan. Evaluasi dilakukan melalui observasi terhadap hasil praktik peserta, diskusi bersama pengurus mengenai perubahan kemampuan setelah mengikuti pelatihan, serta pemberian umpan balik terhadap konten promosi yang telah dibuat. Indikator keberhasilan kegiatan meliputi peningkatan pemahaman mengenai strategi komunikasi digital, kemampuan membuat konten promosi yang menarik, serta kesiapan pengurus dalam mengelola media sosial sebagai sarana publikasi kegiatan Ramadhan. Hasil evaluasi selanjutnya digunakan sebagai dasar penyusunan rekomendasi bagi pengurus Musholla Al-Muqorrobiin agar pengelolaan komunikasi digital dapat diterapkan secara konsisten dan berkelanjutan dalam mendukung berbagai kegiatan keagamaan maupun sosial di lingkungan masyarakat (Kementerian Agama Republik Indonesia, 2023).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan PKM berlangsung sesuai dengan tahapan yang telah direncanakan, dimulai dari observasi kebutuhan mitra, pelatihan, praktik, hingga evaluasi. Berdasarkan hasil observasi awal, diketahui bahwa pengurus Musholla Al-Muqorrobiin masih mengandalkan penyampaian informasi secara lisan melalui pengumuman setelah salat berjamaah serta penyebaran informasi melalui grup percakapan sederhana. Penggunaan media sosial sebagai sarana publikasi kegiatan Ramadhan belum dilakukan secara terstruktur sehingga informasi yang disampaikan belum mampu menjangkau masyarakat secara luas. Kondisi tersebut menunjukkan perlunya peningkatan kapasitas pengurus dalam mengelola komunikasi digital agar penyebaran informasi menjadi lebih efektif dan efisien. Menurut Kotler dan Keller (2016), strategi komunikasi yang tepat mampu meningkatkan efektivitas penyampaian pesan sekaligus mendorong keterlibatan masyarakat terhadap suatu program atau kegiatan.

Pelaksanaan pelatihan memberikan dampak positif terhadap peningkatan pengetahuan peserta mengenai strategi komunikasi digital dan penyusunan konten kreatif. Peserta memperoleh pemahaman mengenai teknik menyusun pesan yang komunikatif, penggunaan elemen visual

yang menarik, pemilihan media publikasi yang sesuai, serta pentingnya konsistensi dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat. Selanjutnya, melalui sesi praktik, peserta berhasil membuat beberapa contoh poster digital dan materi promosi kegiatan Ramadhan yang memuat informasi secara lebih sistematis dan menarik dibandingkan dengan media yang sebelumnya digunakan. Hasil ini menunjukkan bahwa pendekatan pelatihan berbasis praktik mampu meningkatkan kompetensi peserta secara lebih optimal karena peserta terlibat langsung dalam proses pembelajaran (Hasibuan, 2019).

Selama kegiatan pendampingan, pengurus musholla menunjukkan kemampuan yang semakin baik dalam mengelola media sosial sebagai media publikasi kegiatan. Pengurus mulai mampu menyusun jadwal publikasi, membuat caption yang informatif, menggunakan desain visual yang lebih menarik, serta menyesuaikan isi pesan dengan karakteristik masyarakat di lingkungan sekitar musholla. Peningkatan kompetensi tersebut memperlihatkan bahwa strategi penguatan kapasitas SDM memiliki peran penting dalam mendukung efektivitas komunikasi organisasi. Hal ini sejalan dengan pendapat Mulyana (2017) yang menyatakan bahwa keberhasilan komunikasi organisasi dipengaruhi oleh kemampuan sumber daya manusia dalam mengelola pesan, media komunikasi, serta interaksi dengan audiens secara efektif.

Gambar 1. Peserta Kegiatan Pengabmas di Musholla Al-Muqorrobiin Kedaung Pamulang

Secara keseluruhan, kegiatan PKM memberikan manfaat nyata bagi pengurus Musholla Al-Muqorrobiin dalam meningkatkan kemampuan komunikasi digital dan pengelolaan konten kreatif sebagai sarana promosi kegiatan Ramadhan. Pengurus tidak hanya memperoleh pengetahuan baru, tetapi juga memiliki keterampilan praktis yang dapat diterapkan secara berkelanjutan untuk mendukung berbagai kegiatan keagamaan maupun sosial di lingkungan masyarakat. Meskipun pelaksanaan kegiatan masih memiliki keterbatasan berupa waktu pendampingan yang relatif singkat, hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa penguatan

strategi konten kreatif dan kompetensi SDM merupakan langkah yang efektif untuk meningkatkan kualitas penyebaran informasi serta mendorong partisipasi jamaah dalam berbagai program musholla. Oleh karena itu, pendampingan lanjutan dan pengembangan inovasi komunikasi digital perlu terus dilakukan agar keberlanjutan program dapat terjaga dan manfaatnya semakin luas bagi masyarakat (Kementerian Agama Republik Indonesia, 2023; Sugiyono, 2023).

KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) yang dilaksanakan di Musholla Al-Muqorrobiin, Kedaung, Pamulang, Tangerang Selatan telah berjalan dengan baik sesuai dengan tahapan yang telah direncanakan. Program yang berfokus pada penguatan strategi konten kreatif dan peningkatan kompetensi sumber daya manusia (SDM) pengurus musholla berhasil meningkatkan pemahaman peserta mengenai pentingnya komunikasi digital, strategi promosi kegiatan, serta pemanfaatan media sosial sebagai sarana penyebarluasan informasi kepada masyarakat. Melalui pelatihan dan pendampingan, pengurus musholla memperoleh pengetahuan sekaligus keterampilan praktis dalam menyusun konten promosi yang lebih menarik, informatif, dan komunikatif sehingga mampu mendukung penyelenggaraan berbagai program Ramadhan secara lebih efektif.

Hasil pelaksanaan kegiatan juga menunjukkan bahwa peningkatan kompetensi pengurus memberikan dampak positif terhadap kualitas pengelolaan komunikasi organisasi di lingkungan musholla. Pengurus mulai mampu menyusun pesan komunikasi yang lebih terstruktur, membuat media promosi digital secara mandiri, serta mengoptimalkan penggunaan media sosial sebagai media publikasi kegiatan. Kondisi tersebut berpotensi meningkatkan jangkauan informasi kepada masyarakat sehingga mendorong meningkatnya partisipasi jamaah dalam berbagai kegiatan keagamaan maupun kegiatan sosial yang diselenggarakan oleh musholla.

Agar manfaat kegiatan dapat berkelanjutan, pengurus Musholla Al-Muqorrobiin disarankan untuk menerapkan strategi komunikasi digital secara konsisten melalui penyusunan kalender publikasi, pengelolaan akun media sosial secara aktif, serta pengembangan variasi konten yang lebih edukatif, informatif, dan interaktif. Selain itu, peningkatan kompetensi SDM hendaknya dilakukan secara berkesinambungan melalui pelatihan lanjutan mengenai desain konten digital, fotografi kegiatan, videografi sederhana, pengelolaan media sosial, dan evaluasi efektivitas komunikasi sehingga kemampuan pengurus dapat terus berkembang mengikuti perkembangan teknologi informasi.

Bagi perguruan tinggi maupun tim pelaksana PKM selanjutnya, kegiatan serupa diharapkan dapat dikembangkan dengan cakupan yang lebih luas melalui pendampingan yang berkelanjutan, pemanfaatan teknologi digital yang lebih inovatif, serta evaluasi dampak program terhadap tingkat partisipasi masyarakat secara kuantitatif. Dengan adanya sinergi antara perguruan tinggi, pengurus musholla, dan masyarakat, diharapkan pengelolaan komunikasi digital pada lembaga keagamaan dapat semakin optimal sehingga mampu

memperkuat fungsi musholla sebagai pusat ibadah, pendidikan, dan pemberdayaan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

Hasibuan, M. S. P. (2019). Manajemen Sumber Daya Manusia (Edisi Revisi). Jakarta: PT Bumi Aksara.

Irfanudin, A. M., Amirudin, & Azwina, D. (2025). Pengembangan keterampilan public speaking dan storytelling sebagai upaya meningkatkan percaya diri anak dalam memasarkan produk. Krepa: Kreativitas Pada Abdimas, 7(4), 31–40. https://cibinstitute.id/index.php/krepa/article/view/2000

Kementerian Agama Republik Indonesia. (2023). Pedoman Pembinaan Kemasjidan. Jakarta: Direktorat Jenderal Bimbingan Masyarakat Islam, Kementerian Agama Republik Indonesia.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th ed.). Pearson Education.

Mulyana, D. (2017). Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar (Edisi Revisi). Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Nasrullah, R. (2017). Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi. Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

Sugiyono. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D (Edisi 2). Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, F. (2019). Strategi Pemasaran: Prinsip dan Penerapan. Yogyakarta: Andi Offset.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2019 tentang Pesantren.

Yusuf, M. (2020). Komunikasi Organisasi: Teori dan Praktik. Jakarta: Kencana.