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

OPTIMALISASI MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA PUBLIKASI DAN PENGGALANGAN DANA KEGIATAN SOSIAL MUSHOLLA

Erlita Kurniawaty[1], Syahnego[2], Novia Susanti[3]
Prodi Manajemen Program Sarjana, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pamulang
Email : *dosen00896@unpam.ac.id[1]*

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi telah menjadikan media sosial sebagai salah satu sarana komunikasi yang efektif dalam menyebarluaskan informasi, membangun interaksi dengan masyarakat, serta mendukung penggalangan dana bagi berbagai kegiatan sosial. Bagi lembaga keagamaan seperti musholla, pemanfaatan media sosial secara optimal dapat meningkatkan jangkauan publikasi program sekaligus memperkuat partisipasi jamaah dan donatur dalam mendukung berbagai kegiatan sosial keagamaan. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan pengurus Musholla Al-Muqorrobiin di Kedaung, Pamulang, Tangerang Selatan dalam mengoptimalkan media sosial sebagai sarana publikasi kegiatan dan penggalangan dana. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan edukatif, partisipatif, dan praktik langsung melalui tahapan observasi kebutuhan mitra, sosialisasi program, pelatihan pengelolaan media sosial, pelatihan pembuatan konten digital, penyusunan kalender publikasi, pendampingan implementasi strategi komunikasi digital, serta monitoring dan evaluasi. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan pengurus dalam mengelola media sosial organisasi, menyusun konten digital yang menarik, merencanakan publikasi secara terjadwal, serta memahami strategi komunikasi yang mampu meningkatkan interaksi masyarakat dan dukungan terhadap berbagai program sosial. Optimalisasi media sosial juga mendorong peningkatan transparansi informasi serta memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap pengelolaan kegiatan sosial musholla. Melalui kegiatan ini diharapkan media sosial dapat dimanfaatkan secara berkelanjutan sebagai sarana publikasi, komunikasi, dan penggalangan dana yang efektif dalam mendukung berbagai program sosial dan keagamaan.

Kata Kunci: media sosial, publikasi digital, penggalangan dana

ABSTRACT

The rapid development of information technology has positioned social media as an effective communication platform for disseminating information, engaging communities, and supporting fundraising activities. For religious institutions such as prayer halls (musholla), optimizing social media utilization can expand program visibility while strengthening the participation of congregants and donors in supporting social and

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

religious activities. This Community Service Program (PKM) aimed to enhance the capacity of the management of Al-Muqorrobiin Prayer Hall in Kedaung, Pamulang, South Tangerang in optimizing social media as a platform for program publication and fundraising. The program employed educational, participatory, and practical approaches through needs assessment, program socialization, social media management training, digital content creation workshops, publication calendar development, implementation assistance, as well as monitoring and evaluation. The results demonstrated significant improvements in participants' knowledge and skills in managing organizational social media, creating engaging digital content, scheduling publications, and implementing communication strategies that increase community engagement and support for social programs. The optimization of social media also contributed to greater transparency in information dissemination and strengthened public trust in the management of social activities. This program is expected to encourage the sustainable utilization of social media as an effective platform for communication, publication, and fundraising to support various religious and social initiatives.
***Keywords**: social media, digital publication, fundraising*

PENDAHULUAN

Musholla merupakan lembaga keagamaan yang tidak hanya berfungsi sebagai tempat pelaksanaan ibadah, tetapi juga sebagai pusat kegiatan sosial, pendidikan, dan pemberdayaan masyarakat. Berbagai program seperti santunan anak yatim, pembagian takjil, pengajian Ramadhan, bantuan sosial, dan kegiatan kemasyarakatan lainnya menjadi bagian dari kontribusi musholla dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Agar berbagai kegiatan tersebut dapat diketahui dan memperoleh dukungan yang lebih luas, diperlukan media komunikasi yang mampu menjangkau masyarakat secara cepat, efektif, dan berkelanjutan. Perkembangan teknologi digital telah menjadikan media sosial sebagai salah satu instrumen komunikasi yang memiliki potensi besar dalam mendukung publikasi kegiatan sekaligus memperkuat hubungan antara organisasi dengan masyarakat (Kementerian Agama Republik Indonesia, 2023).

Media sosial tidak lagi hanya berfungsi sebagai sarana berbagi informasi, tetapi telah berkembang menjadi media strategis dalam membangun citra organisasi, meningkatkan keterlibatan masyarakat (engagement), serta mendukung kegiatan penggalangan dana (fundraising). Melalui pengelolaan media sosial yang profesional, organisasi dapat menyampaikan informasi secara lebih menarik, interaktif, dan mudah diakses oleh masyarakat luas. Selain itu, media sosial juga memungkinkan organisasi membangun komunikasi dua arah dengan jamaah dan donatur sehingga dapat meningkatkan kepercayaan serta partisipasi masyarakat terhadap berbagai program sosial yang diselenggarakan. Menurut Kotler, Kartajaya,

dan Setiawan (2021), transformasi digital telah mengubah pola komunikasi organisasi sehingga pemanfaatan media digital menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan efektivitas hubungan dengan para pemangku kepentingan.

Berdasarkan hasil observasi awal di Musholla Al-Muqorrobiin, Kedaung, Pamulang, Tangerang Selatan, diketahui bahwa pengelolaan media sosial organisasi masih belum dilakukan secara optimal. Publikasi kegiatan masih bersifat insidental, belum terdapat kalender publikasi yang terstruktur, kemampuan pengurus dalam membuat konten digital masih terbatas, serta media sosial belum dimanfaatkan sebagai sarana penggalangan dana bagi berbagai program sosial dan keagamaan. Kondisi tersebut menyebabkan informasi mengenai kegiatan musholla belum mampu menjangkau masyarakat secara luas sehingga peluang untuk meningkatkan partisipasi jamaah maupun dukungan dari para donatur belum dimanfaatkan secara maksimal.

Berdasarkan kondisi tersebut, tim Pengabdian kepada Masyarakat melaksanakan program pelatihan optimalisasi media sosial bagi pengurus Musholla Al-Muqorrobiin melalui pendekatan edukatif dan partisipatif. Kegiatan dilaksanakan melalui observasi kebutuhan, sosialisasi, pelatihan pengelolaan media sosial, praktik pembuatan konten digital, penyusunan kalender publikasi, pendampingan implementasi strategi komunikasi digital, serta monitoring dan evaluasi. Program ini diharapkan mampu meningkatkan kompetensi pengurus dalam mengelola media sosial secara profesional sehingga publikasi kegiatan menjadi lebih efektif, hubungan dengan jamaah dan donatur semakin kuat, serta penggalangan dana untuk mendukung berbagai program sosial dan keagamaan dapat dilakukan secara lebih transparan, berkelanjutan, dan memberikan manfaat yang lebih luas bagi masyarakat.

METODE

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) dilaksanakan di Musholla Al-Muqorrobiin, Kelurahan Kedaung, Kecamatan Pamulang, Kota Tangerang Selatan, Provinsi Banten pada tanggal 14–21 Maret 2026. Sasaran kegiatan adalah pengurus musholla yang bertanggung jawab dalam pengelolaan media sosial, publikasi kegiatan, serta pelaksanaan program sosial dan keagamaan. Program dirancang menggunakan pendekatan edukatif, partisipatif, aplikatif, dan pendampingan agar peserta memperoleh pemahaman konseptual sekaligus pengalaman praktis dalam mengelola media sosial sebagai sarana komunikasi organisasi. Menurut Chaffey dan Ellis-Chadwick (2022), keberhasilan komunikasi digital tidak hanya ditentukan oleh penggunaan teknologi, tetapi juga oleh kemampuan organisasi dalam merancang strategi komunikasi yang terstruktur, konsisten, dan berorientasi pada kebutuhan audiens.

Tahap pertama diawali dengan observasi lapangan dan identifikasi kebutuhan mitra. Tim PKM melakukan wawancara, diskusi, dan observasi terhadap sistem komunikasi yang telah diterapkan oleh pengurus Musholla Al-Muqorrobiin. Hasil observasi menunjukkan bahwa media sosial telah dimiliki, namun belum dimanfaatkan secara optimal sebagai media publikasi maupun penggalangan dana. Publikasi kegiatan masih dilakukan secara tidak terjadwal, kualitas konten belum konsisten, serta belum terdapat strategi komunikasi yang mampu membangun interaksi dengan jamaah dan calon donatur. Berdasarkan hasil identifikasi

tersebut, tim PKM menyusun materi pelatihan yang meliputi pengelolaan media sosial organisasi, strategi komunikasi digital, penyusunan kalender publikasi, teknik penulisan caption, pembuatan konten visual, serta strategi membangun engagement dan kepercayaan masyarakat melalui media sosial (Kotler, Kartajaya, & Setiawan, 2021).

Tahap kedua merupakan pelaksanaan sosialisasi, pelatihan, praktik, dan pendampingan. Pada tahap sosialisasi, peserta diberikan pemahaman mengenai pentingnya media sosial sebagai sarana publikasi kegiatan dan penggalangan dana yang transparan bagi organisasi keagamaan. Selanjutnya, pelatihan dilaksanakan melalui presentasi interaktif, diskusi, studi kasus, serta demonstrasi mengenai pengelolaan media sosial yang efektif. Peserta kemudian mengikuti praktik penyusunan kalender konten, pembuatan poster digital, penulisan caption yang komunikatif, pengunggahan konten pada media sosial, serta simulasi penyampaian informasi mengenai program Ramadhan dan kegiatan sosial lainnya. Tim PKM juga memberikan pendampingan secara langsung agar peserta mampu menghasilkan konten yang informatif, menarik, dan sesuai dengan karakteristik masyarakat sebagai sasaran komunikasi (Tuten & Solomon, 2021).

Tahap terakhir adalah monitoring dan evaluasi terhadap implementasi strategi komunikasi digital yang telah diterapkan. Monitoring dilakukan melalui pengamatan terhadap kemampuan peserta dalam mengelola akun media sosial, menyusun jadwal publikasi, meningkatkan interaksi dengan pengikut (followers), serta menyampaikan informasi mengenai kegiatan dan penggalangan dana secara transparan. Evaluasi dilakukan melalui diskusi, penilaian hasil praktik, serta pemberian umpan balik mengenai efektivitas strategi komunikasi yang telah diterapkan. Hasil evaluasi menjadi dasar dalam menyusun rekomendasi pengembangan sistem komunikasi digital yang lebih berkelanjutan, termasuk pembagian tugas pengelolaan media sosial, penyusunan standar publikasi, serta pemanfaatan media digital sebagai sarana membangun hubungan jangka panjang dengan jamaah dan donatur. Dengan demikian, pengurus Musholla Al-Muqorrobiin diharapkan mampu mengelola media sosial secara profesional sehingga berbagai program sosial dan keagamaan dapat dipublikasikan secara lebih luas, transparan, dan berkelanjutan (Kementerian Agama Republik Indonesia, 2023).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan PKM menunjukkan bahwa sebelum program dilaksanakan, pemanfaatan media sosial di Musholla Al-Muqorrobiin masih terbatas sebagai media penyampaian informasi sederhana dan belum dimanfaatkan secara maksimal sebagai sarana publikasi maupun penggalangan dana. Informasi mengenai kegiatan Ramadhan, santunan anak yatim, pembagian takjil, maupun kegiatan sosial lainnya dipublikasikan secara tidak terjadwal sehingga jangkauan informasi kepada masyarakat belum optimal. Selain itu, konten yang dipublikasikan masih bersifat informatif tanpa didukung strategi komunikasi digital yang mampu meningkatkan keterlibatan masyarakat (engagement). Kondisi tersebut menunjukkan perlunya peningkatan kapasitas pengurus dalam mengelola media sosial secara lebih profesional dan terencana. Menurut Kotler, Kartajaya, dan Setiawan (2021), strategi komunikasi digital yang terintegrasi

mampu meningkatkan hubungan organisasi dengan masyarakat serta memperkuat partisipasi publik terhadap berbagai program yang diselenggarakan.

Pelaksanaan sosialisasi dan pelatihan memberikan peningkatan pemahaman kepada pengurus mengenai pentingnya media sosial sebagai media komunikasi organisasi yang efektif. Peserta memperoleh pengetahuan mengenai penyusunan kalender publikasi, teknik pembuatan konten visual, penulisan caption yang komunikatif, penggunaan identitas visual organisasi, serta strategi membangun interaksi dengan jamaah dan donatur melalui berbagai platform media sosial. Pengurus juga mulai memahami bahwa publikasi yang dilakukan secara konsisten dapat membangun kepercayaan masyarakat sekaligus meningkatkan citra positif musholla sebagai lembaga yang aktif dalam menyelenggarakan kegiatan sosial dan keagamaan. Temuan ini sejalan dengan pendapat Tuten dan Solomon (2021) yang menyatakan bahwa keberhasilan media sosial sangat dipengaruhi oleh kualitas konten, konsistensi publikasi, serta kemampuan organisasi membangun hubungan dengan audiens.

Gambar 1. Kegiatan Pengabmas di Lingkungan Musholla

Pada tahap praktik dan pendampingan, pengurus berhasil menyusun kalender publikasi untuk berbagai kegiatan Ramadhan, membuat desain konten digital, serta melakukan simulasi publikasi mengenai program santunan, pembagian takjil, pengajian, dan ajakan berdonasi kepada masyarakat. Peserta juga memperoleh pengalaman dalam mengelola interaksi melalui media sosial, merespons pertanyaan masyarakat, serta menyampaikan informasi mengenai penggunaan dana secara terbuka sebagai bagian dari upaya membangun transparansi organisasi. Pendampingan yang dilakukan tim PKM membantu peserta memahami bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai media promosi, tetapi juga sebagai sarana membangun hubungan jangka panjang dengan jamaah dan donatur melalui komunikasi yang terbuka, responsif, dan terpercaya (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2022).

Secara keseluruhan, kegiatan PKM memberikan dampak positif terhadap peningkatan kompetensi pengurus Musholla Al-Muqorrobiin dalam mengelola media sosial sebagai sarana publikasi dan penggalangan dana. Pengurus tidak hanya mampu menyusun strategi komunikasi digital secara lebih sistematis, tetapi juga memahami pentingnya konsistensi publikasi, kualitas

konten, transparansi informasi, serta evaluasi berkala terhadap efektivitas media sosial. Walaupun implementasi strategi tersebut masih memerlukan pendampingan lanjutan agar dapat berkembang secara optimal, hasil kegiatan menunjukkan bahwa optimalisasi media sosial mampu memperluas jangkauan informasi, meningkatkan partisipasi jamaah dan donatur, memperkuat kepercayaan masyarakat, serta mendukung keberhasilan berbagai program sosial dan keagamaan secara berkelanjutan. Temuan ini sejalan dengan Pedoman Pembinaan Kemasjidan yang diterbitkan Kementerian Agama Republik Indonesia (2023), yang menekankan pentingnya pemanfaatan teknologi informasi dalam mendukung tata kelola organisasi keagamaan yang modern, transparan, dan berorientasi pada pelayanan masyarakat.

KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) yang dilaksanakan di Musholla Al-Muqorrobiin, Kedaung, Pamulang, Tangerang Selatan telah berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan pengurus dalam mengoptimalkan media sosial sebagai sarana publikasi kegiatan serta penggalangan dana bagi berbagai program sosial dan keagamaan. Melalui rangkaian kegiatan observasi, sosialisasi, pelatihan, praktik, pendampingan, hingga monitoring dan evaluasi, peserta memperoleh pengetahuan mengenai strategi komunikasi digital, pengelolaan media sosial organisasi, penyusunan kalender publikasi, pembuatan konten digital, serta teknik membangun interaksi yang efektif dengan jamaah dan masyarakat. Hasil tersebut menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran strategis dalam mendukung komunikasi organisasi yang lebih efektif, terbuka, dan adaptif terhadap perkembangan teknologi informasi.

Penerapan strategi pengelolaan media sosial yang lebih terstruktur juga memberikan dampak positif terhadap kualitas penyampaian informasi kegiatan musholla. Pengurus mulai mampu menyusun konten yang lebih menarik, informatif, komunikatif, serta mempublikasikan berbagai program secara lebih terjadwal dan konsisten. Selain meningkatkan jangkauan informasi, pemanfaatan media sosial juga mendorong meningkatnya transparansi dalam penyampaian informasi mengenai pelaksanaan kegiatan maupun penggunaan dana sosial sehingga mampu memperkuat kepercayaan jamaah dan donatur terhadap tata kelola organisasi musholla.

Berdasarkan hasil evaluasi kegiatan, disarankan agar pengurus Musholla Al-Muqorrobiin membentuk tim atau penanggung jawab khusus yang bertugas mengelola media sosial secara berkelanjutan. Pengurus juga perlu menyusun standar operasional pengelolaan media sosial, kalender publikasi tahunan, pedoman pembuatan konten digital, serta melakukan evaluasi secara berkala terhadap efektivitas komunikasi digital yang telah dijalankan. Upaya tersebut penting untuk menjaga konsistensi publikasi sekaligus meningkatkan kualitas pelayanan informasi kepada masyarakat.

Selain itu, diperlukan pendampingan lanjutan melalui kerja sama antara perguruan tinggi, pemerintah, maupun berbagai pihak terkait dalam meningkatkan kompetensi digital pengurus musholla. Pengembangan kemampuan di bidang desain konten, pemasaran digital, analisis media sosial, dan strategi penggalangan dana berbasis teknologi diharapkan mampu memperkuat branding Musholla Al-Muqorrobiin sebagai pusat kegiatan sosial keagamaan yang

modern, profesional, transparan, dan mampu memberikan manfaat yang lebih luas bagi masyarakat secara berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2022). Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice (9th ed.). Pearson Education.

Irfanudin, A. M., Azwina, D. (2025). Strategi pemasaran berkelanjutan untuk sekolah TK Islam: Meningkatkan kesadaran masyarakat melalui pendekatan digital. Pengabdian Sosial: Jurnal Universitas Pamulang, 5(1), 44–48.

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

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). Marketing 5.0: Technology for Humanity. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). Marketing Management (16th Global ed.). Pearson.

Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2022). Management Information Systems: Managing the Digital Firm (17th ed.). Pearson.

Nasrullah, R. (2022). Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi (Edisi Revisi). Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

Prastowo, A. (2021). Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.

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

Suwatno. (2022). Komunikasi Organisasi Kontemporer. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2021). Social Media Marketing (4th ed.). Sage Publications.

Yusuf, M. (2021). Manajemen Organisasi dan Pengembangan Sumber Daya Manusia. Jakarta: Kencana.