

BRANDING MASJID ERA DIGITAL: INOVASI KONTEN KREATIF UNTUK MENINGKATKAN KETERLIBATAN REMAJA DI DESA KARYAMEKAR, KAB. GARUT

Oleh :

¹Ferryal Abadi, ²Santos Winarso Dwiyogo, ³Nurdin, ⁴Badriyah, ⁵Mega Sukmawati

^{1,2}Universitas Esa Unggul

Jl. Arjuna Utara No.9, Duri Kepa, Kec. Kb. Jeruk, Kota Jakarta Barat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 11510

³STIE Ganesha

Jl. Legoso Raya No.31, Pisangan, Kec. Ciputat Tim., Kota Tangerang Selatan, Banten 15419

⁴Politeknik LP3I Jakarta

Jl. Kramat Raya No.7-9 4, RT.4/RW.2, Kramat, Kec. Senen, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10450

⁵Universitas Islam Dr. Khez Muttaqien

Jl. Syeikh Baing Yusuf, Ciwareng, Kec. Babakancikao, Kabupaten Purwakarta, Jawa Barat 41151

e-mail: ferryal@esaunggul.ac.id¹, santoswinarso72@gmail.com², nurdinstiega@gmail.com³, badriyah_lp3i@yahoo.com⁴, mega.sukmawati88@gmail.com⁵

ABSTRACT

One way to restore the prosperity and vitality of mosques is to begin by reorganizing and rebuilding the mosque's branding, modeled after the Prophet Muhammad's mosque. Various methods can be employed to revive the vibrancy of nearby mosques, such as holding Islamic study sessions featuring prominent figures to attract the interest of the younger generation and the general public. A youth – led management team, strong internal solidarity, and a strategic location are key strengths in implementing branding strategies. Furthermore, the use of digital platforms can support mosque activities and enhance the mosque's image among the public. In today's digital era, digital platforms are crucial for accessing information and disseminating positive values. This PkM activity is expected to demonstrate the social awareness of youth in building mosque branding through creative social media content and increasing creativity in developing ideas for disseminating religious values.

Keywords : Mosque Branding, Youth, Digital Platforms

ABSTRAK

Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk memakmurkan dan meramaikan masjid kembali yakni dengan mulai dengan menata dan membangun kembali branding masjid seperti masjid percontohan Nabi Muhammad SAW. Berbagai cara dapat dilakukan untuk meramaikan kembali masjid – masjid yang ada di sekitar, misalnya saja dengan mengadakan kegiatan kajian keislaman yang dikemas dengan menghadirkan tokoh – tokoh terkemuka sebagai upaya untuk menarik minat generasi muda dan masyarakat umum, kepengurusan yang terdiri dari anak muda, solidaritas internal yang kuat, serta lokasi strategis menjadi kekuatan utama dalam melakukan strategi branding. Selain itu penggunaan platform digital juga dapat menunjang kegiatan masjid dan mengembangkan

citra masjid di masyarakat umum. Di era digital saat ini, platform digital sangat membantu untuk mendapatkan informasi, menyebarluaskan nilai-nilai positif. Melalui kegiatan PkM ini, diharapkan dapat menunjukkan adanya kesadaran sosial para remaja untuk membangun branding masjid melalui konten kreatif media sosial dan meningkatnya kreatifitas dalam menentukan ide dalam rangka menebarkan nilai-nilai agama bagi para remaja.

Kata Kunci : Branding Masjid, Remaja, Platform Digital.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

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. Hal ini tidak menutup kemungkinan pemanfaatan media berbasis digital untuk memperluas pengaruh, termasuk kegiatan syiar islam. Pada kenyataanya, terjadi transformasi dakwah dimana komunikasi yang dinamis berperan penting dalam dakwah. Melihat kondisi tersebut, kegiatan dakwah dengan memanfaatkan media digital menjadi tren yang terus dioptimalkan dan dikembangkan untuk memperluas jangkauan dakwah. 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, penghimpinan zakat, dan sebagainya. Dengan begitu, masjid – masjid ini tidak memerlukan biaya lebih dalam menyebarluaskan 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. Denngan kata lain, jejaring sosial juga turut berperan penting dalam upaya memakmurkan masjid. 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.

Era globalisasi telah berimplikasi pada munculnya masyarakat informasi. Masyarakat informasi menemukan kemudahan berlimpah sejak memasuki era internet. Masyarakat pun semakin mudah terhubung untuk saling berinteraksi. Mereka berkomunikasi, berperilaku, bekerja, dan berpikir sebagai masyarakat digital (*Digital Native*). Keberadaan masjid tentu saja tidak dapat ditinggalkan dari kegiatan dakwah. Masjid merupakan tempat suci untuk beribadah bagi umat islam. Masjid selain sebagai pusat ibadah umat islam, juga sebagai lambang kebesaran syiar dakwah islam. Pemanfaatan platform digital dengan kreatif melalui pesan – pesan yang menarik dapat menjadi saluran yang efektif untuk membangun branding masjid dan dijadikan preferensi bagi remaja. Platform digital yang telah banyak dimanfaatkan hanya sekedar “iseng-iseng” tetapi tidak digunakan sebagai media berdakwah atau membangun brand masjid yang pesannya sengaja dibuat dengan sistematis dan terstruktur sehingga dapat diukur efektivitasnya. Sehingga terjadi beberapa permasalahan yang muncul seperti penggunaan platform digital yang tidak menyampaikan pesan sistematis dan terstruktur, belum adanya kesadaran bahwa pemanfaatan platform digital dapat meningkatkan “Branding” masjid dan remaja masjid sebagai salah satu kelompok yang strategis dalam menyebarluaskan nilai-nilai

agama di era milenial dan kekinian terutama bagi remaja, kurangnya penguasaan konsep dan strategi dalam implementasi yang dilakukan melalui konten – konten kreatif. Berdasarkan latar belakang di atas, maka kegiatan PkM ini melakukan pelatihan mengenai Membangun Branding Masjid yang kuat melalui Konten Kreatif di Platform Digital untuk Remaja Desa Karyamekar, Kab. Garut yang berfokus pada edukasi mengenai strategi membangun Branding dan Pemanfaatan Platform Digital. Yang betujuan untuk meningkatkan pemahaman para remaja tentang pentingnya brand masjid, melatih kreativitas remaja dalam membuat konten positif dan kreatif, dan mengoptimalkan platform digital untuk media dakwah dan kegiatan masyarakat. Target kegiatan PkM dengan tema” Membangun Brand Masjid yang Kuat Melalui Konten Kreatif di Platform Digital untuk Remaja Desa Karyamekar Kab. Garut diberikan kepada remaja Masjid, Anggota Linmas dan Pengurus LPM.

METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan pelatihan dilakukan pada Jum'at – Sabtu, 14– 15 November 2025 yang diikuti para remaja Masjid, Anggota Linmas dan Pengurus LPM di desa Karyamekar, Kab. Garut . Pelaksanaan pelatihan dilakukan secara tatap muka di ruang kelas dengan materi “Membangun Brand Masjid yang Kuat Melalui Konten Kreatif di Platform Digital untuk Remaja”

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini meliputi:

1. Presentasi, metode ini digunakan untuk menyampaikan penjelasan kepada peserta mengenai materi terkait.
2. Tanya Jawab dan Diskusi, metode ini dilakukan untuk menggali persoalan – persoalan yang berhubungan dengan materi. Selain itu juga, agar peserta lebih memahami tentang materi dan persoalan yang dihadapi peserta dalam mengelola membangun brand masjid dan pemanfaatan platform digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Tema dan Bentuk Kegiatan

Kegiatan pengabdian yang dilakukan memiliki tema “Membangun Brand Masjid yang Kuat Melalui Konten Kreatif di Platform Digital untuk Remaja di Desa Karyamekar, Kabupaten Garut”. Kegiatan ini dipilih memberikan edukasi cara membangun brand masjid dan pemanfaatan platform digital.

2. Tempat dan waktu Kegiatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat bertempat di Desa Karyamekar, Kabupaten Garut. Kegiatan ini diselenggarakan pada 14 – 15 November 2025

3. Peserta Kegiatan

Program Pengabdian pada Masyarakat (P2M) merupakan kegiatan yang dilakukan oleh Dosen ataupun Mahasiswa Politeknik LP3I Jakarta yang berkolaborasi dengan Perguruan Tinggi Lain pada peserta pengabdian kepada masyarakat sebagai berikut:

- a. Perserta : Remaja Masjid, Anggota Linmas dan Pengurus LPM
- b. Jumlah peserta : 26 orang

4. Proses Kegiatan

TANGGAL	WAKTU	KEGIATAN	PIC
14 November 2025	08.00 – 08.05	Pembukaan	Badriyah
	08.05 – 08.15	Sambutan Kepala Desa	Kepala Desa
	08.00 – 08.30	Motivasi	Nurdin
	08.30 – 11.30	Materi Pelatihan 1	Ferryal Abadi
	11.30 – 14.00	Ishoma	Panitia
	14.00 – 17.00	Materi Pelatihan 2	Santos Winarso
	09.00 – 11.30	Materi Pelatihan 3	Mega Sukmawati
15 November 2025	11.30 – 13.00	Ishoma	Panitia
	13.00 – 16.00	Materi Pelatihan 4	Nurdin
	16.00 – 17.00	Penutupan, Foto bersama, Kesan-kesan dari peserta	Badriyah

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah dengan melakukukan presentasi materi secara offline kepada para peserta yang hadir, menggunakan media infokus untuk menampilkan slide materi sehingga dapat dilihat dan dimengerti oleh peserta. Setelah pemaparan materi, peserta diberi kesempatan untuk bertanya sehingga apa yang dijelaskan dapat dipahami dengan baik dan memberikan kesempatan kepada peserta untuk berkontribusi aktif dalam kegiatan pelatihan tersebut.

Adapun tahapan metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat adalah sebagai berikut :

1. Tahap Persiapan Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Masyarakat

- a. Melakukan rapat koordinasi dengan tim atau dengan panitia pelaksana abdimas
- b. Koordinasi dengan mitra yaitu Desa Karyamekar, Kabupaten Garut
- c. Membuat proposal permohonan ijin kegiatan pengabdian masyarakat kepada institusi
- d. Pengurusan administrasi (surat-menjurat)
- e. Persiapan alat mulai dari membuat form absen dan sertifikat
- f. Penyusunan bahan/materi pelatihan : slide Power point untuk kegiatan Pelatihan Membangun Brand Masjid yang Kuat melalui Konten Kreatif di Platform Digital untuk Remaja di Desa Karyamekar, Kab. Garut
- g. Kegiatan Gladi bersih untuk panitia di hari H pelaksanaan

2. Tahap Pelaksanaan Pelatihan

- a. Pembukaan dan perkenalan dengan para warga Desa Karyamekar, Kabupaten Garut yang menjadi sasaran kegiatan
- b. Perkenalan Tim Dosen Abdimas
- c. Sambutan dari Kepala Desa Karyamekar, Kabupaten Garut
- d. Ice Breaking yang dilakukan moderator
- e. Pemaparan materi untuk Pelatihan Membangun Brand Masjid oleh Nara Sumber



Gambar 1. Pelaksanaan Kegiatan PkM

Kegiatan selanjutnya adalah pendampingan pelatihan mengenai branding masjid dan pemanfaatan platform digital bagi remaja di Desa Karyamekar, Kab. Garut. Masjid bukan hanya sebagai tempat ibadah, tetapi juga merupakan pusat pembinaan umat. Di era digital kini, remaja lebih banyak melakukan interaksi di dunia digital, hal ini menjadi tantangan bagi citra masjid yang sering dianggap kaku dan jauh dari anak muda saat ini. Untuk mengatasi permasalahan tersebut adalah dengan melakukan branding masjid yang kuat dan menarik melalui pembuatan konten kreatif digital. Kegiatan pkm ini dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan pemahaman para remaja tentang pentingnya brand masjid, melatih kreativitas para remaja dalam membuat konten yang positif, dan mengoptimalkan media platform digital untuk melakukan dakwah dan kegiatan yang diadakan di masjid.

Brand masjid merupakan citra, identitas dan kesa publik terhadap suatu masjid, tidak hanya sekedar logo atau nama, tetapi juga nilai, pelayanan, dan atmosfer masjid yang dirasakan oleh para jamaahnya. Dengan adanya brand masjid, hal ini akan membuat citra masjid lebih dicintai dan dikenal luas, dapat meningkatkan partisipasi remaja dalam kegiatan – kegiatan yang dilakukan masjid, menjadi sumber inspirasi dan edukasi di era digital, dan menarik kolaborasi dengan komunitas kreatif dan sosial. Banyak platform digital yang dapat dimanfaatkan untuk melakukan brandi masjid seperti : instagram, youtube, tiktok, whatsApp, telegram, website, google maps, dll. Dalam membuat konten kreatif masjid ada beberapa prinsip yang harus diperhatikan, yaitu :

1. Relatable (dekat dengan kehidupan remaja)
2. Inspiratif (memberi semangat & nilai positif)
3. Estetis (visual menarik, kualitas audio/video baik)
4. Konsisten (jadwal unggah yang teratur)
5. Sopan & Islami (tetap menjaga adab dan nilai syariat)

Beberapa ide konten kreatif yang dapat dilakukan misalnya, “one minute Dakwah” berisi video singkat yang inspiratif, “Behind The Scene” video mengenai keseruan kegiatan pengurus remaja, “Podcast Remaja Masjid” ngobrol santai soal iman dan kehidupan, “Quote dan Story” desain grafis dengan ayat/hadits, “Masjid Vibes” suasana indah masjid & jamaah. Selain itu, ada beberapa strategi yang bisa dilakukan untuk

membangun brand masjid:

1. Tentukan identitas & nilai unik masjid
2. Buat tim media kreatif remaja
3. Susun rencana konten bulanan
4. Gunakan tagline & visual konsisten
5. Evaluasi & tingkatkan interaksi audiens

Membuat kontendakwah masjid merupakan langkah strategis untuk memperjelas visi dan kontribusi masjid terhadap masyarakat, yang secara langsung berdampak pada keberlanjutan organisasi masjid itu sendiri. Dengan memanfaatkan platform digital 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 kreatif yang terstruktur dan konstruktif. Selain itu, konten branding yang dirancang dengan pendekatan positif dan relevan akan memperkuat posisi masjid di tengah masyarakat sebagai intitusi 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.

Adanya peningkatan pemahaman tentang pentingnya melakukan publikasi kegiatan masjid juga dapat terlihat dari isi konten yang dibagikan di platform digital. Tidak selesai di tingkat pemahaman, publikasi kegiatan di platform digital nyatanya juga dimanfaatkan untuk meningkatkan peran masjid di berbagai bidang, khususnya kegiatan sosial kemasayarakatan.

Adapun ide yang menjadi prioritas dan menjadi poin penting dalam PkM ini adalah digitalisasi media dakwah dan branding masjid memanfaatkan jejaring sosial, agar remaja masjid sebagai generasi lanjut bisa mengetahui segala bentuk kegiatan yang diselenggarakan meskipun mereka di perantauan sekalipun. Setelah itu, tim PkM 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 sesuai kondisi dan kemampuan .

PENUTUP

Kesimpulan

Tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah untuk memberikan peningkatan pemahaman, kesadaran, dan keterampilan para remaja dan masyarakat Desa Karyamekar, Kab. Garut mengenai penguatan konsep branding masjid, pembuatan konten kreatif dan pemanfaatan platform digital. Diharapkan dengan adanya pelatihan ini memberikan manfaat bagi peserta, meningkatkan kesadaran, dan pemahaman branding masjid.

Saran

Peran aktif lembaga agar dapat lebih ditingkatkan, sebagai peran serta lembaga dalam memberikan kontribusi bagi masyarakat sekitar dan berbagi keterampilan bagi masyarakat untuk lebih berdaya guna. Sebagai ajang pelatihan, keterampilan yang sudah diberikan selalu dijalankan secara konsisten. Segala bentuk pelatihan yang telah diberikan agar dapat diterapkan untuk meningkatkan kemampuan dan keterampilan serta pengetahuan

konseptual para para remaja desa agar dapat menggemarkan kembali keberadaan masjid disekitar dengan kegiatan-kegiatan positif yang dilakukan untuk memakmurkan masjid di semua kalangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Nasikin, M.2017. Memakmurkan Masjid Melalui Gerakan Shalat Berjama'ah di Desa Parampuan Kecamatan Labuapi Kabupaten Lombok Barat. *El-Tsaqafah: Jurusan Jurusan PBA*, 16(1), 93 -102.
- Nasrullah, R. 2015. Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi. Bandung: Simbiosa Rekatama Media
- Supratman, L.P. 2018. Penggunaan Media Sosial oleh Digital Native.
- Siswanto, B. 2019. Peranan Masjid Dalam Membentuk Karakter Akhlah Muslim Mahasiswa Stsn Tadrib, 5(1), 21-33
- Wasesa, S.A., 2017. Political Branding & Public Relations. Jakarta: PT Gramedia
- Weiss, M.L. 2018. Media Power in Indonesia : Oligarchs, Citixen dan The Digital Revolution by Ross Tapsell (Review). USA : Cornell University Press.