
Pemanfaatan *Social Media Marketing* untuk Meningkatkan Minat Remaja dalam Dakwah Islam pada Remaja Masjid Al-Qohhar

Utilizing Social Media Marketing to Increase Youth Interest in Islamic Preaching at Al-Qohhar Mosque Youth Community

Haryaji Catur Putera Hasman^{1*}, Nindya Yunita²

¹ Universitas Sumatera Utara, Indonesia

² Universitas Medan Area, Indonesia

corresponding author : haryaji@usu.ac.id

Article History:

Received: May 12, 2025;

Revised: May 31, 2025;

Accepted: June 20, 2025;

Published: June 23, 2025

Keywords: *social media, Islamic preaching, mosque youth, social media marketing, community service*

Abstract: *Adolescents are among the most active users of social media, yet their usage often lacks direction toward productive and positive purposes, including Islamic preaching. This community service activity aimed to enhance the interest and capability of the youth at Al-Qohhar Mosque in utilizing social media as a platform for da'wah through a social media marketing approach. The program was conducted over three days and included observation, interactive training, and mentoring through a Focus Group Discussion (FGD). The results showed a significant improvement in participants' understanding of digital preaching ethics, their ability to create engaging Islamic content, and increased parental involvement in guiding responsible social media use. This activity successfully fostered collaboration among youth, families, and the mosque community to build a value-based Islamic digital da'wah ecosystem.*

Abstrak

Remaja merupakan kelompok usia yang paling aktif menggunakan media sosial, namun seringkali pemanfaatannya belum diarahkan untuk hal-hal yang produktif dan positif, termasuk dalam aktivitas dakwah Islam. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan minat dan kemampuan remaja Masjid Al-Qohhar dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana dakwah melalui pendekatan *social media marketing*. Kegiatan dilaksanakan melalui tahapan observasi, pelatihan interaktif, dan pendampingan melalui *Focus Group Discussion (FGD)* selama tiga hari. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam pemahaman remaja terhadap etika berdakwah digital, kemampuan membuat konten dakwah yang menarik, serta keterlibatan aktif orang tua dalam membimbing penggunaan media sosial yang bijak. Kegiatan ini juga berhasil membangun sinergi antara remaja, keluarga, dan komunitas masjid dalam menciptakan ekosistem dakwah digital berbasis nilai keislaman.

Kata kunci: media sosial, dakwah Islam, remaja masjid, *social media marketing*, pengabdian kepada masyarakat

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi yang pesat telah melahirkan media sosial sebagai bagian penting dalam kehidupan masyarakat modern, terutama bagi generasi muda. Media sosial seperti WhatsApp, Instagram, TikTok, Facebook, dan Twitter tidak hanya menjadi sarana hiburan, tetapi juga alat komunikasi, ekspresi diri, hingga pencarian identitas sosial (Nasrullah, 2016). Data dari Katadata (2022) menyebutkan bahwa masyarakat Indonesia menghabiskan rata-rata 3 jam per hari untuk menggunakan media sosial, dan sebagian besar pengguna aktifnya adalah remaja.

Remaja merupakan kelompok usia yang berada dalam masa transisi dan pencarian jati diri. Dalam fase ini, mereka sangat rentan terhadap pengaruh lingkungan, termasuk pengaruh yang datang dari media digital. Menurut Santrock (2011), masa remaja ditandai dengan eksplorasi identitas dan peningkatan sensitivitas terhadap peran sosial. Oleh karena itu, media sosial dapat menjadi pedang bermata dua; di satu sisi dapat memberikan inspirasi dan memperluas wawasan, tetapi di sisi lain juga dapat membawa dampak negatif jika tidak digunakan dengan bijak (Livingstone & Brake, 2010).

Dalam konteks keagamaan, khususnya Islam, dakwah merupakan suatu kewajiban yang tidak terbatas pada mimbar atau ceramah tatap muka semata. Dakwah kini dapat diperluas jangkauannya melalui platform digital. Konsep ini dikenal sebagai *digital da'wah* atau dakwah digital, yaitu aktivitas menyampaikan nilai-nilai Islam melalui media daring yang inklusif, interaktif, dan mudah diakses (Rahmat, 2020). Sayangnya, potensi besar media sosial sebagai alat dakwah belum sepenuhnya dimanfaatkan oleh kalangan remaja masjid, termasuk di Masjid Al-Qohhar, Kecamatan Sunggal, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara.

Berdasarkan hasil observasi awal tim pengabdian, Remaja Masjid Al-Qohhar cenderung menggunakan media sosial untuk aktivitas yang bersifat hiburan, seperti berbagi foto, membuat konten joget, atau sekadar curhat. Mereka belum memiliki pemahaman mendalam mengenai cara menggunakan media sosial secara strategis dan produktif. Bahkan, sebagian dari mereka belum mampu membedakan antara konten yang bernilai positif dan yang dapat menurunkan nilai-nilai keislaman. Hal ini menunjukkan rendahnya literasi digital serta belum adanya pembekalan tentang pemanfaatan media sosial sebagai sarana dakwah.

Permasalahan ini juga diperkuat oleh kurangnya pendampingan dari orang tua serta minimnya akses informasi tentang literasi digital berbasis nilai-nilai Islam. Padahal, menurut Gunawan (2021), upaya penguatan karakter remaja dalam era digital harus dilakukan melalui pendekatan kolaboratif antara keluarga, lembaga pendidikan, dan komunitas keagamaan. Oleh karena itu, diperlukan sebuah upaya sistematis dan terarah untuk meningkatkan pemahaman serta keterampilan remaja masjid dalam menggunakan media sosial sebagai alat dakwah yang efektif.

Pengabdian ini dirancang untuk menjawab kebutuhan tersebut melalui kegiatan pelatihan dan pendampingan berbasis pendekatan *social media marketing*. Pendekatan ini dipilih karena kemampuannya dalam menyusun strategi komunikasi yang mampu menarik perhatian audiens secara luas, termasuk di kalangan anak muda (Kotler & Keller, 2016).

Dengan memberikan pelatihan pemanfaatan media sosial sebagai media dakwah Islam, diharapkan para remaja dapat membentuk kesadaran baru bahwa media sosial bukan hanya ruang hiburan, tetapi juga ruang dakwah, amal, dan pemberdayaan umat.

Tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah untuk meningkatkan literasi digital dakwah di kalangan Remaja Masjid Al-Qohhar, serta menciptakan sinergi antara remaja, orang tua, dan komunitas masjid dalam menciptakan ekosistem media sosial yang sehat, produktif, dan islami. Kegiatan ini diharapkan juga menjadi model bagi masjid-masjid lainnya dalam mengembangkan gerakan dakwah digital berbasis komunitas.

2. METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan di Masjid Al-Qohhar, yang berlokasi di Jl. Setia Bangun, Desa Sei Beras Sekata, Kecamatan Sunggal, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara. Mitra dalam kegiatan ini adalah Remaja Masjid Al-Qohhar, yaitu sekelompok remaja yang secara aktif terlibat dalam berbagai kegiatan keagamaan dan sosial di lingkungan masjid. Metode pelaksanaan dirancang dalam tiga tahapan utama, yaitu pengenalan, pelatihan, dan pendampingan.

Tahapan Pelaksanaan

- **Tahap Pengenalan dan Observasi Awal**

Pada tahap ini, tim pengabdian melakukan identifikasi awal terhadap kondisi mitra. Kegiatan dilakukan dengan mendatangi langsung lokasi mitra dan melakukan wawancara informal dengan pengurus masjid dan remaja yang tergabung dalam organisasi Remaja Masjid Al-Qohhar. Tujuannya adalah untuk memperoleh gambaran awal mengenai pola penggunaan media sosial oleh remaja serta permasalahan yang mereka hadapi. Dari hasil observasi, diketahui bahwa sebagian besar remaja telah menggunakan media sosial, namun belum memiliki kesadaran penuh akan potensi dan risiko penggunaannya, khususnya dalam konteks dakwah Islam.

- **Tahap Pelatihan dan Sosialisasi**

Tahap berikutnya adalah pelaksanaan pelatihan dan sosialisasi mengenai pemanfaatan media sosial sebagai sarana dakwah Islam. Materi yang disampaikan meliputi:

- Pengenalan konsep dasar *social media marketing*.
- Teknik menyusun konten dakwah yang menarik dan komunikatif.
- Strategi membangun *branding* dakwah di *platform* digital (Instagram, TikTok, dsb.).

- Etika berdakwah di media sosial.

Pelatihan dilaksanakan secara interaktif melalui diskusi dan praktik langsung, dengan pendekatan berbasis *problem solving* agar peserta lebih aktif dan kontekstual dalam memahami materi.

- **Tahap Pendampingan dan Diskusi Kelompok (*Focus Group Discussion*)**

Setelah pelatihan, dilakukan pendampingan intensif dalam bentuk *Focus Group Discussion* (FGD). Dalam forum ini, remaja diajak untuk menyusun rencana aksi dakwah digital yang dapat mereka terapkan secara berkelanjutan. Tim pengabdian juga melibatkan orang tua dalam sesi diskusi untuk meningkatkan kesadaran mereka akan pentingnya pendampingan digital. Hasil dari FGD ini adalah terbentuknya komitmen bersama untuk memproduksi konten dakwah secara periodik yang dikelola oleh tim media sosial remaja masjid.

Pendekatan yang Digunakan

Pendekatan kegiatan ini mengacu pada model pemberdayaan masyarakat berbasis partisipasi. Pendekatan ini menekankan kolaborasi antara fasilitator (dosen dan mahasiswa) dengan mitra (remaja masjid dan orang tua), agar proses transformasi pengetahuan dan keterampilan dapat berjalan dengan dua arah. Tahapan pendekatan terdiri dari:

- Tahap Persiapan, meliputi koordinasi internal tim dan persiapan materi.
- Tahap Asesmen, yaitu observasi kebutuhan dan kondisi mitra.
- Tahap Perencanaan Program, berupa perancangan agenda pelatihan.
- Tahap Formulasi Rencana Aksi, termasuk penyusunan metode pelatihan dan diskusi.
- Tahap Implementasi, yaitu pelaksanaan kegiatan di lokasi mitra.

Partisipasi Mitra

Partisipasi aktif dari mitra menjadi salah satu kekuatan utama dalam kegiatan ini. Mitra terlibat sejak awal dalam proses asesmen, penyusunan agenda pelatihan, hingga pelaksanaan dan evaluasi. Remaja Masjid Al-Qohhar secara aktif menyediakan lokasi, peserta, dan fasilitas kegiatan. Mereka juga menunjukkan keterbukaan dan antusiasme yang tinggi dalam menerima materi dan melakukan praktik pembuatan konten dakwah. Selain itu, partisipasi orang tua remaja juga diperoleh dalam sesi diskusi kelompok, yang memperkuat keterlibatan keluarga sebagai bagian dari ekosistem pendukung dakwah digital.

3. HASIL

Deskripsi Umum Pelaksanaan Kegiatan

Pengabdian kepada masyarakat ini berlokasi di Masjid Al-Qohhar, yang terletak di Jl. Setia Bangun, Desa Sei Beras Sekata, Kecamatan Sunggal, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara. Gambar 1 adalah foto lokasi kegiatannya. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan literasi dakwah digital di kalangan remaja melalui pelatihan pemanfaatan media sosial dengan pendekatan *social media marketing*. Selama tiga hari pelaksanaan, kegiatan berjalan dengan lancar dan didukung penuh oleh pengurus masjid, remaja, serta orang tua peserta.



Gambar 1. Lokasi Kegiatan

Hasil terhadap Remaja Masjid Al-Qohhar

- **Peningkatan Pemahaman tentang Dakwah Digital**

Sebelum kegiatan dilaksanakan, mayoritas peserta telah aktif menggunakan media sosial, namun penggunaannya masih bersifat hiburan dan ekspresi pribadi. Setelah mengikuti pelatihan, para peserta menunjukkan pemahaman yang lebih baik mengenai fungsi media sosial sebagai alat dakwah. Mereka mulai memahami etika berdakwah digital, jenis konten yang baik untuk disebar, serta pentingnya niat dan tujuan dalam setiap aktivitas daring. Dokumentasi proses pelaksanaan kegiatan dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Pelaksanaan Kegiatan

- **Kemampuan Membuat Konten Dakwah yang Positif**

Melalui sesi praktik, peserta diajak membuat konten dakwah dalam bentuk poster digital, kutipan inspiratif dari Al-Qur'an dan hadis, serta caption bermuatan nilai Islam. Beberapa peserta menunjukkan kreativitas tinggi dalam merancang konten yang komunikatif dan menarik. Beberapa dari mereka langsung mengunggah konten tersebut ke media sosial pribadi sebagai bentuk penerapan hasil pelatihan.

- **Respons dan Antusiasme Remaja terhadap Kegiatan**

Remaja Masjid Al-Qohhar menunjukkan antusiasme tinggi selama kegiatan berlangsung. Hal ini tercermin dari keaktifan mereka dalam bertanya, berdiskusi, dan mengikuti simulasi pembuatan konten. Bahkan, sebagian peserta mengusulkan agar kegiatan sejenis dilakukan secara rutin untuk memperkuat keterampilan digital mereka dalam konteks dakwah Islam. Antusiasme para remaja dapat dilihat melalui Gambar 3 berikut.



Gambar 3. Peserta Kegiatan

Hasil terhadap Pihak Orang Tua dan Komunitas

- **Keterlibatan Orang Tua dalam Pendampingan Digital**

Melalui sesi *Focus Group Discussion* (FGD), para orang tua diberikan pemahaman tentang pentingnya pengawasan dan pembinaan terhadap aktivitas digital anak-anak mereka. Orang tua juga diajak untuk membangun komunikasi yang sehat agar dapat mendampingi anak secara aktif dalam menggunakan media sosial. Kegiatan ini membuka ruang dialog antar generasi dan menghasilkan kesepakatan tentang nilai-nilai Islam dalam dunia digital.

Luaran Kegiatan

Sebagai luaran kegiatan, dokumentasi video pelaksanaan telah diunggah ke kanal YouTube guna menyebarkan manfaat kegiatan kepada masyarakat luas. Selain itu, beberapa konten dakwah yang dibuat oleh peserta telah dipublikasikan di akun media sosial mereka masing-masing sebagai bentuk nyata hasil kegiatan.

4. DISKUSI

Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pendekatan edukatif melalui pelatihan dan pendampingan mampu meningkatkan literasi dakwah digital pada remaja. Dalam konteks ini, penggunaan strategi *social media marketing* terbukti efektif untuk menarik perhatian generasi muda karena pendekatan ini tidak hanya berfokus pada konten, tetapi juga pada cara penyampaian yang kreatif dan komunikatif.

Menurut Kotler & Keller (2016), *social media marketing* mampu menciptakan interaksi dua arah yang intens antara pengirim dan penerima pesan, yang menjadikannya alat yang ideal untuk tujuan komunikasi dakwah. Penerapan prinsip-prinsip ini dalam kegiatan pengabdian memberikan hasil positif, di mana remaja menjadi lebih aktif dan kreatif dalam menyampaikan pesan-pesan Islam melalui *platform* digital.

Hasil ini juga menguatkan temuan dari Rahmat (2020), yang menekankan pentingnya pengembangan dakwah digital berbasis komunitas dalam menjawab tantangan dakwah kontemporer di era digital. Dalam kegiatan ini, remaja Masjid Al-Qohhar berhasil diberdayakan untuk menjadi produsen konten positif, bukan sekadar konsumen pasif dari konten viral yang belum tentu sejalan dengan nilai-nilai Islam.

Keterlibatan orang tua juga memainkan peran penting dalam keberhasilan kegiatan. Sebagaimana dikemukakan oleh Gunawan (2021), pendidikan karakter di era digital perlu melibatkan semua pihak, termasuk keluarga dan komunitas lokal. Partisipasi orang tua dalam FGD memberikan ruang sinergi yang konstruktif, yang memperkuat upaya internalisasi nilai dakwah Islam di lingkungan keluarga.

Meskipun hasil yang diperoleh cukup menggembirakan, terdapat beberapa tantangan, seperti keterbatasan waktu pelatihan dan variasi latar belakang digital peserta. Namun, dengan metode pelatihan yang aplikatif dan pendekatan partisipatif, tantangan tersebut dapat diatasi.

5. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema pemanfaatan *social media marketing* untuk meningkatkan minat remaja dalam dakwah Islam telah berhasil dilaksanakan dengan baik. Kegiatan ini mampu memberikan dampak positif dalam meningkatkan literasi dakwah digital remaja, serta membangun kesadaran bahwa media sosial dapat menjadi sarana penyebaran nilai-nilai Islam secara kreatif dan relevan dengan zaman.

Berdasarkan temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa program pemberdayaan Remaja Masjid Al-Qohhar berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan mereka dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana dakwah. Pendekatan pelatihan yang mengedepankan praktik langsung dan diskusi terbuka terbukti efektif dalam mendorong sikap kritis dan produktif di kalangan remaja. Selain itu, keterlibatan orang tua melalui forum diskusi kelompok (FGD) turut memperkuat terciptanya ekosistem yang mendukung gerakan dakwah digital berbasis komunitas, menjadikan kolaborasi antar generasi sebagai kunci keberhasilan inisiatif ini.

Saran untuk ke depannya, diperlukan kegiatan lanjutan seperti pelatihan konten lanjutan, pembentukan tim media dakwah masjid, serta jejaring antar remaja masjid untuk memperluas dampak kegiatan. Pihak masjid juga diharapkan dapat memfasilitasi aktivitas ini secara berkelanjutan agar transformasi digital dalam dakwah dapat terus berkembang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Remaja Masjid Al-Qohhar, Desa Sei Beras Sekata, Kecamatan Sunggal, Kabupaten Deli Serdang, atas partisipasi aktif dan antusiasmenya sebagai mitra kegiatan; kepada Ketua dan Pengurus Masjid Al-Qohhar atas dukungan penuh terhadap pelaksanaan program; kepada Bapak Muhammad Muslim Nasution, S.Pd.I., M.Hum., yang telah berkontribusi dalam pelaksanaan kegiatan lapangan; serta kepada para mahasiswa dan seluruh pihak yang telah membantu kelancaran kegiatan ini, baik secara teknis maupun moril. Semoga kegiatan ini memberikan manfaat berkelanjutan dalam penguatan dakwah digital di kalangan remaja masjid.

DAFTAR REFERENSI

- Bella Nadyantana, M. (2018). *Efektivitas Media Sosial Instagram@ Fuadbakh sebagai Media Dakwah (Ditinjau dari Teori Jarum Hipodermik)* (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo).
- Fifaldyovan, M. I., Dewi, S. M., & Kartikasar, R. D. A. (2024). *Pelatihan Canva untuk Optimalisasi Digital Marketing bagi Pelaku UMKM*. POTENSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 1(4), 81-87.
- Gunatyas, G., & Dani, J. A. (2021). *Strategi Komunikasi Interpersonal Pengurus Remaja Masjid Terhadap Orangtua Santri TPA Sanggir At-taqwa Colomadu*. Ragam Penelitian Mesin, 2(2), 44-53.
- Gunawan, Heri. (2022). *Pendidikan Karakter: Konsep dan Implementasi*. Bandung: Penerbit Alfabeta.

- Haloho, E., LG, L. M. T., Darus, P., Safrul, E., & Fardinal, F. (2024). *Workshop Kewirausahaan Berbasis Digital Marketing sebagai Peluang Bisnis Pada Ikatan Remaja Masjid (IRM) Kecamatan Labuhan Deli Kabupaten Deli Serdang*. Altifani: Jurnal Pengabdian Masyarakat Ushuluddin, Adab, dan Dakwah, 4(1), 44-54.
- Hartono, R., Sudiarjo, A., & Supriatman, A. (2024). *Pemanfaatan Social Media Marketing Untuk Pemasaran Digital Bagi UMKM Tanaman Hias*. PROFICIO, 5(1), 582-587.
- Helianthusonfri, J. (2019). *Belajar Social Media Marketing*. Elex Media Komputindo.
- Hertati, N. F. (2022). *Pengaruh Sosial Media Marketing Terhadap Minat Beli Produk Thrifting Pada Remaja Generasi Z* (Doctoral dissertation, STIE Indonesia Banking School).
- Ifah, E. N., Ramadhani, R., Saraswati, R. U., Wulandari, S., Qulbi, C. Q., Karmilawati, S., ... & Aini, I. (2024). *Peran Penting Facebook Ads Sebagai Strategi Marketing Bagi Siswa MA Darul Arqam*. POTENSI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 1(4), 67-80.
- Katadata. (2022). *Warga RI main medsos 3 jam per hari, ini peringkat globalnya*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/05/09/warga-ri-main-medsos-3-jam-per-hari-ini-peringkat-globalnya>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management (15th ed.)*. Pearson.
- Livingstone, S., & Brake, D. R. (2010). *On the rapid rise of social networking sites: New findings and policy implications*. Children & Society, 24(1), 75–83.
- Nasrullah, R. (2016). *Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Rahmat, M. (2020). *Dakwah digital di era milenial: Studi tentang pemanfaatan media sosial dalam penyebaran dakwah Islam*. Jurnal Komunikasi Islam, 10(1), 23–35.
- Santrock, J. W. (2011). *Adolescence (14th ed.)*. McGraw-Hill Education.
- Siregar, A., & Rasyid, A. (2024). *Pemanfaatan Media Sosial dalam Membangun Brand Image Lembaga Dakwah Kampus Al-Izzah UINSU*. Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal, 6(1), 728-739.
- Sumadi, E. (2016). *Dakwah dan Media Sosial: Menebar kebaikan tanpa diskrimasi*. Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam, 4(1), 173-190.