

**Pengelolaan Dakwah Berbasis Digital Perspektif Manajemen Dakwah  
(Analisis POAC George R. Terry): Studi Kasus di Masjid At-Taqwa  
Jemurwonosari Wonocolo Surabaya**

**Alika Rahma Amelia<sup>1</sup>, Arya Putra Perdana<sup>2</sup>**

**Bintang Handayani Purnama<sup>3</sup>, Wiwik Setiyani<sup>4</sup>**

<sup>1,2,3,4</sup>Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

*rahmaalika171@gmail.com<sup>1</sup>, aryaputraperdana25@gmail.com<sup>2</sup>,*

*bihanpurnama@gmail.com<sup>3</sup>, wiwiksetiyani@uinsa.ac.id<sup>4</sup>*

**ABSTRACT**

*This research focuses on examining the management of digital da'wah at At-Taqwa Mosque in Jemurwonosari Wonocolo Surabaya, utilizing George R. Terry's theory of planning, organizing, actuating, and controlling (POAC) in the context of da'wah management. A qualitative methodology with a descriptive research design was employed for this study. Data were gathered through interviews, observations, and documentation from mosque administrators responsible for managing digital platforms. The data collected were analyzed descriptively to gain insights into how digital da'wah management is conducted within the mosque. The results reveal that digital da'wah management at At-Taqwa Mosque has been successfully implemented through organized planning of da'wah content, clearly defined roles for digital media administrators, proactive sharing of Islamic messages via social media channels, and systematic evaluations of communication effectiveness. The use of digital media has significantly broadened the reach of da'wah beyond the mosque and enhanced community involvement, particularly among younger individuals. The study concludes that effective digital-based da'wah management has strengthened the mosque's position as a center for Islamic communication in today's era.*

**Keywords : Digital da'wah, Da'wah management, Mosque, Social media, POAC**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengelolaan dakwah digital di Masjid At-Taqwa Jemurwonosari Wonocolo Surabaya, dari sudut pandang manajemen dakwah dengan menggunakan teori perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian (POAC) yang dikemukakan oleh George R. Terry. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi yang melibatkan pengurus masjid yang aktif dalam mengelola media digital. Data yang terkumpul kemudian dianalisis secara deskriptif untuk memahami pelaksanaan pengelolaan dakwah digital dalam konteks masjid. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan dakwah berbasis digital di Masjid At-Taqwa dilakukan melalui perencanaan konten dakwah yang terstruktur, pembagian tugas yang jelas kepada pengelola media digital, penyebaran pesan-pesan keislaman melalui berbagai platform media sosial, dan evaluasi berkala terhadap efektivitas komunikasi dakwah. Penggunaan media digital dapat memperluas jangkauan dakwah di luar lingkungan masjid serta meningkatkan partisipasi masyarakat, terutama di kalangan generasi muda. Penelitian ini menyimpulkan bahwa pengelolaan dakwah digital merupakan strategi yang efektif untuk memperkuat peran masjid sebagai pusat komunikasi Islam di era modern.

**Kata kunci : Dakwah digital, Manajemen dakwah, Masjid, Media sosial, POAC.**

## PENDAHULUAN

Kemajuan dalam teknologi digital terjadi banyak beberapa tahun terakhir dan telah membawa perubahan besar dalam kehidupan bermasyarakat, termasuk dalam aktivitas dakwah Islam. Dakwah yang sebelumnya dilakukan secara langsung melalui mimbar masjid atau majelis taklim yang biasanya secara tatap muka kini berkembang melalui media digital seperti YouTube, Instagram, WhatsApp, dan TikTok. Perubahan tersebut memungkinkan penyampaian pesan keagamaan menjangkau masyarakat yang lebih luas tanpa terbatas ruang dan waktu. Media digital pada akhirnya menjadi sarana baru dalam penyebaran ajaran Islam di era modern (Marwantika, 2021).

Di Indonesia, pemanfaatan media digital dalam menyiarkan kegiatan dakwah semakin meningkat, terutama di kalangan generasi muda yang akrab dengan platform teknologi digital. Media sosial tidak hanya untuk berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga menjadi media edukasi keagamaan yang efektif. Penelitian menunjukkan bahwa dakwah-dakwah berbasis digital mampu untuk meningkatkan pemahaman keagamaan untuk generasi muda karena penyajiannya lebih menarik, interaktif, dan mudah diakses (Muttaqin et al., 2025). Selain itu, media digital juga berperan dalam penyebaran nilai-nilai moderasi beragama melalui konten yang lebih inklusif dan adaptif terhadap perkembangan zaman (Purqan & Dewi, 2023).

Dalam konteks kelembagaan keagamaan, masjid sebagai pusat kegiatan keislaman juga mulai menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi tersebut. Pemanfaatan media digital oleh masjid tidak hanya bertujuan memperluas jangkauan dakwah, tetapi juga memperkuat hubungan antara lembaga keagamaan dengan masyarakat. Setiyani (2021) menjelaskan bahwa masjid tidak hanya berfungsi sebagai tempat ibadah, tetapi juga dapat digunakan untuk berbagai kegiatan sosial dan keagamaan masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa masjid memiliki peran strategis dalam pengembangan metode dakwah yang menyesuaikan perkembangan zaman, termasuk melalui media digital.

Penggunaan media digital dalam dakwah tidak cukup hanya dengan memanfaatkan teknologi, tetapi juga memerlukan pengelolaan yang terencana agar tujuan dakwah dapat tercapai secara efektif. Keberhasilan dakwah digital dipengaruhi oleh kemampuan lembaga dalam merancang, mengelola, melaksanakan, serta mengevaluasi konten dakwah secara berkelanjutan (Ismail et al., 2023). Oleh karena itu, aktivitas dakwah digital perlu dipahami melalui pendekatan manajemen yang sistematis.

Secara teoritis, pengelolaan dakwah digital dapat dianalisis menggunakan konsep manajemen POAC yang dikemukakan oleh George R. Terry, yaitu *planning*, *organizing*, *actuating*, dan *controlling*. Konsep tersebut menjelaskan bahwa setiap aktivitas organisasi memerlukan perencanaan yang matang, pembagian tugas yang jelas, pelaksanaan yang terarah, serta pengawasan yang berkesinambungan agar tujuan organisasi dapat tercapai secara efektif (Terry, 2014). Dalam konteks dakwah digital, teori ini relevan digunakan untuk memahami bagaimana aktivitas dakwah dikelola secara sistematis dalam lembaga keagamaan.

Berbagai penelitian terdahulu telah membahas dakwah digital dari berbagai perspektif. Marwantika (2021) menyoroti perkembangan dakwah digital sebagai fenomena baru dalam penyebaran Islam di Indonesia. Sementara itu, Muttaqin et al. (2025) meneliti peran dakwah digital dalam pengembangan kemampuan berdakwah. Penelitian lain oleh Arsela dan Castrawijaya (2025) menekankan pentingnya inovasi strategi dakwah di era digital. Meskipun demikian, sebagian besar penelitian tersebut lebih banyak menyoroti dampak dakwah digital, sedangkan kajian mengenai proses pengelolaan dakwah digital secara terstruktur masih terbatas.

Berdasarkan penelitian terdahulu tersebut, masih terdapat kesenjangan penelitian pada aspek manajemen dakwah digital, khususnya penggunaan teori POAC dalam menganalisis pengelolaan dakwah di tingkat masjid. Penelitian mengenai praktik dakwah digital pada lembaga keagamaan lokal juga masih relatif sedikit. Oleh karena itu, penelitian ini memiliki kebaruan dengan memfokuskan analisis pada pengelolaan dakwah berbasis digital menggunakan perspektif manajemen George R. Terry melalui studi kasus di Masjid At-Taqwa Jemurwonosari Wonocolo Surabaya.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana pengelolaan dakwah berbasis digital di Masjid At-Taqwa dilakukan melalui fungsi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian manajemen dakwah, khususnya dalam menghadapi tantangan dakwah pada era digital.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif (Nartin et al., 2024). Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam pengelolaan dakwah berbasis digital dalam perspektif manajemen dakwah di Masjid At-Taqwa Jemurwonosari Wonocolo Surabaya. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat menggali informasi secara lebih rinci dan komprehensif berdasarkan pengalaman, pandangan, serta pemaknaan dari narasumber.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder (Supriandi, 2025). Data primer diperoleh melalui wawancara langsung dengan narasumber yang menjabat sebagai pengurus yang ada di Masjid At-Taqwa. Wawancara dilakukan secara mendalam (*in depth interview*) dengan menggunakan pedoman wawancara yang telah disusun sebelumnya, sehingga data yang diperoleh relevan dengan fokus penelitian. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari berbagai sumber seperti buku, jurnal ilmiah, serta dokumen yang berkaitan dengan manajemen dakwah digital.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi wawancara dan dokumentasi. Wawancara dilakukan untuk memperoleh informasi secara langsung dari narasumber. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif, yaitu dengan cara mengolah dan menafsirkan data yang telah diperoleh

secara sistematis. Proses analisis dilakukan melalui beberapa tahap, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan memilah dan memfokuskan data yang relevan dengan penelitian. Penyajian data dilakukan dalam bentuk deskripsi naratif agar mudah dipahami, sedangkan penarikan kesimpulan dilakukan berdasarkan hasil analisis data yang telah dikaji secara mendalam.

Untuk menjaga keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber, yaitu dengan membandingkan data hasil wawancara dengan data dari literatur atau sumber lain yang relevan. Dengan demikian, data yang diperoleh dapat di pertanggung jawabkan secara ilmiah.

Metode berisi tentang jenis metode atau jenis pendekatan yang digunakan, uraian data kualitatif atau kuantitatif, prosedur pengumpulan data, dan prosedur teknik analisis data. Secara sederhana nya adalah cara ilmiah dalam mencari, mendapatkan data, dan memiliki kaitan dengan prosedur dalam melakukan penelitian. Teknis penelitian yang ditulis dengan bahasa jelas, padat, dan ringkas serta tidak teoritis, tetapi dengan penggunaannya secara praktis.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Sejarah Awal Aktivitas Dakwah di Masjid At-Taqwa Jemurwonosari: Penelitian Berdasarkan Wawancara Lapangan**

Sejarah perkembangan dakwah di tingkat lokal merupakan elemen yang sangat penting untuk memahami dinamika keagamaan masyarakat urban di Indonesia. Salah satu contoh yang menarik untuk diteliti adalah Masjid At-Taqwa yang berlokasi di kawasan Jemurwonosari Wonocolo Surabaya. Ar'rahmah dan Alifiyori (2024) menyatakan bahwa masjid tidak hanya berfungsi sebagai tempat ibadah tetapi juga berperan sebagai pusat kegiatan sosial dan dakwah yang signifikan dalam membentuk kesadaran keagamaan masyarakat di sekitarnya. Berdasarkan wawancara dengan beberapa tokoh yang terlibat langsung dalam pengelolaan masjid, dapat ditelusuri bagaimana kegiatan dakwah awalnya berkembang menjadi lebih terstruktur seperti yang kita lihat saat ini.

Menurut penjelasan Bapak Fadil Ahmad, salah satu pengurus senior Masjid At-Taqwa, aktivitas dakwah di masjid ini telah dimulai sejak awal berdirinya masjid sekitar tahun 1990-an. Pada waktu itu, bentuk dakwah masih sangat sederhana dan bersifat tradisional. "Dulu itu belum seperti sekarang. Kegiatan yang ada hanya pengajian rutin setelah Maghrib dan ceramah Jum'at. Jamaahnya juga masih terbatas, kebanyakan hanya warga sekitar," jelas Fadil dalam wawancara yang dilakukan pada bulan April 2026.

Hal ini diperkuat oleh penjelasan Bapak H. Suyono, seorang tokoh masyarakat setempat yang juga merupakan salah satu penggagas pembangunan masjid. Ia menjelaskan bahwa pada tahap awal, kegiatan dakwah lebih difokuskan pada pelatihan dasar keagamaan, seperti cara membaca Al-Qur'an, fiqh ibadah, dan penguatan akhlak masyarakat. "Fokus utama saat itu adalah bagaimana masyarakat

dapat memahami dasar-dasar agama dengan baik. Jadi dakwahnya lebih mengarah pada pondasi,” katanya.

Seiring dengan berjalannya waktu, kegiatan dakwah di Masjid At-Taqwa mulai mengalami pengembangan dalam hal metode serta jangkauan jamaah. Hal ini terkait erat dengan peran generasi muda yang mulai aktif dalam pengelolaan masjid. Salah satu tokoh penting dalam perubahan ini adalah Saudara Rizky Maulana, yang menjabat sebagai koordinator remaja masjid pada awal tahun 2010-an. Dalam wawancara tersebut, Rizky menyampaikan bahwa perubahan mulai tampak ketika pendekatan dakwah mulai disesuaikan dengan kebutuhan generasi muda.

“Kami melihat bahwa anak-anak muda kurang tertarik dengan metode dakwah yang terlalu formal. Maka kami berupaya untuk menciptakan kajian yang lebih santai, menggunakan bahasa yang sederhana, bahkan kadang diselingi dengan diskusi interaktif,” ujar Rizky. Ia juga menambahkan bahwa pemanfaatan media sosial menjadi salah satu strategi penting untuk memperluas jangkauan dakwah. Tami et al., (2025) menjelaskan bahwa melalui platform digital, informasi mengenai kajian dan kegiatan masjid dapat disebarkan secara lebih luas, sehingga menjangkau kalangan yang sebelumnya tidak aktif di masjid.

Selain itu, peran tokoh agama juga sangat penting dalam perkembangan dakwah di Masjid At-Taqwa. Ustaz Abdul Karim, yang menjadi salah satu pengisi kajian tetap di masjid tersebut, menyampaikan bahwa pendekatan dakwah harus tetap relevan dengan kondisi masyarakat. “Dakwah itu tidak bisa bersifat statis. Harus bisa mengikuti perkembangan zaman, tetapi tetap berpegang pada nilai-nilai dasar Islam,” jelasnya.

Transformasi kegiatan dakwah di Masjid At-Taqwa tampak dari semakin beragamnya program yang dilaksanakan. Jika pada awalnya hanya terfokus pada pengajian rutin, kini kegiatan dakwah mencakup berbagai aspek, seperti pendidikan, sosial, dan ekonomi. Penjelasan mengenai hal ini disampaikan oleh Ibu Nur Aini, bendahara masjid yang juga aktif dalam kegiatan sosial. “Saat ini, kita tidak hanya menitikberatkan perhatian pada ceramah, tetapi juga mengadakan santunan untuk anak yatim, pelatihan keterampilan, dan bahkan bazar murah untuk masyarakat,” ungkapnya.

Pendekatan dakwah yang menyeluruh ini menunjukkan bahwa Masjid At-Taqwa berperan tidak hanya sebagai tempat ibadah, melainkan juga sebagai pusat pemberdayaan masyarakat. Ini sejalan dengan konsep dakwah modern yang menekankan pentingnya integrasi antara aspek spiritual dan sosial. Dengan demikian, dakwah tidak hanya dipahami sebagai penyampaian pesan agama secara lisan, tetapi juga sebagai tindakan konkret dalam meningkatkan kesejahteraan umat.

Dalam konteks ini, penting untuk dicatat bahwa keberhasilan dakwah di Masjid At-Taqwa merupakan hasil kolaborasi antara berbagai pihak, baik pengurus masjid, tokoh agama, maupun masyarakat umum. Bapak Fadil Ahmad menegaskan bahwa solidaritas dan komitmen bersama adalah kunci utama dalam mengembangkan kegiatan dakwah. “Tanpa adanya kerjasama, mustahil untuk berkembang seperti sekarang ini. Setiap pihak memiliki peran masing-masing,” tegasnya.

Selanjutnya, dinamika dakwah di Masjid At-Taqwa juga mencerminkan adanya proses adaptasi terhadap perubahan sosial yang terjadi di lingkungan sekitar. Dengan bertambahnya kompleksitas tantangan dalam kehidupan modern, kebutuhan masyarakat akan dakwah yang relevan dan solutif menjadi semakin mendesak. Hal ini mengarahkan pengurus masjid untuk terus berinovasi dalam merancang program dakwah yang sesuai dengan kebutuhan jamaah.

Contohnya, dalam beberapa tahun terakhir, Masjid At-Taqwa mulai menyelenggarakan kajian tematik yang membahas isu-isu terkini, seperti kesehatan mental, ekonomi syariah, dan parenting Islami. Menurut Saudara Rizky Maulana, ini merupakan respons terhadap beragam kebutuhan masyarakat. “Kami ingin dakwah mampu menjawab permasalahan nyata yang dihadapi jamaah sehari-hari,” ujarnya.

Dari wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa sejarah awal kegiatan dakwah di Masjid At-Taqwa Jemurwonosari telah mengalami perkembangan yang sangat signifikan. Dimulai dari kegiatan sederhana yang bersifat konvensional, dakwah di masjid ini telah berkembang menjadi lebih dinamis, adaptif, dan kontekstual. Perubahan ini dipengaruhi baik oleh faktor internal, seperti peran pengurus dan tokoh agama, maupun oleh faktor eksternal, seperti kemajuan teknologi dan perubahan sosial di masyarakat.

## **Awal Mula Masjid At-Taqwa Menggunakan Media Digital Untuk Berdakwah**

Berdasarkan pola perkembangan dakwah yang telah diuraikan sebelumnya, pemanfaatan media digital di Masjid At-Taqwa Jemurwonosari tidak dimulai sejak awal berdirinya masjid, melainkan muncul sebagai hasil adaptasi terhadap kemajuan teknologi dan kebutuhan jamaah. Dari wawancara dengan pengurus masjid, terutama Saudara Rizky Maulana (koordinasi remaja masjid), terungkap bahwa penggunaan media digital dalam kegiatan dakwah dimulai sekitar awal hingga pertengahan tahun 2010-an, dengan perkembangan yang lebih mencolok setelah tahun 2015. Pada tahap awal, media digital yang diterapkan masih sangat sederhana, seperti penyebaran informasi kegiatan melalui SMS dan grup WhatsApp jamaah. Jamil et al., (2025) menyatakan bahwa seiring dengan meningkatnya penggunaan smartphone di masyarakat, strategi dakwah mulai meluas ke platform yang lebih beragam seperti Facebook dan Instagram.

Rizky Maulana menjelaskan bahwa motivasi utama penggunaan media digital adalah menurunnya ketertarikan generasi muda untuk hadir secara langsung dalam kajian tradisional di masjid. Untuk itu, pengurus berupaya menjalankan pendekatan baru dengan memanfaatkan media yang lebih dekat dengan kehidupan sehari-hari mereka. Dalam wawancaranya, ia menyebutkan: “Sekitar tahun 2014-2015, terlihat kebutuhan untuk terjun ke media digital. Awalnya hanya untuk publikasi jadwal kajian, namun lambat laun berkembang menjadi konten dakwah.” Transformasi ini semakin dipercepat saat pandemi COVID-19 pada tahun 2020, di mana kegiatan tatap muka sangat dibatasi. Pada masa itu, Masjid At-Taqwa mulai aktif memanfaatkan platform seperti YouTube dan *live streaming* untuk menyampaikan kajian secara efektif. Hal ini disampaikan oleh Ustaz Abdul Karim “waktu pandemi

menjadi titik perubahan. Kajian yang biasanya dilakukan secara langsung terpaksa dilakukan secara daring, dan ternyata berhasil menjangkau jamaah yang lebih luas.” Hidayati (2023) menguraikan bahwa media digital tidak hanya berfungsi sebagai alat bantu, tetapi telah menjadi bagian penting dari strategi dakwah masjid. Konten yang disampaikan pun semakin beragam, mulai dari video ceramah, kutipan dakwah singkat, hingga poster edukatif yang disebarluaskan melalui media sosial.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan media digital dalam dakwah di Masjid At-Taqwa Jemurwonosari mulai dilaksanakan sekitar tahun 2014-2015 dan mengalami percepatan yang signifikan pada tahun 2020. Perkembangan ini menunjukkan adanya perubahan paradigma dakwah dari yang awalnya berbasis ruang fisik menjadi dakwah yang juga memanfaatkan ruang digital sebagai sarana penyebaran pesan keagamaan.

### **Tujuan Penggunaan Media Digital dalam Kegiatan Dakwah di Masjid At-Taqwa Jemurwonosari**

Penggunaan media digital dalam kegiatan dakwah tidak hanya didorong oleh kebutuhan praktis, tetapi juga memiliki tujuan strategis yang berhubungan dengan pengembangan dakwah yang lebih efektif, adaptif, dan berkelanjutan (Siswanto, 2025). Berdasarkan wawancara dengan pengurus dan tokoh masjid, terdapat beberapa tujuan utama yang mendasari pemanfaatan media digital dalam aktivitas dakwah.

Tujuan pertama adalah memperluas jangkauan dakwah. Dalam dakwah konvensional, penyampaian pesan agama biasanya terbatas pada waktu dan tempat tertentu, yakni hanya kepada jamaah yang hadir di masjid. Namun, dengan pemanfaatan media digital, Masjid At-Taqwa dapat mencapai audiens yang jauh lebih luas, bahkan melampaui batas geografis Jemurwonosari. Saudara Rizky Maulana menyatakan bahwa dengan media digital, dakwah kita tidak hanya untuk warga sekitar masjid, tetapi bisa diakses oleh siapa saja, bahkan dari luar kota. Pernyataan ini menunjukkan bahwa media digital berfungsi sebagai alat untuk memperluas jangkauan dakwah dengan memungkinkan distribusi pesan agama secara masif. Dalam perspektif komunikasi dakwah, hal ini sesuai dengan konsep mediatisasi agama, di mana praktik keagamaan mengalami perubahan melalui media.

Tujuan kedua adalah meningkatkan efektivitas penyampaian pesan dakwah. Media digital memungkinkan penyampaian pesan dalam berbagai format yang lebih menarik dan mudah dipahami, seperti video, infografis, atau konten singkat yang komunikatif. Ustaz Abdul Karim menjelaskan bahwa pendekatan visual dan audio-visual menarik bagi masyarakat modern. Jika hanya ceramah biasa, orang sering cepat bosan. Namun, jika dikemas dalam bentuk video atau konten singkat, lebih mudah diterima. Dengan demikian, media digital tidak hanya memperluas jangkauan, tetapi juga meningkatkan kualitas komunikasi dakwah melalui inovasi dalam penyajian pesan.

Tujuan ketiga adalah membangun keterlibatan jamaah, khususnya generasi muda. Di era digital, keterlibatan tidak hanya diukur dari kehadiran fisik, melainkan juga dari interaksi di ruang virtual, seperti komentar, berbagi konten, dan diskusi online. Media digital memberi ruang bagi jamaah untuk berpartisipasi aktif dalam proses dakwah. Rizky Maulana menegaskan “kami ingin jamaah tidak hanya menjadi pendengar, tetapi juga terlibat, misalnya melalui diskusi di media sosial atau berbagi konten dakwah”. Hal ini menandakan bahwa tujuan dakwah digital tidak hanya informatif, tetapi juga partisipatif, sehingga hubungan antara da’i dan mad’u lebih dinamis.

Tujuan keempat adalah menjaga relevansi dakwah di tengah perubahan sosial dan budaya. Perkembangan teknologi mengubah cara masyarakat mengakses informasi, termasuk informasi keagamaan. Oleh karena itu, dakwah perlu beradaptasi agar tetap relevan dengan kebutuhan zaman. Ibu Nur Aini menyatakan bahwa “penggunaan media digital adalah respons terhadap perubahan tersebut. Jika kita tidak mengikuti perkembangan, dakwah bisa tertinggal dan kurang diminati, terutama oleh anak muda”. Dalam konteks ini, media digital berfungsi untuk memastikan dakwah tetap kontekstual dan sesuai dengan realitas kehidupan masyarakat modern.

Tujuan kelima adalah mendukung kontinuitas dakwah dalam berbagai kondisi, termasuk situasi darurat. Pengalaman selama pandemi COVID-19 memberikan pelajaran penting bagi pengurus Masjid At-Taqwa tentang pentingnya menjaga kebersamaan dalam metode dakwah. Ketika kegiatan tatap muka dibatasi, media digital menjadi solusi utama untuk melanjutkan dakwah. Ustaz Abdul Karim menjelaskan bahwa “saat pandemi, kita tidak bisa berhenti berdakwah. Media digital menjadi cara untuk menjaga agar kajian tetap berlangsung meskipun tanpa pertemuan langsung”. Dengan demikian, media digital tidak hanya berfungsi sebagai pelengkap, tetapi sebagai alternatif utama dalam situasi tertentu.

Tujuan keenam adalah membangun dokumentasi dan arsip dakwah. Salah satu kelebihan media digital adalah kemampuannya untuk menyimpan dan mendokumentasikan konten secara sistematis. Kajian yang direkam dapat diakses kembali oleh jamaah kapan saja, sehingga memiliki nilai edukatif yang berkelanjutan. Hal ini juga memungkinkan masjid untuk membangun basis data dakwah sebagai referensi di masa mendatang.

Tujuan ketujuh adalah meningkatkan citra institusi masjid sebagai pusat dakwah modern dan inklusif. Kehadiran Masjid At-Taqwa di ranah digital memberikan kesan bahwa masjid tidak hanya berorientasi pada tradisi tetapi juga terbuka terhadap inovasi. Hal ini penting untuk menarik minat masyarakat yang lebih luas, termasuk mereka yang sebelumnya kurang aktif dalam kegiatan keagamaan. Bapak Fadil Ahmad menegaskan “kami ingin masjid ini dikenal tidak hanya sebagai tempat ibadah, tetapi juga sebagai pusat kegiatan yang mengikuti perkembangan zaman”. Tujuan ini berkaitan erat dengan upaya branding kelembagaan yang semakin penting di era digital.

Tujuan kedelapan adalah mengintegrasikan dakwah dengan aspek pendidikan dan sosial masyarakat. Melalui media digital, Masjid At-Taqwa tidak hanya menyampaikan ceramah keagamaan tetapi juga konten edukatif terkait kehidupan sehari-hari, seperti kesehatan mental, ekonomi syariah, dan parenting Islami. Ini menunjukkan bahwa dakwah tidak lagi dipahami secara sempit, tetapi sebagai proses pembinaan masyarakat secara menyeluruh.

Tujuan kesembilan adalah mengefisienkan sumber daya dakwah. Dengan media digital, satu kegiatan dakwah dapat menjangkau banyak orang tanpa memerlukan biaya tambahan yang besar. Hal ini menjadi solusi bagi keterbatasan sumber daya yang sering dihadapi oleh lembaga keagamaan di tingkat lokal.

Tujuan utama adalah mendorong inovasi dalam metode dakwah. Media digital membuka peluang bagi pengurus masjid untuk terus bereksperimen dengan format dan pendekatan baru. Ini penting untuk menjaga dinamika dakwah agar tidak stagnan. Rizky Maulana menyebut bahwa “inovasi adalah kunci dalam mempertahankan minat jamaah, jika kontennya monoton, orang cepat bosan. Jadi, kami terus mencoba hal baru dalam dakwah digital”.

Secara keseluruhan, tujuan penggunaan media digital dalam kegiatan dakwah di Masjid At-Taqwa Jemurwonosari menunjukkan adanya transformasi paradigma dakwah dari bentuk konvensional menjadi lebih modern, adaptif, dan berbasis teknologi. Media digital tidak hanya dipandang sebagai alat bantu, tetapi sebagai bagian integral dari strategi dakwah yang dirancang dengan sadar dan terarah.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penggunaan media digital dalam dakwah memiliki tujuan kompleks dan multidimensi, mencakup aspek ekspansi, efektivitas, partisipasi, relevansi, kontinuitas, dokumentasi, citra kelembagaan, integrasi sosial, efisiensi, dan inovasi. Semua tujuan ini mencerminkan upaya Masjid At-Taqwa dalam menghadapi tantangan dakwah di era digital, sekaligus memaksimalkan potensi teknologi sebagai sarana penyebaran nilai-nilai keagamaan.

## **Platform-Platform Media Digital Yang Digunakan oleh Masjid At-Taqwa**

Penggunaan platform digital dalam kegiatan dakwah di Masjid At-Taqwa Jemurwonosari menunjukkan adanya perubahan yang signifikan dalam strategi komunikasi keagamaan di tingkat lokal. Sari et al., (2025) menguraikan bahwa pada awalnya, dakwah bergantung pada komunikasi lisan langsung melalui mimbar masjid, tetapi seiring perkembangan waktu, berbagai platform digital mulai diadopsi sebagai media penyampaian pesan keagamaan. Perubahan ini mencerminkan adaptasi terhadap kemajuan teknologi dan kesadaran strategis pengurus masjid dalam memanfaatkan media digital sebagai alat dakwah yang efektif.

Menurut wawancara dengan pengurus masjid, penggunaan platform digital di Masjid At-Taqwa tidak dilakukan secara bersamaan, melainkan melalui proses bertahap mengikuti kebutuhan jamaah dan perkembangan teknologi komunikasi. Dalam hal ini, Saudara Rizky Maulana menekankan bahwa “pemilihan platform didasarkan pada karakteristik pengguna dan tujuan komunikasi yang ingin dicapai”.

Platform pertama yang dijadikan dasar dalam dakwah digital ialah WhatsApp. Sebagai aplikasi perpesanan instan yang paling banyak digunakan, WhatsApp berperan penting dalam memperkuat komunikasi internal jamaah. Grup WhatsApp tidak hanya berfungsi sebagai alat penyebaran informasi, tetapi juga sebagai ruang interaksi sosial dan keagamaan (Islami, 2024). Di dalam grup tersebut, pengurus masjid secara berkala membagikan jadwal kajian, pengumuman kegiatan, serta pesan-pesan dakwah singkat. Keunggulan WhatsApp terletak pada sifatnya yang personal dan langsung, sehingga pesan yang disampaikan memiliki tingkat keterbacaan yang tinggi. Selain itu, fitur seperti siaran dan grup memungkinkan distribusi informasi dengan cepat dan efisien.

WhatsApp juga berfungsi sebagai media dakwah interpersonal, di mana komunikasi tidak hanya bersifat satu arah, tetapi juga dua arah. Jamaah dapat memberikan tanggapan, mengajukan pertanyaan, atau berdiskusi mengenai materi yang disampaikan. Ini menciptakan pola komunikasi yang lebih dialogis dibandingkan dakwah konvensional yang cenderung bersifat monologis, sehingga WhatsApp menjadi saluran penting dalam membangun kedekatan emosional antara pengurus masjid dan jamaah (Divanda, 2024).

Selain WhatsApp, Facebook juga berperan penting dalam dakwah. Facebook dimanfaatkan sebagai media publikasi yang menjangkau audiens lebih luas, terutama bagi kalangan dewasa dan orang tua. Melalui halaman Facebook, pengurus masjid membagikan berbagai konten seperti dokumentasi kegiatan, foto-foto acara keagamaan, serta informasi program sosial (Aziz 2024). Keunggulan Facebook terletak pada kemampuannya untuk menyimpan arsip digital yang dapat diakses masyarakat kapan saja.

Dalam praktiknya, Facebook juga berfungsi sebagai media legitimasi sosial, di mana aktivitas masjid yang dipublikasikan dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap institusi tersebut. Dengan menampilkan kegiatan secara terbuka, masjid tidak hanya menyampaikan pesan dakwah, tetapi juga membangun citra sebagai lembaga yang aktif, transparan, dan responsif terhadap kebutuhan masyarakat.

Selanjutnya, Instagram digunakan sebagai platform yang berfokus pada konten visual dan menyasar generasi muda. Di era digital yang didominasi oleh budaya visual, Instagram menjadi media yang sangat efektif untuk menyampaikan pesan dakwah dengan cara yang lebih menarik dan komunikatif (Arista et al., 2025). Konten yang diunggah biasanya berupa poster kajian, kutipan ayat atau hadis, serta video singkat yang bersifat inspiratif.

Menurut Rizky Maulana, “penggunaan Instagram merupakan bagian dari strategi untuk mendekatkan masjid kepada anak muda. Hal ini penting mengingat generasi muda adalah kelompok yang paling aktif di media sosial, tetapi sering kali kurang terlibat dalam kegiatan keagamaan di masjid. Dengan menghadirkan konten dakwah di Instagram, masjid ingin menjangkau mereka dalam ruang yang lebih akrab dan relevan dengan kehidupan sehari-hari”.

Di sisi lain, YouTube digunakan sebagai platform utama untuk menyajikan materi dakwah yang lebih mendalam. Berbeda dengan Instagram yang cenderung menyajikan konten singkat, YouTube memungkinkan pengurus masjid untuk mengunggah video ceramah secara utuh, sehingga jamaah dapat mengikuti kajian dengan lengkap. Penggunaan YouTube menjadi semakin intensif sejak masa pandemi COVID-19, ketika kegiatan tatap muka menjadi terbatas.

Ustaz Abdul Karim menjelaskan bahwa “YouTube memberikan kemudahan bagi jamaah untuk mengakses kajian kapan saja dan di mana saja. Hal ini mencerminkan perubahan pola konsumsi dakwah dari yang bersifat sinkron (langsung) menjadi asinkron (tidak langsung). Dengan demikian, jamaah tidak lagi terikat pada waktu tertentu untuk mengikuti kajian, tetapi dapat menyesuaikan dengan jadwal masing-masing”.

Selain itu, fitur siaran langsung yang tersedia di platform seperti YouTube dan Facebook juga dimanfaatkan untuk menyebarkan ceramah secara langsung. Fitur ini memungkinkan jamaah tetap merasakan pengalaman mengikuti ceramah secara real-time meskipun tidak hadir secara fisik di masjid. Siaran langsung menjadi solusi yang sangat efektif, terutama dalam situasi darurat seperti pandemi, di mana interaksi langsung harus dibatasi.

Dalam perkembangan terkini, pengurus Masjid At-Taqwa juga mulai mengeksplorasi penggunaan TikTok sebagai media dakwah. Meskipun masih dalam tahap awal, platform ini memiliki potensi besar untuk menjangkau audiens yang lebih luas, terutama generasi Z. Konten yang didistribusikan biasanya berupa potongan ceramah singkat yang dikemas secara menarik. Ini menunjukkan bahwa dakwah di Masjid At-Taqwa terus berinovasi dan menyesuaikan diri dengan tren media yang berkembang.

Secara sistem keseluruhan, penggunaan berbagai platform digital ini menunjukkan adanya strategi komunikasi yang bersifat multi-saluran. Setiap platform memiliki karakteristik, keunggulan, dan segmentasi audiens yang berbeda, sehingga penggunaannya saling melengkapi. WhatsApp digunakan untuk komunikasi internal, Facebook untuk publikasi umum, Instagram dan TikTok untuk pendekatan visual kepada generasi muda, serta YouTube untuk penyampaian materi yang lebih mendalam. Pendekatan multi-platform ini mencerminkan pemahaman yang baik tentang prinsip komunikasi modern, di mana efektivitas pesan sangat dipengaruhi oleh pemilihan media yang tepat. Dalam konteks dakwah, hal ini menunjukkan bahwa pengurus masjid tidak hanya berperan sebagai penyampai pesan agama, tetapi juga sebagai komunikator yang mampu mengelola media secara strategis.

Lebih jauh, penggunaan platform digital dalam dakwah juga memengaruhi perubahan pola interaksi keagamaan. Jika dakwah sebelumnya lebih hierarkis, di mana da'i menjadi pusat otoritas, maka dalam ruang digital, interaksi menjadi lebih egaliter dan partisipatif. Jamaah tidak hanya menjadi penerima pesan, tetapi juga dapat berkontribusi dalam penyebaran dakwah melalui fitur berbagi. Namun demikian, penggunaan media digital juga menghadirkan tantangan tersendiri,

seperti kebutuhan literasi digital, konsistensi dalam produksi konten, serta potensi penyampaian informasi. Oleh karena itu, pengurus masjid perlu memiliki strategi matang dalam mengelola platform digital agar tujuan dakwah dapat tercapai secara optimal.

Secara keseluruhan, penggunaan platform digital di Masjid At-Taqwa Jemurwonosari menandai adanya transformasi dakwah yang signifikan dari pola konvensional menuju dakwah berbasis teknologi. Transformasi ini tidak hanya memperluas jangkauan dan meningkatkan efektivitas dakwah, tetapi juga membuka peluang baru untuk membangun interaksi keagamaan yang lebih dinamis, inklusif, dan relevan dengan perkembangan zaman.

## KESIMPULAN

Pengelolaan dakwah berbasis digital di Masjid At-Taqwa Jemurwonosari Surabaya telah menerapkan empat fungsi manajemen POAC George R. Terry secara sistematis. Dalam aspek *planning*, masjid merumuskan strategi konten yang sesuai dengan karakteristik jamaah digital. Pada aspek *organizing*, terbentuk struktur tim media yang kolaboratif meski masih bersifat sukarela. Fungsi *actuating*, dijalankan melalui penyajian konten dakwah yang kontekstual dan komunikatif. Sementara fungsi *controlling*, menjadi instrumen evaluasi untuk memperbaiki program secara berkelanjutan. Dakwah digital terbukti efektif dalam memperluas jangkauan audiens dan memperkuat relasi masjid dengan masyarakat, khususnya generasi muda. Meskipun demikian, keberlanjutan program sangat bergantung pada komitmen pengurus dan peningkatan kapasitas SDM digital. Oleh karena itu, integrasi antara nilai-nilai dakwah konvensional dengan inovasi teknologi menjadi kunci agar masjid tetap relevan sebagai pusat pembinaan umat di era digital.

Pemanfaatan media digital menjadikan masjid tidak hanya berfungsi sebagai tempat ibadah, tetapi juga sebagai pusat komunikasi keagamaan yang mampu menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi. Dengan demikian, pengelolaan dakwah berbasis digital dapat menjadi strategi yang efektif dalam memperluas jangkauan dakwah dan memperkuat peran masjid dalam kehidupan masyarakat modern. Penelitian ini merekomendasikan agar takmir masjid memberikan pelatihan literasi digital bagi pengurus dan menyusun standar operasional konten dakwah agar selaras dengan nilai keislaman dan etika komunikasi digital.

## SARAN

Berdasarkan hasil penelitian ini, disarankan agar pengelola Masjid At-Taqwa terus meningkatkan mutu manajemen dakwah digital dengan cara mengembangkan kreativitas konten yang lebih inovatif, menarik, dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat, terutama generasi muda. Pengelola masjid juga harus meningkatkan kemampuan literasi digital serta keterampilan teknis dalam penggunaan media sosial sehingga penyampaian dakwah dapat dilakukan dengan lebih profesional dan konsisten.

Selain itu, perlu dilakukan evaluasi secara berkala mengenai efektivitas pemanfaatan media digital untuk memahami reaksi dari jamaah serta memperbaiki kekurangan dalam kegiatan dakwah online. Pengelola masjid diharapkan dapat memastikan mutu dan keabsahan materi dakwah supaya informasi yang disajikan tetap selaras dengan prinsip-prinsip Islam yang moderat dan dapat dipertanggungjawabkan. Untuk para peneliti yang berikutnya, studi ini bisa ditingkatkan dengan menganalisis efektivitas dakwah digital dari sudut pandang jamaah atau membandingkan pengelolaan dakwah digital di berbagai masjid lain demi memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang manajemen dakwah berbasis digital di Indonesia.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ar'rahmah, F. K., & Alifiyori, D. (2024). Strategi perencanaan dakwah bagi masyarakat urban di Masjid Al Hamidiyah Surabaya. *Journal of Islamic Communication Studies (JICoS)*, 2(1), 54–65. <https://doi.org/10.15642/jicos.2024.2.1.54-65>
- Arista, F. D., Elsa, Razzaq, A., & Nugraha, M. Y. (2025). Media sosial Instagram sebagai sarana komunikasi dakwah untuk meningkatkan pengetahuan agama di kalangan Generasi Z. *NAAFI: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 2(3), 416–419. <https://doi.org/10.62387/naafijurnalilmiahmahasiswa.v2i3.174>
- Arsela, M., & Castrawijaya, C. (2025). Analisis strategi inovasi dan pengembangan lembaga dakwah Islam dalam era digital: Pendekatan tinjauan pustaka. *Jurnal Al-Manaj*, 5(1), 28-38. <https://doi.org/10.56874/almanaj.v5i1.2372>
- Aziz, A. (2026). Masjid sebagai pusat komunikasi dakwah dan pembangunan sosial di era masyarakat digital. *Pawarta: Journal of Communication and Da'wah*, 4(1), 13–28. <https://doi.org/10.54090/pawarta.1024>
- Divanda, D. (2024). Transformasi fungsi platform WhatsApp sebagai media dakwah di era 5. 0. *Al-Mustla: Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman dan Kemasyarakatan*, 6(2), 432–436. <https://doi.org/10.46870/jstain.v6i2>
- Firdaus, Y., Azizurrochman, M. N., & Siswanto, A. H. (2025). Dakwah digital: Optimalisasi media sosial sebagai sarana untuk transformasi sosial Islam. *Menulis: Jurnal Penelitian Nusantara*, 1(6), 746–755. <https://doi.org/10.59435/menulis.v1i6.426>
- Hidayati, D. R. (2023). *Tipe konten dakwah di media sosial dan praktik perilaku keagamaan kaum milenial (Studi kasus mahasiswa PAI UIN Malang)* (Skripsi). Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Islami, A. N. (2024). Penggunaan grup WhatsApp sebagai media komunikasi untuk gerakan subuh berjemaah. *SABER: Jurnal Teknik Informatika, Sains, dan Ilmu Komunikasi*, 2(3), 1–10. <https://doi.org/10.59841/saber.v2i3.1129>
- Ismail, F., Simbuka, S., & Nagauleng, A. M. (2023). Manajemen berbasis digital: Optimalisasi gerakan dakwah pada majelis taklim. *Ahsan: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 2(2), 79-88.

- Jamil, A. S., Jihan, K. S., Auliyana, N., & Nugrahening, F. A. (2025). Dari masjid ke media: Strategi dakwah digital yang berbasis data dan konten kreatif Pemuda Muhammadiyah Jawa Timur. *Nusantara Hasana Journal*, 5(3), 430–438. <https://doi.org/10.59003/nhj.v5i3.1612>
- Marwantika, A. I. (2021). Tren kajian dakwah digital di Indonesia: Tinjauan literatur sistematis. *Proceeding of The 1st Conference on Strengthening Islamic Studies in The Digital Era (FICOSIS)*, 1(1), 249-265.
- Muttaqin, S. R., Sobirin, & Suryandari, M. (2025). Peran dakwah digital dalam meningkatkan kemampuan berdakwah mahasiswa program studi manajemen dakwah IAI Al-Azis. *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 10(4), 331-340. <https://doi.org/10.23969/jp.v10i04.35174>
- Nartin, et al. (2024). *Metode penelitian kualitatif*. Batam: Yayasan Cendikia Mulia Mandiri.
- Purqan, A., & Dewi. (2023). Manajemen dakwah digital dalam membangun moderasi beragama (Studi kasus di komunitas pendakwah keren Sulawesi Tengah). *Prosiding Kajian Islam dan Integrasi Ilmu di Era Society 5. 0*, 2(1), 412-417.
- Sari, A. S. S., Hidayat, M. F., Ramadhani, P. C., Salsabilla, J., & Al Javari, M. I. G. (2025). Transformasi dakwah tradisional ke digital di Majelis Nurul Amin, Samarinda. *Nubuwwah: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 3(2), 86-94. <https://doi.org/10.21093/nubuwwah.v3i02.10949>
- Setiyani, W. (2021). *Studi tentang ritual keagamaan*. Surabaya: Pustaka IDEA.
- Supriandi, A. (2025). Pendekatan penelitian kualitatif dalam konteks penelitian pendidikan. *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Pendidikan*, 4(1), 197–204. <https://doi.org/10.55606/jurripen.v4i1.4384>
- Tami, N. T., Handayani, F., & Firtanosa, A. (2024). Tantangan serta peluang dalam manajemen masjid pada era digital. *Journal of Da'wah*, 3(1), 1–17. <https://doi.org/10.32939/jd.v3i1.3853>
- Terry, G. R. (2014). *Prinsip-prinsip manajemen*. New York, NY: Harper and Row.