

## **Optimalisasi Media Sosial sebagai Strategi Imarah dalam Pemakmuran Masjid Hizbullah Kudus**

**<sup>1</sup>Siti Fadhilatul Rizqiyah, <sup>2</sup>Rochanah**

<sup>1,2</sup>Program Studi Manajemen Dakwah, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam, Universitas Islam Negeri Sunan Kudus, Indonesia

Submitted: 29 November 2025; Revised: 21 Mei 2026; Accepted: 23 Mei 2026

### **Abstract**

*In the digital era, social media has become an effective tool for religious institutions to disseminate information, expand the reach of da'wah, and enhance community engagement. Hizbullah Mosque is one of the mosques that actively utilizes social media for these purposes. This study aims to analyze the social media utilization strategies implemented by Hizbullah Mosque in Kudus and their impact on the implementation of the imarah function in mosque prosperity. This research employed a qualitative approach with a descriptive method through observation, interviews, and documentation. The findings reveal that the use of social media, particularly Instagram, has increased congregational engagement, expanded the reach of da'wah, strengthened the mosque's positive image, and encouraged greater donor support for various religious and social programs. These findings indicate that social media serves not only as a medium for information dissemination and da'wah but also as an effective strategy for supporting mosque prosperity in the digital era.*

**Keywords:** social media; strategy; imarah; hizbullah mosque.

### **Abstrak**

Di era digital, media sosial menjadi sarana yang efektif bagi lembaga keagamaan untuk menyebarluaskan informasi, memperluas jangkauan dakwah, dan meningkatkan keterlibatan masyarakat. Masjid Hizbullah merupakan salah satu masjid yang aktif memanfaatkan media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemanfaatan media sosial yang diterapkan oleh Masjid Hizbullah Kudus serta dampaknya terhadap pelaksanaan fungsi imarah dalam pemakmuran masjid. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial, khususnya Instagram yang mampu meningkatkan keterlibatan jamaah, memperluas jangkauan dakwah, memperkuat citra positif masjid, serta mendorong peningkatan dukungan donatur terhadap berbagai program sosial dan keagamaan. Temuan ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana informasi dan dakwah, tetapi juga sebagai strategi efektif dalam mendukung pemakmuran masjid di era digital.

**Kata Kunci:** media sosial; strategi; imarah; masjid hizbullah

## Pendahuluan

Bagi umat Islam, masjid adalah tempat ibadah yang sangat penting bagi kehidupan keagamaan dan sosial masyarakat. Masjid bukan hanya tempat shalat, tetapi juga pusat kegiatan sosial dan dakwah, serta tempat berkumpul, berdiskusi, berbagi ide dan pengalaman, dan mengejar ilmu. Masjid merupakan ruang serbaguna yang mempromosikan berbagai kebaikan sosial sesuai dengan ajaran Islam pada masa Nabi Muhammad SAW (Caniago & Caniago, 2023).

Pengurus masjid bertanggung jawab untuk mengawasi dan menilai kinerja dewan pengurus dalam hal perilaku dan proses kerja selama menjalankan tugasnya, selain merencanakan berbagai acara dan membimbing dewan pengurus dan jamaah. Prinsip dan nilai-nilai Islam harus menjadi pedoman dalam semua kegiatan masjid (Alhasbi et al., 2023).

Pengelola masjid harus terus berinovasi dan mengikuti perkembangan informasi di era digital yang serba cepat ini. Untuk meningkatkan daya tarik dan keterlibatan jamaah, peran pengelola masjid perlu diperkuat. Kepedulian umat Muslim terhadap pembangunan masjid saat ini semakin meningkat. Meningkatnya jumlah masjid dengan berbagai ukuran dan tingkat kemegahan yang dibangun di kota-kota maupun desa-desa merupakan indikasi dari hal ini (Nafiah, n.d, 2021). Karena meningkatnya akses ke masjid, kondisi ini tentu saja mempermudah umat Muslim untuk melaksanakan shalat. Di sisi lain, banyak pengelola masjid terus menghadapi tantangan dalam upaya mereka untuk meningkatkan kemakmuran masjid.

Berbagai program dan kegiatan yang mendorong partisipasi jamaah diperlukan untuk memaksimalkan fungsi dan peran masjid sebagai tempat ibadah. Program tersebut harus inovatif dan beragam, serta mampu memenuhi kebutuhan masyarakat melalui penyediaan fasilitas fisik, pengelolaan sistematis, dan administrasi yang efektif (Sutrisno, 2023).

Pengelolaan masjid yang baik sangat diperlukan untuk melaksanakan program ini. Ukuran masjid tidak ditentukan oleh bangunannya, melainkan oleh operasionalnya yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat setempat (Machfirah et al., 2026). Karena itu, wajar jika semua kegiatan keagamaan dan sosial dilakukan di masjid. Untuk mengatasi hal tersebut, masjid harus dilengkapi dengan sarana dan prasarana yang memungkinkan masyarakat untuk melakukan ibadah secara aktif maupun pasif.

Selain sebagai tempat ibadah Masjid juga berfungsi sebagai pusat penting bagi kemajuan agama, sosial, dan budaya umat Islam (Uya et al., 2024). Dalam lingkup pengelolaan masjid, tiga tugas penting yang harus dioptimalkan adalah *imarah* (kemakmuran masjid), *riayah* (pemeliharaan sarana dan prasarana), dan *idaroh* (administrasi). Di era digital saat ini, masjid harus memperkuat peran *imarah* agar tetap terhubung dengan jamaahnya melalui beragam teknologi, seperti media sosial (Dinillah et al., 2022). Masjid-masjid kini menggunakan optimasi media sosial sebagai strategi untuk mengatasi kekurangan informasi dan sumber daya.

Masjid dan lembaga keagamaan lainnya memiliki potensi besar untuk mengembangkan program sosial dan dakwah mereka berkat kemajuan teknologi informasi. Media sosial membantu keterlibatan masyarakat, pendidikan, dan dakwah, selain komunikasi (Fauzan & Adam, 2025). Dengan menggunakan sumber daya digital yang menarik, masjid dapat meningkatkan keterlibatan jamaah, mempublikasikan berbagai kegiatan mereka, dan menampilkan citra yang baik sebagai lembaga keagamaan yang mudah beradaptasi dan inovatif. Masjid Hizbullah adalah salah satu masjid di Kudus yang mulai

memanfaatkan media sosial sebagai strategi dalam pemakmuran masjid. Pengurus masjid menyatakan telah membuat situs media sosial, termasuk Instagram, untuk menyebarkan informasi tentang kegiatan-kegiatannya yang lebih aktif, yang meliputi kajian keagamaan rutin, penghapusan tato, santunan yatim piatu, program makanan gratis, dan kegiatan sosial lainnya.

Penggunaan media sosial oleh Masjid Hizbullah telah terbukti secara signifikan mempengaruhi kebijakan kemakmuran masjid. Masjid tersebut secara efektif mendapatkan kepercayaan publik melalui unggahan yang fleksibel namun teratur, setidaknya dua kali seminggu dan pembaruan naratif harian. Melalui media sosial juga memberikan pengaruh positif terhadap keterlibatan jamaah dan dukungan finansial dari para donatur yang mengetahui operasi masjid melalui platform sosial media ini (Ali et al., 2024).

Perkembangan dukungan dari para donatur dari luar daerah yang tidak mengenal masjid secara pribadi tetapi terinspirasi untuk mengirimkan uang untuk operasional dan perbaikan setelah menonton dokumentasi kegiatan masjid di media sosial merupakan fenomena yang menarik dan merupakan hal yang diinginkan oleh pengurus masjid. Hal ini menggambarkan bagaimana media sosial dapat menjangkau sumber daya komunitas lintas batas geografis (Pauzi, n.d, 2025).

Selain memperkenalkan kegiatan masjid, media sosial menyediakan wadah bagi para pengurus dan pemuda untuk bekerja sama dalam inisiatif-inisiatif penjangkauan Islam yang kreatif. Perubahan paradigma dalam pengelolaan masjid yang lebih responsif terhadap inovasi digital ditunjukkan oleh tim media yang dipimpin oleh pengurus masjid (Nunung nurhasanah, 2024). Oleh karena itu, Masjid Hizbullah memanfaatkan media sosial sebagai bagian dari strategi pengelolaannya, yang lebih dari sekadar menggunakannya sebagai alat komunikasi untuk mempertimbangkan keberlangsungan masjid dalam jangka panjang.

Banyak masjid di wilayah Kudus masih terjebak dalam teknik pengelolaan tradisional yang pasif, meskipun kemajuan teknologi informasi memberikan prospek yang cukup besar untuk penyebaran ajaran Islam (Fitri & Varadila, 2024). Partisipasi yang rendah di kalangan anggota jamaah yang lebih muda dan akses terbatas terhadap informasi tentang program sosial masjid merupakan dua masalah utama yang sering terjadi (Baizuri, n.d, 2025). Operasi digital Masjid Hizbullah dianggap sebagai salah satu yang paling aktif di wilayah Kudus, meskipun pengelola masjid percaya bahwa manajemen media mereka sudah berada pada tingkat standar. Pendekatan ini mengikuti model yang digunakan oleh masjid-masjid model nasional termasuk Masjid Ismu Yahya di Pontianak, dan Masjid Yogyakarta.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara mendalam dengan pengurus, terdapat beberapa permasalahan krusial yang melatarbelakangi pentingnya optimalisasi media sosial di Masjid Hizbullah, seperti Layanan amal Masjid Hizbullah yang luas, terutama program makan gratis, kegiatan ini dilaksanakan secara rutin setiap Senin dan Kamis untuk buka puasa, Jumat siang, serta setelah subuh pada hari Rabu, Jumat, dan Sabtu, program makan gratis ini tidak dapat didanai hanya dengan mengandalkan kotak amal masjid maupun kotak sumbangan fisik. Jumlah staf media muda yang sedikit juga menjadi permasalahan dan kendala. Masjid Hizbullah tersebut masih berupaya membentuk tim komunikasi yang dipimpin oleh kaum muda. Karena belum ada tim media yang berfungsi penuh, kegiatan posting kegiatan masjid dan publikasi masih bersifat opsional dan terkadang terhambat oleh kurangnya pendanaan untuk acara-acara khusus yang berfokus pada kaum muda.

Masjid harus mampu menampilkan citra yang dinamis, mudah diakses, dan kontemporer di tengah informasi digital agar tetap menjadi pilihan utama bagi anggota yang mencari kontak sosial dan konten keagamaan (Qanita & Fadhly, 2025). Untuk mendorong ekologi kedermawanan dan keterlibatan aktif masyarakat di era digital, sangat penting untuk mengembangkan strategi digital yang akan berfungsi sebagai media informasi dan alat untuk mendefinisikan kembali peran masjid.

Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang lebih banyak membahas media sosial sebagai sarana dakwah, penelitian ini menitikberatkan pada peran media sosial sebagai strategi imarah yang berdampak pada peningkatan partisipasi jamaah, dukungan donatur, dan keberlanjutan program sosial masjid. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana optimalisasi media sosial dapat menjadi strategi praktis untuk meningkatkan kesejahteraan Masjid Hizbullah dan membantu operasional kepemimpinan. Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi pada pengembangan rencana pengelolaan masjid yang melek digital dan menginspirasi masjid-masjid lain untuk menggunakan media digital guna mempromosikan tanggung jawab sosial dan keagamaan serta kesuksesan masjid.

## **Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Metode kualitatif digunakan untuk memahami fenomena sosial secara mendalam berdasarkan perspektif informan dan kondisi lapangan secara natural. Penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena yang dialami subjek penelitian secara menyeluruh melalui deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada konteks alamiah (Fiantika et al., n.d, 2022). Metode ini dipilih karena peneliti ingin mendapatkan pemahaman mendalam mengenai prosedur pengelolaan dan fenomena sosial keagamaan yang terjadi secara alami, disebuah Masjid Hizbullah, yang berada di Jl. Raya Kudus - Jepara, Jember, Purwosari, Kec. Kaliwungu, Kabupaten Kudus, Jawa Tengah (Anisah et al., n.d, 2021).

Pada penelitian ini penulis menggunakan beberapa teknik pengumpulan data seperti teknik obsevasi secara langsung. Observasi dilakukan secara langsung di Masjid Hizbullah Kudus untuk mengamati aktivitas masjid, kegiatan sosial, pola publikasi media sosial, serta keterlibatan jamaah dalam berbagai program. Observasi dilakukan pada tanggal 20 Oktober 2025. Wawancara yang mendalam, Teknik wawancara dilakukan melalui tatap muka langsung dengan menggunakan pedoman wawancara yang telah disusun sebelumnya. Dan dokumentas.

Terdapat dua informan kunci dari jajaran pengurus Dewan Kemakmuran Masjid (DKM) Hizbullah, yaitu: M. Saiful Umam Jabatan sebagai Sekretaris (Informan Utama). Sabil Azka Jabatan sebagai bagian dari Bidang *imarah* (Perencanaan, Dokumentasi, dan Publikasi). Dan Jamaah Aktif Sebagai informan pendukung untuk melihat dampak langsung dari konten media sosial. Wawancara ditujukan pada pengurus masjid, terutama pihak yang terlibat dalam pengelolaan kegiatan dan pengoperasian media sosial guna mendapatkan pandangan, pengalaman dan jamaah aktif yang terlibat dalam kegiatan Masjid Hizbullah menjadi informan pendukung dalam penelitian ini.

Untuk memastikan keabsahan dan keakuratan data, penulis menggunakan teknik triangulasi sumber (Nurfajriani et al., 2024). Proses ini dilakukan dengan membandingkan informasi yang didapat dari wawancara pengurus (Sekretaris) dengan hasil observasi lapangan dan testimoni jamaah. Data kemudian disajikan secara deskriptif melalui: reduksi

data, merangkum dan memilih hal-hal pokok dari hasil wawancara. Hal ini mengamati topik penelitian, yaitu optimalisasi media sosial sebagai strategi *imarah* dalam pemakmuran Masjid Hizbullah Kudus.

## **Hasil dan Pembahasan**

### **Profil Masjid Hizbullah**

Masjid Hizbullah Kudus merupakan salah satu masjid yang aktif mengembangkan fungsi *imarah* melalui kegiatan keagamaan, sosial, dan digitalisasi dakwah. Dalam perspektif manajemen masjid, fungsi *imarah* memiliki peran penting dalam memakmurkan masjid melalui kegiatan ibadah, pendidikan, sosial, dan pemberdayaan umat. Oleh karena itu, keberadaan masjid tidak hanya berfungsi sebagai tempat ibadah, tetapi juga sebagai pusat pembinaan masyarakat (Semin et al., 2025).

Masjid Hizbullah merupakan salah satu masjid yang berkembang aktif di wilayah Kudus dan memiliki orientasi kuat pada kegiatan sosial keagamaan. Masjid ini dibangun di atas tanah wakaf pada tahun 2014 dan berlokasi di jalur utama Kudus-Jepara, tepatnya di Jalan Jepara, Jember, Purwosari, Kudus. Sejak awal berdiri, pembangunan dan peningkatan fasilitas masjid tidak terlepas dari keterlibatan aktif jamaah serta dukungan masyarakat. Seiring berjalannya waktu, semakin banyak donatur, termasuk dari luar daerah Kudus, yang tertarik memberikan bantuan untuk pemeliharaan dan perbaikan fisik masjid. Hal ini didukung oleh keterbukaan informasi yang disampaikan melalui media sosial. Berdasarkan hasil wawancara, Masjid Hizbullah memiliki karakteristik unik sebagai masjid yang berupaya memadukan aktivitas ibadah dengan pelayanan sosial berbasis kebutuhan masyarakat.

Dalam aspek manajemen, Masjid Hizbullah dikelola oleh Dewan Kemakmuran Masjid (DKM) dengan pembagian tugas yang terstruktur. Struktur kepengurusan tersebut terdiri atas penasihat, ketua, wakil ketua, sekretaris, bendahara, serta beberapa bidang kerja. Posisi penasihat diisi oleh Ust. H. Mas'adi dan H. Fatchurrochman. Ketua DKM dijabat oleh Ust. Fuad Riyadi, Lc., M.Ag., dengan Bambang Juniarmoko, S.E. sebagai wakil ketua. Adapun posisi sekretaris dipegang oleh M. Saiful Umam, S.P., sedangkan bendahara dijabat oleh Dik Dik Darmawan, S.E.

DKM Masjid Hizbullah juga memiliki beberapa bidang kerja. Bidang *imarah* terdiri atas Manshur, Johan Trialfarindzi, Andhika Dwi Yuliyanto, Tafrikan, dan Masykur. Bidang ini bertanggung jawab pada kegiatan peribadahan, dakwah, kajian remaja, kaderisasi, serta pengelolaan ZIS. Bidang *Riyah* diisi oleh Robert Nasution, Sofian Yusuf, Ismu Indra Prabawa, Moh. Rifa'i, dan Nano Ismanto, yang bertugas menangani pemeliharaan sarana prasarana, kebersihan, pertamanan, keamanan, serta pengembangan masjid. Sementara itu, Bidang *Idarah* terdiri atas Agus Azhari, Joko Santoso, Sabil Azka, Lukman Hakim, Prayitno, dan M. Chanafi, dengan tugas utama dalam bidang perencanaan, administrasi, dokumentasi, dan publikasi. Adapun Bidang Akhwat dikelola oleh Aftani Muzdalifa, S.E., Yuan Puspita Dewi, S.P., Yanah Nurjannah, Nora Marlia, A.Md., dan Ika Nurjannah, yang berfokus pada kegiatan akhwat.

Visi Masjid Hizbullah adalah menjadikan jamaah masjid lebih bahagia dan sejahtera, baik di dunia maupun di akhirat. Misi masjid ini diarahkan pada peningkatan kualitas hidup jamaah dalam berbagai aspek, meliputi spiritual, intelektual, sosial, dan ekonomi. Melalui kegiatan ibadah, kajian keagamaan, pelatihan, serta program pendidikan, Masjid Hizbullah berupaya menumbuhkan nilai-nilai luhur, memperkuat keimanan, dan meningkatkan

kesalehan jamaah. Dalam aspek sosial, masjid ini berkomitmen memperkuat persatuan, solidaritas, dan kepedulian antarjamaah. Selain itu, melalui berbagai program sosial dan pemberdayaan, masjid turut berperan dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat.

Tujuan Masjid Hizbullah adalah membina umat Islam agar menjadi pribadi yang beriman, berilmu, dan beramal saleh dalam rangka mengabdikan kepada Allah serta meraih *keridaan-Nya*. Masjid ini juga dikenal dengan berbagai program inklusif, seperti Makan Gratis, Jumat Berkah, Santunan Anak Yatim, Hapus Tato, serta kegiatan edukatif dan sosial untuk anak-anak maupun remaja. Program-program tersebut menjadi ciri khas Masjid Hizbullah sebagai pusat ibadah sekaligus pusat aktivitas sosial masyarakat.

Selain itu, dokumentasi kegiatan yang diunggah di Instagram dan TikTok berkontribusi pada pembentukan persepsi positif terhadap masjid sebagai lembaga keagamaan yang dinamis, transparan, dan fleksibel dalam menanggapi kemajuan teknologi digital. Taktik ini konsisten dengan gagasan "dakwah digital," yang menyajikan media sosial sebagai alat yang ampuh untuk komunikasi keagamaan yang mendorong keterlibatan masyarakat dan keterlibatan sosial. Meningkatnya keterlibatan jamaah dalam kegiatan sosial dan keagamaan merupakan efek lain dari kegiatan publikasi rutin. Program-program seperti pelajaran agama rutin, makan siang gratis, dan bantuan untuk anak yatim telah mendapatkan popularitas dan menarik donasi dari berbagai daerah. Hal ini menggambarkan bagaimana strategi digital yang telah diterapkan tidak hanya memberikan informasi tetapi juga memberdayakan dan mempertahankan inisiatif masjid.

Masjid Hizbullah Kudus menyelenggarakan berbagai kegiatan keagamaan dan sosial secara rutin sebagai implementasi fungsi *imarah* dalam memakmurkan masjid. Sebagai bagian dari tanggung jawabnya untuk menjaga profitabilitas masjid, Masjid Hizbullah Kudus sering menawarkan berbagai acara keagamaan dan sosial. Jamaah dari berbagai usia dapat berpartisipasi dalam program-program ini untuk memenuhi kebutuhan spiritual, sosial, dan pendidikan mereka. Studi keagamaan rutin, menghafal Al-Quran, pengembangan kader, pengembangan pemuda, dan berbagai kegiatan dakwah yang berulang adalah contoh dari program keagamaan tersebut. Adanya kegiatan dan program-program ini bertujuan untuk memperdalam ketakwaan dan iman jamaah sekaligus memajukan pemahaman keagamaan.

Selain kegiatan keagamaan Masjid Hizbullah secara rutin merencanakan program-program sosial yang melibatkan masyarakat luas. Program makan siang gratis, yang ditawarkan beberapa hari dalam seminggu, adalah salah satu program unggulan masjid. Tujuan program ini adalah untuk memberi manfaat bagi lingkungan sekitar dan meningkatkan hubungan masjid dengan para anggotanya. Berdasarkan hasil wawancara, program makan gratis berlangsung pada hari Senin dan Kamis bersamaan dengan buka puasa sunnah, pada Jumat sore dalam acara Jum'at berkah, pada hari Rabu, Jumat, dan Sabtu setelah shalat subuh. Program ini membutuhkan dana yang cukup besar, yang disediakan oleh para donatur melalui unggahan media sosial.

Donasi untuk anak yatim, hadiah undian (*doorprize*) untuk anak-anak di acara-acara khusus, pawai desa, proyek mural, dan program lainnya untuk meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam keberhasilan masjid adalah contoh dari berbagai kegiatan sosial yang sering diadakan. Berbagai program ini menunjukkan bahwa masjid berfungsi sebagai pusat kegiatan sosial dan pemberdayaan masyarakat di samping sebagai tempat beribadah.

Berbagai program menunjukkan bagaimana pihak pengelola berupaya menjadikan masjid sebagai pusat pembinaan umat yang aktif dan responsif terhadap jamaah. Penggunaan media sosial untuk publikasi dan pelaporan kegiatan semakin mendukung kegiatan yang padat ini. Untuk menjangkau masyarakat yang lebih luas, informasi tentang jadwal belajar, acara sosial, dan dokumentasi implementasi program sering diunggah di Instagram dan TikTok. Pendekatan ini tidak hanya mempermudah penyebaran informasi, tetapi juga meningkatkan keterlibatan jamaah dan memperkuat ikatan masyarakat dengan masjid.

Masjid Hizbullah telah berhasil menggabungkan fungsi *imarah* dengan strategi komunikasi digital, sebagaimana terlihat dari pelaksanaan dan publikasi rutin inisiatif-inisiatif tersebut. Masjid ini mampu meningkatkan keberlanjutan program-programnya sekaligus membina hubungan yang lebih dalam dengan jamaahnya melalui kombinasi acara sosial, program keagamaan, dan optimasi media sosial.

Popularitas Masjid Hizbullah di media sosial juga memberi dampak positif terhadap dukungan donasi. Beberapa donatur yang bahkan tidak mengenal masjid secara langsung telah memberikan kontribusi untuk program sosial maupun renovasi masjid setelah melihat aktivitasnya melalui Instagram. Dengan demikian, profil Masjid Hizbullah tidak hanya menggambarkan sebuah masjid yang menjalankan rutinitas ibadah, tetapi juga sebuah lembaga sosial yang adaptif, kreatif, dan responsif terhadap kebutuhan zaman, terutama melalui pemanfaatan media sosial sebagai bagian dari strategi pemakmuran (*imarah*). Oleh karena itu, optimasi media sosial Masjid Hizbullah dapat dilihat sebagai jenis transformasi manajemen masjid berbasis digital yang membantu meningkatkan peran imam dengan cara yang lebih efisien dan interaktif.

### **Strategi Penggunaan Media Sosial sebagai Sarana Dakwah dan Sosialisasi**

Pendekatan media sosial pada Masjid Hizbullah Kudus bersifat bertahap dan disesuaikan untuk memenuhi kebutuhan baik pengelola masjid maupun jamaah. Media sosial telah aktif digunakan selama hampir setahun, terutama melalui Instagram dan TikTok, menurut wawancara. Media sosial sebagian besar digunakan sebagai platform dakwah digital dan untuk memaparkan kegiatan masjid kepada masyarakat umum. Manajemen memulai dengan menentukan apa yang dibutuhkan jamaah. Pihak manajemen menyadari bahwa operasional masjid semakin sibuk dan membutuhkan alat komunikasi yang dapat menjangkau lebih banyak orang.

Salah satu motivasi utama untuk mengadopsi media sosial adalah kebutuhan untuk membiayai inisiatif amal seperti makan siang gratis. Setelah menyadari kebutuhan ini, pengelola mulai mengaktifkan akun Instagram dan TikTok masjid. Media sosial digunakan untuk berbagi informasi tentang kegiatan, jadwal belajar, program sosial, dan mendokumentasikan kegiatan masjid.

Saluran media sosial utama yang digunakan Masjid Hizbullah untuk mengiklankan berbagai acara sosial dan keagamaan adalah Instagram. Selama setahun terakhir, akun-akun media sosial tersebut telah aktif merespon tuntutan komunikasi publik dan kemajuan teknologi. Unsur naratif aktif setiap hari, sebagian besar untuk memberikan informasi tentang jadwal kegiatan, dan pengelola menambahkan konten setidaknya dua kali seminggu. Karena banyaknya kegiatan masjid selama Ramadan, publikasi dilakukan tiga kali sehari. Pihak pengelola menyadari bahwa media sosial dapat meningkatkan jangkauan dakwah

Islam secara signifikan dan menarik minat orang-orang yang sebelumnya tidak mengetahui kegiatan masjid. Selain itu, media sosial dimanfaatkan untuk meningkatkan keterlibatan jamaah. Jamaah dapat terlibat dalam program sosial, memeriksa jadwal kegiatan, dan menawarkan bantuan. Untuk menjamin materi yang lebih inovatif dan terkini, pihak pengurus baru-baru ini mulai melibatkan kaum muda dalam pengelolaan media.

Masjid Hizbullah menggunakan metode manajemen dari masjid-masjid yang telah berhasil menyelesaikan transformasi digital dan melakukan riset perbandingan untuk melaksanakan strategi mediana. Pengembangan media Masjid Hizbullah berfokus pada lembaga-lembaga dengan sistem yang mapan, termasuk masjid-masjid di Yogyakarta, Masjid Juta Pemuda, Masjid Ismu Yahya di Pontianak. Penerapan pendekatan ini dapat dilihat dari fokus baru kegiatan-kegiatan tersebut, yang melampaui studi keagamaan tekstual untuk memasukkan kontak sosial dan berbagi melalui makan bersama. Pihak pengelola memahami bahwa agar masjid dapat berkembang di zaman modern, diperlukan strategi yang lebih adaptif dan inklusif, meniru keberhasilan masjid-masjid "model" ini dalam menarik anggota dari berbagai latar belakang, terutama generasi muda.

Munculnya para donatur yang sebelumnya belum pernah mendengar tentang masjid tersebut, tetapi terinspirasi untuk menyumbang setelah melihat kegiatan operasionalnya di media internet, merupakan bukti pengaruh positif tersebut. Hal ini sejalan dengan gagasan kepemimpinan masjid, yang melampaui hal-hal konkret dan mencakup pembangunan sosial dan ekonomi melalui keterlibatan masyarakat (Alhasbi et al., 2024). Masjid Hizbullah telah berhasil menggambarkan citranya sebagai masjid yang hidup, mudah diakses, dan mudah didekati dengan menggunakan strategi digital ini.

Dengan mengukur reaksi jamaah dan keterlibatan kegiatan, manajemen secara berkala menilai aktivitas media sosial. Dengan pendekatan ini, media sosial digunakan tidak hanya untuk publikasi tetapi juga untuk komunikasi, pemberdayaan sosial, dakwah (penyebaran agama Islam), dan meningkatkan popularitas masjid dalam masyarakat kontemporer.

Optimalisasi media sosial Masjid Hizbullah secara khusus berfokus pada peran kepemimpinan, yaitu memajukan kesejahteraan masjid melalui kegiatan sosial, pendidikan, dan ibadah. Beberapa kegiatan utama yang ditampilkan di media sosial antara lain makan gratis setiap Senin dan Kamis, Jumat Berkah, panti asuhan, program penghapusan tato di hari Minggu, kajian teologi rutin, mural, dan acara ramah anak seperti parade dan doorprize.

Kontribusi media sosial terhadap pembiayaan operasional masjid, terutama program makan siang gratis yang rutin, merupakan salah satu kesimpulan utama wawancara. Program makan gratis ini membutuhkan banyak dana, dan kotak sumbangan tradisional tidak cukup. Masjid dapat membangun kepercayaan masyarakat dan kesediaan berdonasi dengan menggunakan media sosial untuk menunjukkan akuntabilitas dan transparansi dalam pengelolaan keuangan (Ridwan et al., 2025).

Untuk meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam kegiatan-kegiatan ini, media sosial sangat penting (Rahmayu et al., 2021). Setelah melihat unggahan kegiatan masjid, banyak donatur dan jamaah baru yang bersemangat untuk berdonasi. Bahkan, setelah mengetahui operasional masjid secara daring, beberapa donatur yang tidak terlalu mengenal pengurus masjid pun ikut memberikan donasi. Hal ini membuktikan bahwa media sosial merupakan sarana yang efektif untuk mengembangkan jaringan dakwah dan memperkuat keberlanjutan inisiatif sosial masjid (Fazil & Fahmi, 2022).

## **Dampak Optimalisasi Media Sosial terhadap Pemakmuran Masjid**

Beberapa faktor mempengaruhi keberhasilan pengelolaan media sosial Masjid Hizbullah, di antaranya konsistensi konten. Masjid ini berkomitmen untuk memosting materi setidaknya dua kali seminggu dan pembaruan narasi harian, terutama selama masa-masa penting seperti pada bulan Ramadan, meskipun pengelola masih dalam tahap pengembangan tim. Fleksibilitas dan relevansi konten disesuaikan dengan tren media sosial dan kebutuhan jamaah, sehingga lebih mudah diterima oleh masyarakat (Suryorini, 2019). Partisipasi pemuda, Upaya untuk melibatkan pemuda dalam tim media merupakan investasi jangka panjang bagi kelangsungan strategi digital masjid, meskipun terdapat kendala keuangan yang berkelanjutan (Siah et al., 2023).

Keberhasilan platform media sosial Masjid Hizbullah dipengaruhi oleh strategi masjid-masjid lain yang telah memelopori penggunaan media digital, seperti pada masjid di Yogyakarta dan Pontianak, yang menjadi model pengelolaan media sosial yang lebih baik. Masjid ini berupaya mempromosikan berbagai kegiatan mingguan dan bulanan, termasuk kajian agama, sesi berbagi, makan malam, panti asuhan, dan kegiatan komunitas lainnya, meskipun masih dalam tahap pertumbuhan dan keterbatasan dana. Semua inisiatif ini mendapatkan reputasi di media sosial, yang meningkatkan keterlibatan jamaah dan mempererat hubungan antar warga (Musrifah et al., 2023).

Pihak pengelola mengakui masih banyak yang perlu ditingkatkan, meskipun masjid ini dianggap sebagai salah satu masjid paling aktif di Kudus dalam hal kehadiran pada media sosial. Tantangan terbesarnya adalah kurangnya dana dan sumber daya manusia, terutama dalam merencanakan kegiatan untuk kaum muda. Saat ini, manajemen masih membentuk tim dan merekrut anak muda untuk menangani materi media secara profesional. Karena anak muda memiliki imajinasi yang dibutuhkan untuk platform visual seperti Instagram dan TikTok, keterlibatan anak muda sangat penting (Adisaputro & Amrillah, 2021). Operasional masjid yang terus berkembang membutuhkan dukungan finansial yang substansial, sementara pendapatan dari kotak sumbangan masih minim. Akibatnya, pihak pengelola terpaksa bergantung pada sumbangan masyarakat, yang sebagian besar diperoleh melalui postingan-postingan kegiatan masjid (Rhealdi, n.d, 2023).

Di samping keterbatasan sumber daya manusia keterbatasan anggaran juga menghambat keberagaman aktivitas dan konten (Eka et al., 2023). Karena masih adanya keterbatasan dana, kegiatan-kegiata tertentu yang ditujukan untuk kaum muda belum sepenuhnya terlaksana, dan program-program yang ada saat ini masih bersifat umum (mingguan, harian, dan bulanan). Untuk menjaga konsistensi materi juga merupakan kesulitan lain. Intensitas maksimum hanya tercapai pada waktu-waktu tertentu, seperti Ramadan, ketika pembaruan dapat terjadi hingga tiga kali sehari, meskipun telah ditetapkan target posting yang fleksibel, yaitu minimal dua kali seminggu dan pembaruan cerita harian.

Keberhasilan Masjid Hizbullah secara umum diuntungkan oleh pemanfaatan media sosial. Masjid ini dapat menarik anggota baru, memupuk solidaritas sosial, dan meningkatkan persepsi positif masyarakat terhadap organisasi keagamaan tersebut melalui penyebaran informasi yang cepat dan menarik.

Keterbatasan sedekah ataupun infaq untuk membiayai kegiatan-kegiatan penting dan minimnya aliran keuangan mingguan seperti kas masjid telah diatasi oleh media sosial. Dampak nyatanya adalah munculnya para donator jarak jauh yang terinspirasi untuk mengirim uang, bahkan untuk perbaikan, setelah melihat kegiatan masjid di internet

meskipun tidak berada di sana secara fisik. Program "Makanan Gratis", yang membutuhkan pendanaan besar, sangat bergantung pada media sosial. Rutinitas ini terdiri dari pemberian makanan setelah fajar pada hari Rabu, Jumat, dan Sabtu, Jumat siang, dan berbuka puasa dari Senin hingga Kamis. Media sosial menjaga akuntabilitas program, yang membuat minat masyarakat untuk berdonasi tetap kuat (Al-hakim et al., 2025).

Masyarakat juga telah berhasil disadarkan mengenai seputar jadwal padat masjid melalui kegiatan digital. Hal ini telah menyebabkan peningkatan keterlibatan dalam sejumlah acara non-tradisional, termasuk hadiah undian untuk anak-anak, pawai desa, lelang, sumbangan untuk anak yatim, dan pembuatan mural. Masjid Hizbullah saat ini mengelola akun media sosialnya terinspirasi sesuai dengan pola yang sudah dikenal seperti Masjid Jua Pemuda, Masjid Yogyakarta, dan Masjid Ismu Yahya di Pontianak. Mengingat tren kontemporer dan tuntutan jamaah, hal ini menggambarkan pergeseran paradigma menuju pengelolaan masjid yang profesional.

Optimalisasi media sosial telah berkontribusi langsung pada pemakmuran masjid dalam arti yang luas (Tami et al., 2024). Atas bantuan para donatur, pembangunan kembali ini tidak hanya memberikan dampak fisik yang besar, tetapi juga dampak spiritual dan sosial yang nyata berkat meningkatnya keterlibatan jamaah dalam kajian agama dan kegiatan lainnya. Oleh karena itu, media sosial telah menjadi komponen kunci dalam membangun masjid yang dinamis, ramah, dan lestari (Zaini et al., 2024).

## **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa optimalisasi media sosial menjadi strategi efektif dalam mendukung fungsi *imarah* atau pemakmuran Masjid Hizbullah. Pemanfaatan platform digital seperti Instagram dan TikTok terbukti mampu memperluas jangkauan dakwah, meningkatkan partisipasi jamaah, serta menarik dukungan donatur bagi keberlangsungan berbagai kegiatan keagamaan dan sosial.

Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana informasi, tetapi juga sebagai alat kolaborasi yang mempererat hubungan antara pengurus, jamaah, dan generasi muda. Melalui konten yang konsisten dan menarik, Masjid Hizbullah berhasil menampilkan citra positif sebagai masjid yang aktif, inovatif, dan terbuka terhadap perkembangan zaman. Program-program seperti makan gratis, santunan anak yatim, kajian rutin, dan kegiatan sosial lainnya menjadi bukti nyata implementasi fungsi *imarah* berbasis digital.

Meskipun masih terdapat tantangan berupa keterbatasan dana dan sumber daya manusia, upaya pengurus dalam memanfaatkan media sosial telah memberikan dampak nyata terhadap peningkatan aktivitas dan keterlibatan jamaah. Dengan demikian, strategi digital yang diterapkan Masjid Hizbullah dapat menjadi model inspiratif bagi masjid lain dalam mengembangkan manajemen *imarah* yang kreatif, partisipatif, dan berkelanjutan di era modern.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi instrumen strategis dalam penguatan fungsi *imarah* masjid. Oleh karena itu, pengurus masjid perlu mengembangkan kapasitas digital, membentuk tim media yang profesional, dan memanfaatkan media sosial secara berkelanjutan sebagai sarana dakwah dan pemberdayaan umat.

## Daftar Pustaka

- Adisaputro, S. E., & Amrillah, M. (2021). Peran Remaja Masjid Dalam Meningkatkan Dakwah. *02*, 43–52. <http://ejurnal.iaipd-nganjuk.ac.id/index.php/j-kis/>
- Al-hakim, T. M., Putra, N. G., Ashif, M., & Nurrohim, A. (2025). The Impact of Social Media on Teenager's Religious Understanding at the Al-I ' tishom Kartasura Mosque Dampak Media Sosial terhadap Pemahaman Keagamaan Remaja di Masjid Al-I ' tishom Kartasura. *2*(6), 986–993.
- Alhasbi, F., Sofiananda, K., Faraba, A., Effendi, A., & Utomo, B. I. (2024). Dakwah Digital: Publikasi Kegiatan Masjid Memanfaatkan Jejaring Sosial. *Ngarsa: Journal of Dedication Based on Local Wisdom*, *4*(2), 99–114. 14. <https://doi.org/10.35719/ngarsa.v4i2.517>
- Alhasbi, F., Subando, J., Saimona, N., & Rosidi, A. (2023). Optimalisasi Pengurus Masjid dalam Upaya Memakmurkan Masjid di Kelurahan Jumapolo Karanganyar. 1–19.
- Ali, N., Al Anshori, Z., & Yasin, M. (2024). Manajemen Masjid Mardhiyyah dalam Memakmurkan Jamaah Tetap di Kecamatan Rappocini Makassar. *JICC: Jurnal Intelek Insan Cendikia*, *1*(7), 2908–2920. <https://jicnusantara.com/index.php/jiic>
- Anisah, H. U., Lodewyk, A., Siahaan, S., Hadiyanti, S., Islamiati, D., Astiti, K. A., Hikmah, N., & Fasa, M. I. (n.d.). *No Title. Ath-Thariq, Vol. 05, No. 02, Juli-Desember 2021* 197. (2021). *05*(02), 197–208.
- Baizuri, A. (n.d.). *Membangun Ekosistem Model Bisnis Syariah di Masjid : Analisis Peluang dan Tantangan Badan Usaha Milik Masjid*. *1*(1), 60–79.
- Caniago, F., & Caniago, F. (2023). *Implementasi Pengelolaan Masjid Al-Muhajirin Dalam*. *2*(1). <https://doi.org/10.59820/soma.v2i1.117> *Correspondence: Email:* (2018). *1*(1), 14–21.
- Dinillah, M. H., Nur, M., & Abdurrazaq, K. (2022). *Manajemen masjid dalam memakmurkan masjid islamic center syekh abdul manan indramayu di bidang imarah*. *02*(02). <https://e-journal.iai-al-azhaar.ac.id/index.php/idaroh/index>
- Eka, A., Ardiansyah, S., Malang, U. N., & Malang, K. (2023). *Masjid Al-Ikhlas Kelurahan Bareng Kota Malang Sebagai Pusat Peradaban dan Kemakmuran Perspektif Konstruksi Sosial*. *4668*(1), 63–88. <https://doi.org/10.30762/asketik.v7i1.1037>
- Fauzan, M., & Adam, A. (2025). Masjid dan Media Sosial: Strategi Penguatan Peran Keagamaan dan Sosial di Era Teknologi. *Prosiding Kajian Islam Dan Integrasi Ilmu Di Era Society 5.0 (KIIIES 5.0) Pascasarjana Universitas Islam Negeri Datokarama Palu 2025*, *0*, 639642.
- Fazil, M., & Fahmi, A. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Penyiaran Keagamaan Dan Informasi Masjid Di Kota Lhokseumawe. *Jurnal Malikussaleh Mengabdi*, *1*(2), 32. <https://doi.org/10.29103/jmm.v1i2.8077>
- Fiantika, F. R., Wasil, M., Jumiyati, S. R. I., Honesti, L., Wahyuni, S. R. I., Mouw, E., Mashudi, I., Hasanah, N. U. R., Maharani, A., Ambarwati, K., Noflidaputri, R., & Waris, L. (n.d.). *Metodologi penelitian kualitatif*.
- Fitri, R., & Varadila, D. (2024). *Buka Luwur Sunan Kudus sebagai Praktik Keagamaan Islam Nusantara : Ritual , Sakralitas Simbolik , dan Kontestasi Makna “ Berkah ” ( Studi Persepsi Warga Nahdlatul Ulama di Kudus )*. *5*(2), 131–154.
- Machfirah, A., Friatna, I., & Iqbal, M. (2026). *Analisis Sistem Pengelolaan Manajemen Masjid Menurut Konsep Imaratul Masjid : Studi Kasus Masjid Jamik Baitusshalihin Ulee Kareng*. *24*(1), 1–14.
- Mengabdi, J. M., Fazil, M., & Fahmi, A. (2022). *Pemanfaatan Media Sosial Dalam Penyiaran Lhokseumawe*. *1*(2), 32–42.
- Musrifah, A., Risyan, R. M., Studi, P., Informatika, T., Teknik, F., & Suryakencana, U. (1861). *Digitalisasi sistem informasi manajemen masjid modern*. *9*(1), 1–10.
- Nafiah, T. M. (n.d.). *Strategi Dakwah Pada Masyarakat Multikultural Di Desa Singgahan*

*Kabupaten Ponorogo.*

- Nunung nurhasanah, R. S. (2024). *Efektivitas Dakwah Digital Melalui Platform Media Sosial Instagram @masjid.imaduddin Terhadap Pengetahuan Keagamaan dan Perubahan Sikap Beragama Pada Jama'ah*. 5(5).
- Nurfajriani, W. V., Wahyu, M., Arivan, I., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2024). *No Title*. 10 (September), 826–833.
- Pauzi, P. (n.d.). *Literature Review : Peran Media Sosial dalam Pembentukan Citra Masjid di Masyarakat*. 2203, 135–148.
- Penelitian, S. (n.d.). *No Title*.
- Qanita, R., & Fadhly, M. (2025). *Peran Masjid sebagai Lembaga Kaderisasi Umat di Tengah Dinamika Sosial : Sebuah Tinjauan Historis dan Kontemporer*.
- Rahmayu, M., Wigandi, D. P., Wahyuni, A., & Yulianto, A. (2021). *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Sosialisasi Kegiatan Masjid Di Yayasan As Salam Joglo*. 1, 150–158.
- Ramadhan, S., Telaumbanua, K., Madya, E. B., Islam, U., & Medan, N. (2023). *Implementasi fungsi manajemen masjid lembaga addakwah dalam meningkatkan kemakmuran masjid haji endang sutijah desa sibolangit*. XII, 139–144.
- Rhealdi, A. Y. (n.d.). *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi Masjid sebagai sarana pemberdayaan ekonomi umat*. 4(1), 1–11.
- Ridwan, M., Rewira, A. E., & Saefuddin, A. (2025). *Digitalisasi Manajemen Masjid Dalam Membangun Efisiensi dan Transparansi Pengelolaan*. 23(2), 49–62.
- Semin, A., Hilalludin, S. H., Tinggi, S., Tarbiyah, I., Yogyakarta, M., Alma, U., & Yogyakarta, A. (2025). *Optimalisasi Fungsi Masjid Sebagai Pusat Ibadah , Pendidikan , dan Sosial Masyarakat Melalui Program Pengabdian di Masjid berpotensi besar sebagai pusat pendidikan informal yang mampu menjangkau*. 1(1), 50–63.
- Service, C., Program, A., Program, S., Mayarakat, K., Yogyakarta, U. M., Kemakmuran, D., Baitul, M., Tohudan, D., Colomadu, K., Pkm, K., Basyiir, B., Colomadu, T. K., Basyiir, B., Colomadu, T. K., Kunci, K., & Medsos, P. (2023). *Optimalisasi kegiatan dakwah masjid melalui pemanfaatan media sosial*. 5(September), 365–370.
- Siah, S., Gaja, F., Islam, U., Sumatera, N., Medan, U., Islam, U., Sumatera, N., Medan, U., Islam, U., Sumatera, N., & Medan, U. (2023). *Penggunaan Media Komunikasi Dan Intraksi*. 6(1), 117–129.
- Suryorini, A. (2019). *Pemberdayaan Masjid sebagai Fungsi Sosial dan Ekonomi bagi Jamaah Pemegang Saham Unit Usaha Bersama*. 19, 163–178.
- Sutrisno, B. (2023). *Meningkatkan Kemakmuran Masjid Melalui Regulasi Pemilihan Ketua Btm Dan Imam*. 5(1), 178–202.
- Tami, N. T., Handayani, F., & Firtanosa, A. (2024). *Journal of Da ' wah Tantangan dan Peluang Manajemen Masjid*. 3, 1–17.
- Uya, S., Ulfah, Y. F., & Sukari, S. (2024). Peran Manajemen Masjid dalam Optimalisasi Fungsi Masjid sebagai Pusat Ibadah (Studi Kasus pada Manajemen Masjid Sholihin, Tangkil, Manang, Grogol, Sukoharjo). *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 18(3), 2247. <https://doi.org/10.35931/aq.v18i3.3493>
- Zaini, A., Maulana, A. M., & Marlina, L. (2024). *Metode+Dakwah+Modern+Berbasis+Teknologi+Sebagai+Upaya+Memakmurkan+Masjid+Di+Era+Digital*. 44–57.