

BAB II

GAMBARAN UMUM

2.1 DESKRIPSI UMUM MASJID

Secara tradisional, masjid merupakan institusi fundamental yang berfungsi sebagai tempat ibadah mahdah bagi umat Muslim. Sebagai rumah ibadah, fungsi utama masjid adalah menjadi ruang suci untuk pelaksanaan salat berjamaah, zikir, dan aktivitas spiritual lainnya yang mendekatkan diri kepada Allah SWT. Di Indonesia, peran ini diperkuat dengan posisi masjid sebagai pusat penyebaran nilai-nilai moral dan karakter islami yang membentuk dasar spiritualitas masyarakat (Kementerian Agama RI, 2020). Sejarah mencatat bahwa sejak berdirinya Masjid Quba dan Masjid Nabawi, masjid telah menjadi fondasi utama dalam membangun ketaatan religius umat, di mana setiap aktivitas yang dilakukan di dalamnya berorientasi pada penguatan akidah dan ukhuwah islamiyah antarjamaah (Rifa'i, 2022).

Lebih dari sekadar tempat ibadah “ritual”, masjid memegang fungsi sentral sebagai pusat peradaban yang mencakup berbagai dimensi kehidupan publik. Masjid berperan strategis sebagai wadah pendidikan keagamaan, pusat konsultasi sosial, hingga instrumen pemberdayaan ekonomi umat melalui pengelolaan zakat, infak, dan sedekah (Abas, 2024). Sebagai pusat kegiatan komunitas, masjid menjembatani komunikasi sosial yang intensif, menjadikannya pilar penting dalam membentuk modal sosial dan mempererat hubungan kolektif masyarakat Muslim (Awaluddin Hidayat et al., 2024). Integrasi antara fungsi ibadah dan sosial ini memungkinkan masjid hadir sebagai solusi atas berbagai persoalan kemanusiaan, pendidikan, dan kesehatan di tingkat lokal (Mirdad et al., 2023).

Dalam perkembangannya, eksistensi masjid kini dihadapkan pada tuntutan untuk adaptif terhadap dinamika zaman, terutama dengan munculnya teknologi

informasi. Pergeseran perilaku jamaah menuju ruang siber menuntut masjid untuk melakukan transformasi dalam cara mengelola dan mendistribusikan pesan keagamaan agar tetap relevan sebagai ruang publik digital (Syam et al., 2021). Transisi menuju digitalisasi ini bukan sekadar mengikuti tren, melainkan upaya strategis untuk memperluas jangkauan dakwah dan efektivitas tata kelola masjid di tengah masyarakat yang semakin terhubung secara daring. Oleh karena itu, kemampuan masjid dalam memanfaatkan media sosial dan platform digital menjadi krusial untuk memastikan bahwa fungsi pelayanan spiritual dan sosial tetap dapat diakses oleh jamaah di era modern ini.

2.2 TRANSFORMASI MASJID KE DIGITAL: Media Sosial dan Teknologi

Transformasi digital telah membawa pergeseran dalam pola komunikasi masjid, dari model “satu arah” yang bersifat konvensional menuju komunikasi jejaring yang interaktif. Di era mediatisasi, masjid tidak lagi hanya mengandalkan media fisik seperti papan pengumuman atau pengeras suara, melainkan mulai mengadopsi teknologi digital untuk menjaga relevansi di tengah masyarakat (Syam et al., 2021). Kehadiran teknologi informasi memungkinkan masjid untuk mentransformasi aktivitas keagamaan yang bersifat lokal menjadi konten global yang dapat diakses tanpa batasan ruang dan waktu (Lailiyah, 2025). Hal ini menjadi sangat krusial mengingat karakteristik jamaah modern, terutama generasi milenial dan Gen-Z, yang menjadikan ruang siber sebagai sumber utama dalam mencari informasi dan rujukan keagamaan (Kementerian Agama RI, 2020).

Media sosial, khususnya Instagram, telah menjadi pilihan utama bagi institusi masjid dalam membangun visibilitas di ruang publik digital. Melalui fitur-fitur visualnya, Instagram memungkinkan masjid untuk mengonstruksi identitas religius yang lebih segar, dinamis, dan inklusif. Pemanfaatan media sosial ini mengubah wajah dakwah dari sekadar penyampaian pesan teks menjadi representasi visual yang estetis, yang mana hal ini sangat efektif dalam membangun

engagement atau keterikatan dengan jamaah (Awaluddin Hidayat et al., 2024). Sebagai wujud dari praktik digital religion, aktivitas masjid yang sebelumnya hanya bersifat luring kini diproduksi ulang menjadi narasi digital melalui konten dokumentasi yang menunjukkan sisi kemanusiaan dan kehangatan komunitas Muslim.

Lebih jauh, transformasi ini merambah pada aspek tata kelola atau manajemen masjid melalui proses platformisasi. Teknologi digital tidak hanya berfungsi sebagai media promosi, tetapi telah menjadi infrastruktur yang mengatur jalannya aktivitas masjid. Penggunaan fitur platform seperti link-in-bio untuk pendaftaran kajian, sistem donasi berbasis QRIS, hingga penggunaan formulir digital untuk pendataan jamaah menunjukkan bagaimana arsitektur platform kini menjadi bagian tak terpisahkan dari birokrasi masjid modern (Lailiyah, 2025). Platformisasi ini memungkinkan adanya efisiensi dalam mobilisasi massa dan pengumpulan data, yang pada akhirnya memperkuat posisi masjid sebagai institusi yang transparan dan profesional (Abas, 2024).

Pada akhirnya, transformasi digital masjid menciptakan sebuah ruang hibrida di mana aktivitas fisik dan aktivitas digital saling bersinkronisasi. Keberhasilan sebuah masjid di era digital kini sering kali diukur dari kemampuannya mengonversi visibilitas di media sosial menjadi partisipasi nyata di masjid fisik. Dengan mengintegrasikan teknologi ke dalam setiap lini programnya, masjid tidak hanya berhasil memperluas jangkauan dakwahnya, tetapi juga mampu menciptakan ekosistem religius yang lebih partisipatif dan kolaboratif bagi umat di masa depan (Mirdad et al., 2023).

2.3 MASJID JOGOKARIYAN



Gambar 2.1 Logo Masjid Jogokariyan

Masjid Jogokariyan didirikan pada tahun 1966 di Kampung Jogokariyan, Yogyakarta, dengan misi awal sebagai pemersatu umat dan pusat peradaban berbasis komunitas. Nama "Jogokariyan" dipilih untuk melekatkan identitas masjid dengan kampungnya, mengikuti sunnah Rasulullah SAW dalam penamaan masjid seperti Masjid Quba (Ahmad, 2017). Masjid ini dikenal secara nasional karena inovasi manajemennya, terutama prinsip "Saldo Infak Nol Rupiah" yang memastikan setiap dana dari jamaah segera disalurkan kembali dalam bentuk pelayanan umat, sehingga membangun kepercayaan publik yang sangat tinggi. Keberhasilan ini membuat Kementerian Agama RI menetapkan Masjid Jogokariyan sebagai Masjid Percontohan Nasional pada tahun 2016 karena dinilai profesional dalam tata kelola organisasi dan kemakmuran masjid (Hapsari, 2020).

Untuk mendukung operasional dan pemberdayaan jamaah, Masjid Jogokariyan juga mengembangkan berbagai unit bisnis mandiri. Masjid ini memiliki badan usaha produktif seperti Roti Jogokariyan yang memberdayakan warga lokal dan Hotel Syariah (House of Masjid Jogokariyan) yang menjadi salah satu unit usaha penginapan berbasis syariah pertama yang dikelola oleh takmir masjid di Yogyakarta (Azzam & Muhyani, 2019). Keberadaan badan usaha ini memungkinkan masjid memiliki ketahanan ekonomi yang kuat untuk mendanai program-program sosial tanpa membebani kas masjid, sekaligus menciptakan lapangan kerja bagi warga kampung sekitar.



Gambar 2.2 Hotel Milik Masjid Jogokariyan

(source: <https://www.yogyes.com/id/yogyakarta-hotel/budget/house-of-masjid-jogokariyan-kaliurang/>)



Gambar 2.3 Toko Roti Milik Masjid Jogokariyan

(source: https://www.okocenews.com/lebih-dekat-dengan-ok-oce/42015409127/ketua-umum-ok-oce-kunjungi-toko-roti-jogokariyan-apresiasi-bisnis-wakaf-untuk-ekonomi-umat#google_vignette)

Dalam aspek digitalisasi, Masjid Jogokariyan telah menunjukkan langkah progresif jauh sebelum tren digitalisasi masjid meluas. Takmir masjid secara konsisten melakukan publikasi pada platform yang paling diminati pada masanya, dimulai dari penggunaan Facebook pada tahun 2011, kemudian merambah ke Twitter, hingga saat ini menjadikan Instagram sebagai pusat publikasi utama aktivitas dakwahnya. Transformasi ini menunjukkan bahwa Masjid Jogokariyan sangat adaptif terhadap perubahan perilaku konsumsi informasi jamaah, berpindah dari media konvensional ke ruang siber untuk memperluas jangkauan syiar dan koordinasi umat secara lebih luas.

Eksistensi Jogokariyan juga diperkuat dengan strategi branding dan campaign yang kreatif sejak tahun 2013. Salah satu langkah fenomenal adalah kampanye "Kampung Ramadhan" melalui pembagian kaos gratis kepada para tukang becak sebagai sarana promosi berjalan, serta produksi kaos khas bertuliskan "Kapan ke Jogokariyan Lagi?" yang diperjualbelikan sebagai cinderamata sekaligus penguat ikatan emosional jamaah. Selain itu, profesionalisme masjid dalam mengelola acara besar seperti Idul Adha telah diakui sejak 2013 dengan keberhasilan menggandeng sponsor formal yang tercantum pada atribut kegiatan. Profesionalisme manajemen yang dilakukan Jogokariyan saat ini merupakan kelanjutan dari fondasi kreatif yang telah dibangun selama lebih dari satu dekade.

2.4 AKTIVITAS KEAGAMAAN DIGITAL DI MASJID JOGOKARIYAN

Berbagai inovasi manajemen dan jejak digital yang telah dibangun sejak 2011, menjadi fondasi utama bagi berlangsungnya aktivitas keagamaan di Masjid Jogokariyan. Transformasi dari penggunaan Facebook hingga kini merambat ke Instagram yang menjadi platform utama bukan sekadar perubahan medium, melainkan bentuk adaptasi penyebaran aktivitas ibadah dan sosial agar tetap relevan dengan kebutuhan jamaah. Aktivitas keagamaan di masjid ini kini diproduksi sedemikian rupa agar dapat diakses secara luas melalui ekosistem digital yang tidak hanya dirasakan oleh jamaah fisik di lokasi masjid saja.



Gambar 2.4 Contoh Poster Kegiatan Masjid Tahun 2011



Gambar 2.5 Contoh Poster Kegiatan Masjid Tahun 2014



Gambar 2.6 Contoh Poster Kegiatan Masjid Tahun 2013



Gambar 2.7 Kegiatan Masjid Masuk dalam Harian Jogja

2.4.1 Penyelenggaraan Kajian Rutin Mingguan



Gambar 2.8 Contoh Unggahan Kajian Rutin Mingguan

Aktivitas utama yang menjadi ruh dari Masjid Jogokariyan adalah penyelenggaraan kajian rutin yang diadakan setiap minggunya dengan menghadirkan narasumber dari berbagai latar belakang keilmuan, mulai dari tokoh nasional hingga akademisi. Agar informasi ini menjangkau audiens yang lebih luas, terutama generasi milenial dan Gen-Z, takmir masjid memanfaatkan Instagram secara intensif melalui unggahan poster yang estetik di feed serta pengingat harian melalui Instagram Story. Tidak hanya berhenti pada penyebaran informasi, kajian ini juga ditayangkan secara langsung (live streaming) maupun dipublikasikan kembali dalam bentuk rekaman utuh melalui kanal YouTube resmi. Integrasi multi-platform ini memungkinkan materi dakwah diakses secara sinkron oleh jamaah yang tidak hadir secara fisik, menciptakan ruang belajar keagamaan yang melampaui batas geografis dan waktu.

2.4.2 Kolaborasi Eksternal dan Program Internship Kreatif



Gambar 2.9 Contoh Unggahan Kolaborasi Eksternal



Gambar 2.10 Contoh Unggahan Program Internship Masjid

Masjid Jogokariyan secara progresif melakukan kolaborasi dengan pihak eksternal untuk menciptakan aktivitas yang inklusif, seperti keterlibatan dalam acara seni budaya Lir-Ilir Fest hingga kolaborasi unik dengan figur publik seperti penyanyi Tulus yang memberikan nuansa dakwah yang lebih cair dan populer. Untuk menjaga profesionalisme publikasi tersebut, pada tahun 2026 masjid ini membuka program internship (magang) untuk memperkuat divisi kreatifnya. Program ini mencari talenta profesional di bidang Fotografer, Videografer, Desainer Grafis, Video Editor, tim Live Streaming, hingga Talent atau pembawa acara. Langkah strategis ini membuktikan bahwa aktivitas keagamaan di Jogokariyan

telah dikelola dengan standar industri kreatif, memastikan setiap pesan keagamaan dan sosial dikemas dengan visualisasi modern yang mampu bersaing di tengah hiruk-pikuk konten media sosial.

2.4.3 Dokumentasi Aktivitas dan Transparansi



Gambar 2.11 Contoh Unggahan Dokumentasi

Sebagian besar wajah publikasi Instagram Masjid Jogokariyan diisi oleh konten dokumentasi kegiatan yang telah terlaksana, mulai dari kompilasi aktivitas warga saat persiapan Idul Adha hingga suasana dapur umum saat Ramadan. Konten dokumentasi ini tidak hanya berfungsi sebagai arsip digital, tetapi juga sebagai instrumen transparansi publik yang menunjukkan bagaimana amanah jamaah dikelola secara nyata di lapangan. Melalui visualisasi momen-momen autentik dan kebersamaan jamaah, masjid berhasil membangun narasi mengenai religiusitas yang aktif, hidup, dan komunal. Dokumentasi ini secara efektif memperkuat public trust (kepercayaan publik), di mana jamaah dapat melihat langsung dampak dari partisipasi dan donasi yang mereka berikan melalui representasi visual yang jujur dan menggugah.

2.4.4 Dakwah Murni



Gambar 2.12 Contoh Unggahan Dakwah Murni

Meskipun porsi konten dokumentasi dan ajakan partisipasi sangat dominan, Masjid Jogokariyan tetap konsisten memproduksi konten dakwah murni yang berisi pesan-pesan normatif keagamaan. Konten ini umumnya berupa kutipan ayat suci Al-Qur'an, hadis pilihan, maupun nasihat singkat dari para ulama yang disajikan dengan desain grafis minimalis. Penempatan konten dakwah murni ini berfungsi sebagai jangkar spiritual yang menjaga identitas masjid sebagai lembaga otoritas keagamaan di tengah berbagai inovasi program sosial lainnya.