

Penguatan Kompetensi Da'i Mahasiswa Melalui Pelatihan Produksi Konten Dakwah Digital

Muhammad Choirin ^{1*}, Hadiyan², Tajudin ³, Moch. Iqbal ⁴, Laila Chomariah⁵,
Imam Irawan⁶,

^{1,2,3,5,6} Universitas Muhammadiyah Jakarta, Jakarta

⁴ Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Yogyakarta

Email : muhammad.choirin@umj.ac.id*

Abstract :

Adaptive communication skills to the development of social media are a requirement for preachers due to the transformation of preaching in the digital era. However, it was found that FAI UMJ students, as prospective digital generation preachers, still have limitations in the conceptual and technical aspects of producing digital media-based preaching content. This Community Service (PkM) activity aims to improve students' competency in digitizing preaching messages through video content production training. The implementation method is carried out through the stages of planning, preparation, implementation, both conceptual and practical, and evaluation. This activity was attended by 25 participants, with the evaluation results from the pre-test to the post-test increasing by 35.4%. In other words, 84% of participants experienced a significant increase in their understanding of digital preaching concepts and initial video content production skills. Therefore, this activity indicates that the practice-based learning approach is effective in improving students' media literacy and preaching communication skills.

Keywords : Media Literacy, Digital Da'wah; Social Media; Da'i Competencies

Abstrak :

Kompetensi komunikasi yang adaptif terhadap perkembangan media sosial menjadi tuntutan yang harus dimiliki oleh da'i akibat transformasi dakwah di era digital. Akan tetapi, temuan bahwa mahasiswa FAI UMJ sebagai calon da'i generasi digital masih keterbatasan dalam aspek konseptual dan teknis produksi konten dakwah berbasis media digital. Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini bertujuan untuk meningkatkan kompetensi mahasiswa dalam mendigitalisasi pesan dakwah melalui pelatihan produksi konten video. Metode pelaksanaan dilakukan melalui tahapan perencanaan, persiapan, pelaksanaan baik secara konseptual dan praktis, serta evaluasi. Kegiatan ini diikuti sebanyak 25 peserta dengan hasil evaluasi dari pre-tes ke post-test naik sebesar sebesar 35,4%. Dengan kata lain, 84% peserta mengalami peningkatan signifikan dalam pemahaman konsep dakwah digital dan keterampilan awal produksi konten video. Sehingga kegiatan ini mengindikasikan bahwa pendekatan pelatihan berbasis praktik (*practice-based learning*) efektif dalam meningkatkan literasi media dan kompetensi komunikasi dakwah mahasiswa.

Kata Kunci: Literasi Media, Dakwah Digital; Media Sosial; Kompetensi Da'i

PENDAHULUAN

Pesatnya kemajuan teknologi industri dan teknologi informasi di era revolusi industri 4.0 telah melahirkan peradaban baru bagi umat manusia. Hampir seluruh aspek kehidupan manusia yang semula bersifat tradisional dan konvensional harus mengikuti arus modernisasi dan digitalisasi. Anthony Giddens melihat perubahan ini sebagai bentuk budaya baru yang tidak dapat ditolak kehadirannya. Siapapun harus siap menyesuaikan pola hidupnya dan mengikuti setiap perkembangan teknologi yang terjadi. (Wibowo, 2020)

Terlebih pada komponen religiusitas masyarakat muslim juga mengalami perubahan dalam berbagai aspek, terutama dalam bidang dakwah. Dakwah saat ini menghadapi banyak tantangan dan peluang yang sangat kompleks. Aktivitas dakwah tidak lagi hanya dilakukan di majelis taklim atau secara lisan atau verbal dari mimbar ke mimbar. Pesan dakwah harus mampu memenuhi kebutuhan masyarakat untuk mendapatkan informasi tentang prinsip-prinsip keislaman. Dalam bukunya, Muhtadi mengingatkan betapa pentingnya melakukan ijtihad dakwah agar dapat menyesuaikan diri dengan perubahan zaman dan dapat dikomunikasikan melalui berbagai media. (Muhtadi, 2005)

Khususnya, Pandemi Covid 2019 telah membawa banyak perubahan pada aktifitas kegiatan dakwah seperti ceramah dan kajian Islam. Sehingga adanya tren dakwah, ceramah, dan kajian Islam yang sebelumnya dilaksanakan secara tatap muka di lokasi tertentu, masjid misalnya, menjadi dilaksanakan secara dalam jaringan. Di era digital, banyak ceramah dan kajian yang di akukan secara virtual melalui platform online. Beberapa platform yang kerap kali digunakan untuk berdakwah diantaranya Youtube, Instagram, Tiktok dan lain sebagainya. Platform ini memiliki menyediakan konten dakwah yang dimuat dengan berbagai metode. Terdapat channel dakwah menggunakan video animasi yang diperuntukkan anak-anak. Ada pula video dan siaran langsung atau live streaming ceramah ustaz yang biasanya diminati kalangan usia di atas. (A'raaf K & dkk, 2021)

Berdasarkan laporan *We Are Social* menunjukkan dari 77% populasi Indonesia menjadi pengguna internet aktif atau mencapai 212,9 juta orang pada Januari 2023. (KOMINFO, 2023) Berdasarkan data tersebut, jumlah pengguna internet di Indonesia sangat besar dan generasi muda adalah pengguna internet yang paling banyak. Internet dan media sosial menjadi salah satu medium atau tempat untuk mencari dan memperoleh referensi ilmu keagamaan. Hadirnya internet dan media sosial menjadikan segala informasi, termasuk informasi yang berkaitan dengan kehidupan keagamaan menjadi sangat terbuka dan mudah diakses. (Ummah, 2020)

Salah satunya, *platform* youtube sudah banyak dimanfaatkan sebagai media dakwah seperti yang dilakukan Oki Setiana Dewi yang membuat konten dakwah dan diunggah melalui akun channel OSD Official yang cukup menarik perhatian masyarakat. (Putri & dkk, 2022) Dengan platform yang sama, Khalid Basalamah juga menjadikan youtube sebagai salah satu media yang dapat dijadikan sebagai gerakan dakwah yang bersifat masif. (Mustafa & Mangkarto, 2022) Hal tersebut dapat dibuktikan dengan jumlah subscriber pada akun

channel Oki Setiana Dewi yang berjumlah 321 juta, yang kemudian disusul oleh Khalid Basalamah dengan jumlah 2,88 juta subscriber.

Dalam model penerimaan teknologi Davis, secara argumentatif menegaskan bahwa perkembangan teknologi akan menghadirkan perangkat yang mudah digunakan (*perceived easy to use*) dan memberi manfaat (*perceived usefulness*) bagi penggunanya. (Davis, 1989)

Tentu kemudahan tersebut memberikan tantangan baru bagi para da'i untuk menyusun dan menentukan strategi dakwah yang tepat di media sosial. Sebagai media baru, media sosial banyak menawarkan berbagai fitur (layanan) interaksi antar pengguna dengan lebih cepat (*up to date*) dan mudah. Media sosial juga memberi fasilitas bagi para penggunanya untuk membangun komunitas virtual (*virtual community*) sesuai dengan klasifikasi dan karakter penggunanya masing-masing. Beragam fenomena yang muncul secara maya di media sosial tersebut harus menjadi daya tarik bagi para da'i untuk mendigitalisasi dakwahnya dalam berbagai format. Tentu digitalisasi dakwah ini tidak ringan dan mudah, para da'i diharapkan mampu mengemas konten dakwah dalam bentuk video agar memiliki daya tarik yang dapat digemari oleh objek dakwah (*mad'u*) yang bertujuan untuk menginformasikan dan mempromosikan pesan sehingga dapat merubah perilaku *mad'u*.

Hal ini menjadikan media sosial menjadi tempat baru bagi pengguna internet (*user*) untuk mendapatkan informasi dengan cepat dan mudah. bahkan menjadikannya referensi baru untuk studi Islam. Faktanya, para da'i harus dapat menyesuaikan dakwah mereka untuk memenuhi tuntutan teknologi saat ini. Akan tetapi pemanfaatan akan media sosial oleh mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta (FAI UMJ) dalam menyebarkan dakwah belum berjalan secara maksimal yang disebabkan karena keterbatasan mereka dalam membuat konten dakwah secara komprehensif dan menarik. Untuk itu guna meningkatkan kompetensi da'i mahasiswa FAI UMJ perlu dilakukannya workshop agar mereka terampil membuat konten dakwah secara komprehensif dan menarik, baik dari sisi pengambilan gambar atau video, pemilihan materi serta ketepatan pada isi pembahasan.

METODE PELAKSANAAN

1. Sasaran Kegiatan

Sasaran kegiatan PkM ini adalah mahasiswa FAI UMJ yang memiliki minat, potensi, dan orientasi pengembangan diri dalam bidang dakwah, tetapi belum memiliki kapasitas secara teknis dan konseptual secara komprehensif terkait produksi konten video dakwah berbasis media digital, seperti aspek perencanaan pesan (*message planning*), penguasaan prinsip retorika dakwah, teknik pengambilan dan penyuntingan video, serta mengemas materi keislaman. Oleh karena itu, dipandang perlu dilaksanakannya PkM ini bagi mahasiswa di lingkungan FAI UMJ sebagai calon da'i generasi digital sebagai bentuk penguatan kapasitas melalui intervensi pelatihan terstruktur guna meningkatkan literasi media, keterampilan produksi konten, dan kemampuan dalam menyampaikan pesan dakwah secara digital yang efektif dan bertanggung jawab.

2. Tahapan Kegiatan

a. Perencanaan

Tahap perencanaan dilakukan empat dosen dan dua mahasiswa serta satu tenaga kependidikan untuk menetapkan tanggal dan waktu pelaksanaan.

b. Persiapan

Tahap persiapan yang dilaksanakan oleh tim pelaksana diantaranya adalah koordinasi tempat pelaksanaan, penyusunan materi pelatihan dan memastikan jumlah peserta yang bersedia mengikuti kegiatan.

c. Pelaksanaan

Merupakan tahap inti dari pelaksanaan dengan mentransfer pengetahuan dan keterampilan yang terdiri dari sesi teori dan praktik pembuatan konten video dakwah

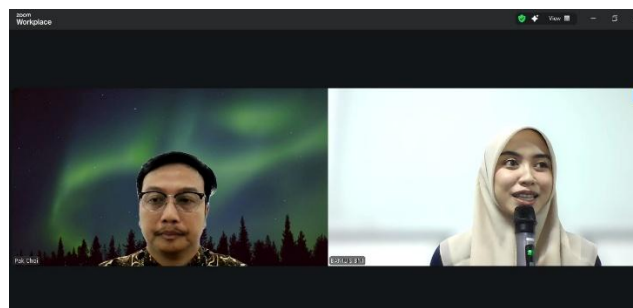
d. Evaluasi

Tahap evaluasi merupakan fase akhir yang dilakukan oleh tim PkM sebagai refleksi dari rangkaian kegiatan PkM secara keseluruhan, termasuk melakukan pos-test terhadap peserta kegiatan.

HASIL KEGIATAN DAN PEMBAHASAN

Kegiatan penguatan kompetensi da'i melalui pembuatan konten dakwah berbasis digital dilaksanakan pada Kamis, 18 September 2025 dan diikuti oleh 25 mahasiswa Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta. Kegiatan ini dilaksanakan dengan dua materi, yaitu penguatan konseptual dan praktik produksi konten dakwah digital, yang diakhiri dengan evaluasi hasil kegiatan berupa *post-test* terhadap mahasiswa yang mengikuti kegiatan.

Pada tahap pertama, pemaparan materi mengenai transformasi dakwah di era digital disampaikan oleh tim pelaksanaan PkM yaitu Muhammad Choirin yang dilaksanakan melalui *zoom meeting* terkait urgensi literasi media bagi da'i, serta strategi komunikasi dakwah yang efektif di media sosial yang mencakup materi perencanaan pesan (*message planning*), pemilihan tema yang kontekstual, penyusunan struktur narasi dakwah, serta prinsip retorika yang komunikatif dan persuasif. Pendekatan ini sejalan dengan paradigma dakwah digital yang menempatkan media sosial sebagai ruang komunikasi interaktif, di mana pesan keagamaan tidak hanya disampaikan secara satu arah, tetapi diproduksi dan dikonstruksi dalam konteks audiens digital yang partisipatif.



Gambar 1. Pemateri Pertama

Setelah pemaparan materi, dilanjutkan dengan kegiatan praktik berupa memproduksi konten video dakwah yang terdiri dari bagaimana menyusun

konsep kreatif, merancang alur pesan, melakukan teknik pengambilan gambar, serta menyampaikan materi secara efektif di depan kamera. Dalam praktik ini, mahasiswa diarahkan untuk memperhatikan unsur keseimbangan (*balance*), irama (*rhythm*), penekanan (*emphasis*), dan kesatuan (*unity*) sebagai prinsip estetika visual yang mendukung kejelasan substansi pesan dakwah. Di mana, pada kegiatan praktik ini dilaksanakan secara berkelompok guna mengkolaborasikan ide, gagasan dan kreatifitas mahasiswa (Maulan, Anam, Choirin, & Yumna, 7 C.E.).



Gambar 2. Peserta Pelatihan



Gambar 3. Pemateri Kedua

Pada tahap akhir, dilakukan evaluasi guna mengukur ketercapaian dari tujuan pelatihan ini. Di mana, berdasarkan penilaian hasil akhir, ditunjukkan bahwa pelatihan ini mampu meningkatkan kemampuan kompetensi mahasiswa dengan rata-rata skor dari 63,2 pada pre-test menjadi 85,6 pada post-test, yang berarti terjadi kenaikan sebesar 35,4%. Dari 25 peserta, sebanyak 21 mahasiswa (84%) mengalami peningkatan skor yang signifikan, sementara 4 peserta menunjukkan peningkatan moderat. Secara kualitatif, refleksi peserta juga menunjukkan peningkatan kepercayaan diri dalam menyampaikan materi dakwah di depan kamera serta pemahaman yang lebih sistematis mengenai struktur penyusunan konten digital.



Gambar 4. Praktik Pembuatan Konten Dakwah



Gambar 5. Penyerahan Sertifikat kepada Pemateri

Temuan ini mengindikasikan bahwa pelatihan berbasis praktik (*practice-based learning*) efektif dalam meningkatkan literasi media dan kompetensi dakwah mahasiswa di era digital. Program ini memperlihatkan bahwa dakwah

digital memerlukan integrasi antara penguasaan substansi keislaman dan kemampuan komunikasi visual-audiovisual. Dengan demikian, kegiatan ini dapat direkomendasikan sebagai model penguatan kapasitas da'i mahasiswa yang responsif terhadap dinamika transformasi komunikasi keagamaan di ruang publik digital.

KESIMPULAN

Kegiatan PkM pembuatan produksi konten dakwah digital yang dilaksanakan di FAI UMJ dengan melibatkan 25 peserta berhasil meningkatkan pemahaman konseptual dan keterampilan teknis mahasiswa. Integrasi antara penguatan teori dakwah digital dan praktik produksi konten video mampu meningkatkan literasi media, kemampuan komunikasi, serta kepercayaan diri mahasiswa dalam mendigitalisasi pesan keislaman. Selain itu, hasil evaluasi *pre-test* dan *post-test* yang meningkat memberikan indikasi bahwa pendekatan pelatihan berbasis praktik (*practice-based learning*) relevan dan adaptif dalam menjawab tantangan transformasi dakwah di era digital.

REFERENSI

- A'raaf K IM, dkk. Penggunaan Aplikasi Youtube Sebagai Media Dakwah di Era Pandemi COVID-19. *Aplikasia: Jurnal Aplikasi Ilmu-ilmu Agama*. 2021;21(2).
- Davis F. Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, and User Acceptance Of Information Technology. *MIS Quarterly*. 1989;13(3):319-340.
- Gullen F. *Dakwah: Jalan Terbaik Dalam Berpikir dan Menyikapi Hidup*. Jakarta: Republika; 2011.
- Hafidhuddin D. *Islam Aplikatif*. Jakarta: Gema Insani Press; 2003.
- Ibn Zakariya AI. *Mu'jam Maqayis al-Lughah*. Beirut: Dar al-Jail; 1999.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. Kembangkan Ekonomi Digital, Indonesia Butuh Talenta Digital Berkualitas [Internet]. 2023 Jan 3 [cited 2026 Feb 26]. Available from: https://www.kominfo.go.id/content/detail/47689/siaran-pers-no-28hmkominfo032023-tentang-kembangkan-ekonomi-digital-indonesia-butuh-talenta-digital-berkualitas/0/siaran_pers
- Maulan, R., Anam, M. K., Choirin, M., & Yumna, L. (7 C.E.). PENGARUH LITERASI KEUANGAN DAN GAYA HIDUP TERHADAP PENGELOLAAN KEUANGAN DAI BEKASI PADA MASA PENDEMI COVID 19. *AL-KHARAJ: JURNAL EKONOMI, KEUANGAN & BISNIS SYARIAH*, 1.
- Muhtadi AS. *Pribumisasi Islam: Ikhtiar Menggagas Fiqh*. Bandung: Pustaka Setia; 2005.
- Mustafa, Mangkarto RK. Analisis Gerakan Dakwah Khalid Basalamah di YouTube. *Ahsan: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*. 2022;1(1):1-18.
- Putri DI, dkk. Efektivitas Dakwah di Media Sosial Pada Akun Youtube: Oki

Setiana Dewi. *Al-Ittishol: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*. 2022;3(2):98–109.

Suriati. Efektivitas Pengajian Rutin dalam Meningkatkan Perilaku Beragama Masyarakat. *Jurnal Al-Misbah*. 2015;11(1).

Ummah AH. Dakwah digital dan generasi milenial. *Jurnal Tasamuh*. 2020;18(1).

Wibowo A. Digitalisasi Dakwah di Media Sosial Berbasis Design Komunikasi Visual. *Jurnal Bimbingan Penyuluhan Islam*. 2020;2(2):179–189.