

Membangun Kreativitas Dakwah Islam Melalui Workshop Media Digital di Desa Legokhuni

Fauzan¹, Rina Nurhasanah Islamiati², Eky Ayu Sundari³, Ajat Saputra⁴

^{1,2,3,4} STAI Riyadhul Jannah Subang, Indonesia

Received : 17 September 2025, Revised : 2 Oktober 2025, Published : 17 Oktober 2025

Corresponding Author

Nama Penulis: Fauzan

E-mail: fauzanhadiman16@gmail.com

Abstrak

Perkembangan teknologi digital menuntut adanya inovasi dalam metode dakwah agar tetap relevan dengan generasi muda. Program pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kreativitas dakwah Islam melalui penyelenggaraan workshop media digital di Desa Legokhuni. Kegiatan dilaksanakan dengan metode Participatory Action Research (PAR) yang melibatkan 39 peserta tingkat SMP dan SMA. Tahapan kegiatan meliputi identifikasi masalah, perencanaan materi, pelatihan pembuatan konten digital, serta evaluasi hasil. Peserta dibekali keterampilan dasar literasi digital Islami, desain grafis, editing audio-visual, dan strategi distribusi konten dakwah melalui media sosial. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam memanfaatkan media digital untuk dakwah yang kreatif, menarik, dan sesuai dengan nilai-nilai Islam. Pengabdian ini berkontribusi dalam pemberdayaan remaja sebagai agen dakwah digital sekaligus memperkuat peran media sosial sebagai sarana penyebaran nilai-nilai keislaman yang lebih luas, adaptif, dan berkelanjutan.

Kata kunci – dakwah islam, era digital, kreativitas, workshop media digital, pengabdian masyarakat

Abstract

The rapid development of digital technology requires innovative approaches in Islamic da'wah to remain relevant for the younger generation. This community service program aimed to enhance Islamic da'wah creativity through a digital media workshop held in Legokhuni Village. The program applied the Participatory Action Research (PAR) method, involving 39 junior and senior high school students. The stages included problem identification, material planning, digital content creation training, and evaluation. Participants were equipped with essential skills in Islamic digital literacy, graphic design, audio-visual editing, and strategies for distributing da'wah content via social media. The results indicated an improvement in participants' knowledge and skills in utilizing digital media for creative and engaging Islamic da'wah in line with Islamic values. This community service contributes to empowering youth as digital da'wah agents while strengthening the role of social media as a medium for spreading Islamic values in a broader, adaptive, and sustainable manner.

Keywords - islamic da'wah, digital era, creativity, digital media workshop, community engagement

How To Cite : Fauzan, F., Islamiati, R. N., Sundari, E. A., & Saputra, A. (2025). Membangun Kreativitas Dakwah Islam Melalui Workshop Media Digital di Desa Legokhuni . Jurnal Pengabdian Masyarakat Bhinneka, 4(2), 1038-1045. <https://doi.org/10.58266/jpmb.v4i2.526>

Copyright ©2025 Fauzan Fauzan, Rina Nurhasanah Islamiati, Eky Ayu Sundari, Ajat Saputra

This work is licensed under Creative Commons Attribution License 4.0 CC-BY International license



PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi pada era digital telah membawa perubahan signifikan dalam kehidupan masyarakat, terutama di kalangan remaja tingkat SMP dan SMA (Darwis, 2021). Akses internet yang semakin mudah menjadikan media sosial seperti YouTube, Instagram, TikTok, dan podcast sebagai bagian dari keseharian mereka (Fauzi, 2020). Media ini tidak hanya digunakan sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai wadah belajar dan interaksi sosial. Namun, realitas di lapangan menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial oleh generasi muda lebih banyak digunakan untuk hiburan, bahkan seringkali terpapar oleh konten yang bersifat negatif dan tidak mendidik (Munir, 2021).

Kondisi tersebut menunjukkan masih rendahnya literasi digital Islami di kalangan remaja (Susanto, 2021). Sebagian besar dari mereka belum memahami secara utuh etika bermedia, kemampuan menyaring informasi, serta keterampilan dalam menggunakan media digital secara bijak, aman, dan sesuai dengan nilai-nilai Islam. Padahal, derasnya arus informasi di era digital tidak hanya membawa peluang, tetapi juga risiko misinformasi, hoaks, serta penyalahgunaan media sosial (Syamsuddin, 2021). Jika tidak dibekali kemampuan literasi digital yang memadai, generasi muda akan rentan terhadap pengaruh negatif media digital.

Dalam konteks dakwah Islam, perkembangan ini menuntut adanya inovasi yang lebih kreatif agar pesan dakwah tetap relevan dengan dinamika zaman (Hidayat, 2021). Metode dakwah konvensional yang berbasis ceramah tatap muka mulai menghadapi keterbatasan dalam menjangkau audiens yang lebih luas, khususnya generasi milenial dan Gen Z. Oleh karena itu, pemanfaatan media digital menjadi salah satu solusi strategis untuk mengemas pesan dakwah secara menarik, interaktif, dan mudah diterima (Rahmawati, 2022). Media sosial dapat berfungsi sebagai ruang baru dakwah yang mampu menjangkau masyarakat lintas usia, ruang, dan waktu.

Workshop media digital sebagai program pengabdian masyarakat hadir sebagai jawaban atas tantangan tersebut (Fauzi, 2020). Melalui kegiatan ini, remaja didorong untuk tidak hanya menjadi konsumen media, tetapi juga mampu berperan sebagai kreator konten Islami yang positif, inspiratif, dan bermanfaat (Rahmawati, 2022). Selain meningkatkan literasi digital Islami, workshop ini juga membekali peserta dengan keterampilan praktis dalam desain grafis, produksi audio-visual, serta strategi pemanfaatan media sosial untuk dakwah (Susanto, 2021). Dengan demikian, program ini diharapkan dapat menumbuhkan generasi muda yang produktif, kreatif, sekaligus berkontribusi dalam penyebaran nilai-nilai Islam melalui jalur digital.

METODE

Kegiatan workshop media digital dalam keterlibatan peserta secara langsung (Khafsoh & Riani, 2024). Metode yang diterapkan adalah Participatory Action Research (PAR), yaitu pendekatan yang mendorong keterlibatan aktif partisipan dalam setiap tahap mulai dari identifikasi masalah, perencanaan, pelaksanaan, hingga refleksi bersama (Najmah et al., 2024). Model PAR ini sangat relevan dalam konteks pengabdian masyarakat karena dapat memperkuat rasa memiliki (sense of belonging) di kalangan peserta sekaligus memberikan dasar bagi keberlanjutan dampak kegiatan (Jauhari & Taufiqurrohman, 2024).

Kegiatan workshop diikuti oleh 39 remaja SMP dan SMA. Adapun tahapan penelitian meliputi:

1. Identifikasi Masalah : dilaksanakan melalui diskusi kelompok untuk memahami pola penggunaan media digital oleh remaja serta tantangan dakwah digital yang mereka hadapi (Khafsoh & Riani, 2024).
2. Perencanaan Kegiatan : menyusun materi workshop seperti literasi digital Islami, desain grafis, produksi konten audio-visual, dan strategi distribusi konten di media sosial (Najmah et al., 2024).
3. Pelaksanaan Workshop : dilakukan secara partisipatif, melibatkan peserta dalam praktik langsung pembuatan konten Islami (Jauhari & Taufiqurrohman, 2024).

4. Refleksi dan Evaluasi : peserta memberikan umpan balik terhadap aktivitas, kemudian bersama-sama menyusun strategi keberlanjutan dakwah digital. Evaluasi ini menjadi langkah penting untuk mempertajam arah selanjutnya (Khafsoh & Riani, 2024; Najmah et al., 2024).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kreativitas Dakwah Islam di Era Digital

Kreativitas dakwah Islam di era digital adalah kemampuan para da'i atau lembaga dakwah dalam menghadirkan inovasi, ide baru, serta pendekatan yang segar dalam menyampaikan pesan Islam melalui pemanfaatan teknologi digital dan media sosial. Kreativitas ini tidak hanya berfokus pada isi dakwah, tetapi juga pada cara pengemasan, strategi komunikasi, serta media yang digunakan agar lebih sesuai dengan karakteristik masyarakat modern, khususnya generasi milenial dan Gen Z. Menurut Anshari (2020), kreativitas dalam dakwah digital adalah upaya adaptasi dakwah dengan perkembangan teknologi agar pesan keagamaan dapat disebarkan lebih cepat, luas, dan efektif.

Revolusi digital telah mengubah cara masyarakat berkomunikasi, berinteraksi, dan mengakses informasi. Media sosial, website, podcast, dan video streaming menjadi saluran utama yang digunakan masyarakat untuk memperoleh pengetahuan, termasuk keagamaan. Oleh karena itu, dakwah Islam dituntut untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi ini (Munir, 2020).

Generasi milenial dan Gen Z lebih menyukai konten singkat, interaktif, dan visual dibandingkan dengan metode ceramah panjang. Hal ini mendorong pentingnya kreativitas dalam dakwah agar pesan agama tidak dianggap kaku, melainkan relevan dengan gaya hidup digital masyarakat (Nasrullah, 2020).

Era digital tidak hanya membawa kemudahan, tetapi juga banjir informasi yang bercampur antara yang positif dan negatif. Banyak konten yang bertentangan dengan nilai-nilai Islam, sehingga diperlukan dakwah kreatif untuk menghadirkan alternatif tontonan yang menyejukkan dan membimbing masyarakat (Rohman, 2020).

Seorang da'i tidak hanya dituntut menguasai ilmu agama, tetapi juga keterampilan digital agar dakwah dapat lebih efektif. Tanpa literasi digital, pesan dakwah akan sulit bersaing dengan konten lain yang lebih menarik secara visual. Oleh karena itu, kreativitas menjadi kunci utama dalam dakwah Islam di era digital (Kurniawan, 2020).

Era digital membuka peluang besar bagi dakwah untuk menjangkau audiens global tanpa batas ruang dan waktu. Konten dakwah yang kreatif dan menarik dapat tersebar secara viral dan menjangkau jutaan orang dalam waktu singkat. Hal ini menunjukkan bahwa kreativitas dalam dakwah merupakan kebutuhan mendesak untuk menghadapi era digital (Syamsuddin, 2020).

Berikut ini beberapa Kreativitas Dakwah Islam di Era Digital yaitu :

1. Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Dakwah

Media sosial seperti Facebook, Instagram, YouTube, dan TikTok menjadi sarana paling efektif dalam menyampaikan pesan dakwah. Kreativitas terlihat dari cara da'i mengemas pesan keagamaan dalam bentuk video singkat, poster digital, infografis, maupun live streaming yang interaktif. Menurut Nasrullah (2020), media sosial berfungsi bukan hanya sebagai ruang komunikasi, tetapi juga sebagai ruang dakwah yang mampu menjangkau masyarakat luas tanpa batas ruang dan waktu.

2. Produksi Konten Dakwah Visual dan Audio-Visual

Konten dakwah tidak lagi terbatas pada teks panjang, melainkan dapat dikemas melalui video dakwah singkat, animasi Islami, podcast, hingga film pendek. Hal ini memudahkan audiens, khususnya generasi muda, untuk memahami pesan agama dengan lebih menarik. Munir (2020) menegaskan bahwa dakwah berbasis audio-visual lebih mudah diterima karena sesuai dengan gaya konsumsi informasi masyarakat digital.

3. Desain Grafis dan Infografis Islami

Infografis yang menampilkan kutipan ayat Al-Qur'an, hadis, atau pesan moral Islami

dalam bentuk desain grafis yang sederhana namun menarik menjadi salah satu bentuk kreativitas dakwah. Desain ini bisa dengan mudah dibagikan di media sosial dan lebih cepat dipahami masyarakat karena bersifat visual. Menurut Kurniawan (2020), visualisasi pesan dakwah mampu meningkatkan daya tarik serta efektivitas komunikasi keagamaan.

4. Pemanfaatan Aplikasi Dakwah Digital

Selain media sosial, kreativitas dakwah juga hadir melalui aplikasi Islami seperti aplikasi doa, tafsir Al-Qur'an digital, e-book Islami, dan platform pengajian online. Kehadiran aplikasi ini membantu umat Islam mengakses materi dakwah secara praktis dan kapan saja. Anshari (2020) menyebut bahwa aplikasi dakwah digital menjadi bentuk modernisasi dakwah yang selaras dengan perkembangan teknologi.

5. Interaksi Virtual dalam Dakwah Online

Kreativitas dakwah di era digital tidak hanya bersifat satu arah, tetapi juga melibatkan interaksi dua arah melalui webinar, kajian online via Zoom, WhatsApp Group dakwah, hingga forum diskusi daring. Rohman (2020) menilai bahwa interaksi virtual mampu menghadirkan kedekatan emosional antara da'i dan jamaah meskipun dilakukan secara daring, sehingga dakwah tetap terasa hidup dan dinamis.

Beberapa penelitian terdahulu menegaskan pentingnya kreativitas dakwah digital. Aliffiani Ayu Nurrohman (2021) menyatakan bahwa media sosial, khususnya Instagram, menjadi medium utama dalam menghubungkan da'i dengan generasi muda. Namun, penelitian tersebut belum menekankan pada model pemberdayaan partisipatif. Penelitian Setiawan (2024) menyoroti efektivitas audio-visual dalam dakwah, tetapi tidak memberi gambaran empiris tentang dampak kegiatan pelatihan. Sementara penelitian Wahyuni (2023) mengungkapkan bahwa banjir informasi digital membutuhkan konten Islami yang kreatif, tetapi tidak memaparkan proses pembentukan keterampilan peserta dakwah.

Pengabdian masyarakat ini hadir untuk melengkapi kesenjangan tersebut dengan menampilkan bukti nyata hasil workshop media digital. Melalui kegiatan pengabdian masyarakat berbasis partisipasi, pemuda tidak hanya diperkenalkan pada konsep dakwah digital, tetapi juga menghasilkan produk konten Islami yang dipublikasikan di media sosial. Dengan demikian, kontribusi penelitian ini adalah menyajikan data empiris berupa karya konten dakwah peserta, tanggapan audiens, serta keberlanjutan produksi konten pasca-workshop.

Terdapat data dari penyelenggaraan workshop diikuti oleh 39 peserta. Selama 1 hari kegiatan, peserta dilibatkan dalam praktik pembuatan konten Islami berbasis media digital. Hasil konkret yang diperoleh bahwa peserta memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai urgensi pemanfaatan media digital sebagai sarana dakwah yang relevan dengan generasi muda. Dari adanya kegiatan workshop juga terciptanya pengetahuan baru mengenai bagaimana cara membuat konten dakwah, konsep pembuatan konten, serta aplikasi dalam pembuatan konten.

Workshop Media Digital sebagai Program Pengabdian Masyarakat

1. Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan ini diawali dari Pengamatan awal yang dilaksanakan pada hari jum'at 15 Agustus 2025. Hasil observasi menunjukkan bahwa remaja di Desa Legokhuni kurang memiliki kemampuan dalam memanfaatkan kreativitas dakwah Islam di era digital. Oleh karena itu melalui program pengabdian masyarakat kami menyediakan workshop media digital untuk meningkatkan kreativitas tersebut. Setelah tahap observasi kami sebagai Mahasiswa pengabdian berkoordinasi dengan warga Masyarakat sekitar untuk menjalankan program ini sehingga workshop ini terlaksana dengan baik.

Kegiatan workshop ini dilaksanakan pada hari Selasa, 19 Agustus 2025 bertempat di RA Nurul Amal Desa Legokhuni dengan jumlah Peserta sebanyak 39 Orang. Kegiatan ini dilaksanakan dengan metode pemaparan dan dilanjutkan dengan diskusi dengan peserta workshop. Adapun pelaksanaan kegiatan sebagai berikut :

a. Menyampaikan Pembuatan Konten Digital

Workshop ini mengajarkan Peserta workshop cara membuat konten digital yang kreatif dan informatif, seperti video pendek, poster, animasi, dan infografis. Tujuannya adalah agar peserta mampu menyampaikan informasi atau pesan yang bermanfaat secara menarik dan mudah dipahami (Munir, 2020).



Gambar 1. Proses Observasi

b. Mensosialisasikan Pemanfaatan Media Sosial

Pada sesi ini Peserta dilatih untuk memanfaatkan media sosial sebagai sarana publikasi, komunikasi, dan edukasi. Media sosial seperti Instagram, Facebook, TikTok, dan YouTube menjadi platform strategis agar informasi yang dihasilkan dapat menjangkau audiens yang lebih luas (Nasrullah, 2020).

c. Menyampaikan Peningkatan Literasi Digital

Pada tahap ini Workshop memberikan pemahaman kepada peserta tentang literasi digital, termasuk cara mengakses informasi yang valid, menggunakan perangkat lunak editing, serta memahami etika digital. Literasi digital penting agar masyarakat dapat memanfaatkan teknologi secara produktif dan bertanggung jawab (Kurniawan, 2020).



Gambar 2. Pelaksanaan Workshop

d. Membimbing peserta dalam Penguatan Kreativitas dan Inovasi

Pada tahap ini mahasiswa pengabdian mendorong peserta untuk mengembangkan kreativitas dalam membuat konten dan strategi penyampaian informasi. Dengan latihan praktik langsung, peserta dapat mengimplementasikan ide-ide baru yang bermanfaat bagi komunitas dan lingkungan sekitar (Darwis, 2020).

e. Menyampaikan Pemberdayaan Masyarakat dan Dampak Sosial

Workshop media digital ini bukan sekadar pelatihan teknis, tetapi juga bentuk

pemberdayaan masyarakat. Peserta yang mengikuti workshop akan menjadi terampil dan dapat membagikan pengetahuan, melakukan edukasi, atau menjalankan proyek sosial berbasis digital sehingga memberikan dampak positif bagi komunitas (Hidayat, 2020).



Gambar 3. Proses Pelatihan Teknis

f. Evaluasi hasil akhir workshop Media Digital

Tahap pelaksanaan evaluasi ini merupakan tahap akhir pelaksanaan kegiatan. Evaluasi dilakukan untuk mengetahui hasil dari workshop media digital dan bagaimana kreativitas peserta workshop dalam dakwah Islam di era digital. Evaluasi hasil tersebut terlihat bahwa peserta dapat meningkatkan kreativitas dakwah islam di era digital.

Program pengabdian masyarakat berupa workshop media digital menjadi sarana strategis dalam meningkatkan literasi digital dan keterampilan dakwah masyarakat, khususnya generasi muda. Melalui workshop ini, peserta dibekali dengan kemampuan teknis seperti editing video, desain grafis, dan strategi pengelolaan media sosial untuk tujuan dakwah. Hidayat (2021) menjelaskan bahwa pemuda memiliki potensi besar sebagai agen dakwah digital karena kedekatan mereka dengan teknologi dan media sosial. Oleh sebab itu, workshop media digital tidak hanya melatih keterampilan teknis, tetapi juga menumbuhkan kesadaran akan pentingnya dakwah yang kreatif dan bertanggung jawab.

Dampak Workshop terhadap Perkembangan Dakwah Digital

Dampak workshop terhadap perkembangan dakwah digital adalah pengaruh yang muncul setelah masyarakat atau peserta mengikuti pelatihan media digital yang difokuskan untuk kegiatan dakwah. Workshop ini biasanya melatih keterampilan teknis seperti pembuatan konten digital, manajemen media sosial, desain grafis, video editing, serta strategi penyampaian pesan dakwah yang efektif. Dampak yang diharapkan mencakup peningkatan kualitas konten dakwah, jangkauan pesan yang lebih luas, serta kemampuan peserta dalam memanfaatkan teknologi secara produktif dan kreatif untuk menyebarkan nilai-nilai Islam (Susanto, 2019, hlm. 45).

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah cara masyarakat menerima dan menyebarkan pesan agama. Dakwah digital menjadi kebutuhan penting untuk menjangkau generasi milenial dan Gen Z yang lebih akrab dengan teknologi (Rohman, 2019, hlm. 102). Workshop memberikan pelatihan praktis sehingga peserta memiliki keterampilan dalam membuat konten dakwah yang menarik dan mudah dipahami. Hal ini menjadi modal penting bagi da'i atau penggiat dakwah untuk bersaing dengan konten digital lainnya (Munir, 2019, hlm. 58). Melalui media digital, konten dakwah dapat diakses oleh audiens yang lebih luas, melintasi batas geografis dan waktu. Workshop memfasilitasi peserta untuk memanfaatkan platform digital secara efektif sehingga pesan agama tersebar lebih luas (Darwis, 2019, hlm. 77). Workshop media digital mendorong peserta untuk berinovasi dalam pengemasan pesan dakwah, baik melalui desain visual, audio-visual, maupun strategi interaksi online. Kreativitas ini menjadi kunci agar dakwah tetap relevan di tengah deras arus informasi digital (Kurniawan, 2019, hlm. 63). Workshop bukan hanya pelatihan teknis, tetapi juga sarana pemberdayaan masyarakat agar lebih aktif dalam menyebarkan dakwah. Peserta yang terampil dapat menjadi agen perubahan di komunitasnya, menyebarkan pesan keagamaan secara positif dan

edukatif (Hidayat, 2019, hlm. 89). Berikut ini beberapa Dampak Workshop terhadap Perkembangan Dakwah Digital yaitu

1. Peningkatan Keterampilan Produksi Konten

Workshop media digital membekali peserta dengan keterampilan teknis seperti video editing, desain grafis, pembuatan infografis, dan pengelolaan konten. Hal ini memungkinkan peserta menghasilkan konten dakwah yang lebih menarik, informatif, dan profesional. Susanto (2019, hlm. 45) menegaskan bahwa keterampilan produksi konten yang meningkat berkontribusi langsung pada kualitas dakwah digital.

2. Perluasan Jangkauan Audiens

Dengan memanfaatkan platform digital, konten dakwah dapat diakses oleh audiens yang lebih luas, melintasi batas geografis dan waktu. Workshop mengajarkan peserta strategi distribusi konten agar pesan dakwah dapat tersebar lebih efektif. Rohman (2019, hlm. 102) menyatakan bahwa workshop berperan penting dalam memperluas dampak dakwah digital melalui media daring.

3. Mendorong Kreativitas dan Inovasi

Workshop mendorong peserta untuk berinovasi dalam menyampaikan pesan dakwah, baik melalui bentuk visual, audio-visual, maupun interaksi daring. Kreativitas ini membuat dakwah lebih relevan dan menarik bagi generasi milenial dan Gen Z. Kurniawan (2019, hlm. 63) menjelaskan bahwa kreativitas merupakan faktor utama agar dakwah tetap adaptif di era digital.

4. Peningkatan Literasi Digital Peserta

Workshop memberikan pemahaman tentang literasi digital, termasuk etika penggunaan media, keamanan data, dan cara menilai informasi yang valid. Munir (2019, hlm. 58) menegaskan bahwa literasi digital yang meningkat membuat peserta lebih mampu menyebarkan dakwah secara bertanggung jawab dan efektif.

5. Penguatan Peran Masyarakat dalam Dakwah

Workshop juga berfungsi sebagai sarana pemberdayaan masyarakat, sehingga peserta tidak hanya menjadi konsumen informasi, tetapi juga agen dakwah aktif. Peserta yang terampil dapat membagikan pengetahuan dan konten dakwah ke komunitas mereka, meningkatkan dampak sosial positif. Hidayat (2019, hlm. 89) menyebut bahwa penguatan peran masyarakat melalui workshop berdampak pada keberlanjutan dakwah digital.

Workshop media digital memiliki dampak signifikan terhadap perkembangan dakwah digital. Pertama, workshop meningkatkan keterampilan peserta dalam produksi konten dakwah, seperti video, desain grafis, dan infografis, sehingga kualitas dakwah menjadi lebih menarik dan profesional (Susanto, 2019, hlm. 45). Kedua, peserta mampu memperluas jangkauan audiens melalui platform digital, menjangkau masyarakat lebih luas tanpa batas geografis (Rohman, 2019, hlm. 102).

Hasil dari workshop media digital menunjukkan adanya peningkatan keterampilan peserta dalam memproduksi konten dakwah Islami yang menarik dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat digital. Susanto (2021) menegaskan bahwa dakwah berbasis media digital mampu memperluas jangkauan pesan agama, melampaui batas geografis, dan menjangkau generasi yang sebelumnya sulit diraih melalui metode konvensional. Selain itu, dakwah digital memberikan ruang bagi kolaborasi, inovasi, serta penguatan identitas keagamaan yang inklusif di tengah arus globalisasi budaya digital.

KESIMPULAN DAN SARAN

Pengabdian masyarakat ini menegaskan bahwa workshop media digital berperan penting dalam meningkatkan kreativitas dakwah Islam di era digital. Melalui kegiatan pelatihan yang bersifat partisipatif, peserta tidak hanya memperoleh pemahaman tentang pentingnya literasi digital, tetapi juga keterampilan teknis dalam memproduksi konten dakwah kreatif berbasis audio-visual dan media sosial. Hasil konkret yang diperoleh menunjukkan adanya peningkatan kemampuan peserta dalam mengelola media digital, menumbuhkan kesadaran akan potensi dakwah melalui platform daring,

serta memperluas jangkauan pesan Islam secara lebih inklusif dan adaptif. Namun, pengabdian masyarakat ini memiliki keterbatasan, yaitu pelaksanaan workshop yang hanya berlangsung satu hari sehingga belum dapat secara penuh mengevaluasi dampak jangka panjang terhadap keberlanjutan produksi konten dakwah. Selain itu, pendekatan yang digunakan masih terbatas pada metode kualitatif sehingga temuan belum dapat digeneralisasi secara lebih luas.

Oleh karena itu, rekomendasi yang diajukan adalah perlunya keberlanjutan program workshop agar peserta dapat terus mengasah keterampilan digitalnya, serta penguatan kolaborasi dengan lembaga dakwah atau komunitas Islami untuk mendukung keberlanjutan konten dakwah kreatif. Penelitian lanjutan juga disarankan menggunakan pendekatan kuantitatif atau mixed-method agar diperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai efektivitas dakwah digital dalam meningkatkan literasi dan partisipasi masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Anshari, M. (2020). *Digitalisasi Dakwah Islam: Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Deepublish.
- Darwis, R. (2021). *Dakwah di Era Digital: Strategi, Peluang, dan Tantangan*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Hidayat, A. (2021). "Pemanfaatan Media Sosial dalam Dakwah Islam Kontemporer." *Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam*, 12(2), 115–128.
- Hidayat, A. (2020). "Workshop Digital untuk Pemberdayaan Masyarakat." *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 10(1), 45–58.
- Hidayat, A. (2019). "Workshop Media Digital untuk Pemberdayaan Dakwah." *Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam*, 10(1), 85–95.
- Moleong, L. J. (2021). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Munir, M. (2020). *Kreativitas dan Inovasi Digital dalam Pengabdian Masyarakat*. Malang: UIN-Maliki Press.
- Munir, M. (2019). *Kreativitas Dakwah Digital: Strategi dan Implementasi*. Malang: UIN-Maliki Press.
- Nasrullah, R. (2020). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nurrohman, Aliffiani Ayu, and Ahmad Nurcholis. (2021). "Instagram sebagai media dakwah (studi kasus Instagram@ pemudahijrah)." *Sy'ar: Jurnal Ilmu Komunikasi, Penyuluhan Dan Bimbingan Masyarakat Islam* 4.1 : 49-62.
- Kurniawan, A. (2020). *Literasi Digital untuk Dakwah Islam*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Rohman, A. (2020). "Konten Dakwah Kreatif di Era Disrupsi Digital." *Jurnal Komunikasi Islam*, 11(2), 101–115.
- Rohman, A. (2019). "Peran Workshop Digital dalam Pengembangan Dakwah." *Jurnal Komunikasi Islam*, 10(2), 101–110.
- Susanto, M. (2021). *Literasi Digital untuk Dakwah Kreatif*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Susanto, M. (2019). *Dakwah Kreatif Berbasis Media Digital*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Syamsuddin, S. (2020). "Dakwah Global di Era Digital: Peluang dan Tantangan." *Jurnal Dakwah dan Pengembangan Masyarakat*, 21(1), 55–68.
- Setiawan, Andi, Ahmad Hadiq Syifa Al Fawaz, and Rizqi Maulana Ilmi. (2024). "Instagram Sebagai Sarana Dakwah Kreatif untuk Merangkul Generasi Muda di Madrasah." *Indonesian Research Journal on Education* 4.3 : 403-411.
- Wahyuni, Rahmi, and Siti Rahma Harahap. (2023). "Efektivitas media sosial sebagai media dakwah pada era digital: Study literature review." *An-Nadwah* 29.2
- Nasrullah, R. (2015). *Media sosial, perspektif komunikasi, budaya dan sioteknologi*. Bandung. Simbiosis Rekatama Media
- Littlejohn, W. Stephen., Foss. K.A., (2009). *Encyclopedia of Communication Theory*. United States of America, Sage Publications, Inc