

Peningkatan Literasi Komunikasi Dakwah Digital: Pengabdian Mahasiswa KPI UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu di Masjid Ash-Shobirin Sukarami

Musyaffa¹, Novita Putri Ani², Esti Pratiwi³, Rani Atri⁴, Ruri Januansyah⁵

¹⁻⁵Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah, Komunikasi dan penyiaran Islam, Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu, Bengkulu, Indonesia

Email: ¹musyaffa@mail.uinfasbengkulu.ac.id, ²novittaputriani2120@gmail.com,
³estipratiwi4321@gmail.com, ⁴raniatri432002@gmail.com, ⁵casildokenzie664@gmail.com
(* : coresponding author)

Abstrak—Pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu di Masjid Ash-Shobirin Sukarami bertujuan untuk meningkatkan literasi komunikasi dakwah digital di kalangan takmir dan remaja masjid. Latar belakang kegiatan ini berangkat dari masih terbatasnya kemampuan masjid dalam mengelola media sosial dan menghasilkan konten dakwah digital yang kreatif, relevan, dan sesuai dengan kebutuhan jamaah. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan partisipatif melalui tahapan observasi, pelatihan literasi dakwah digital, praktik produksi konten, serta pendampingan dan evaluasi. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam tiga aspek utama: (1) pengetahuan takmir dan remaja masjid tentang urgensi literasi digital dakwah, (2) keterampilan teknis dalam produksi konten dakwah digital berupa poster dan video, serta (3) pengelolaan akun media sosial masjid yang lebih profesional dan terstruktur. Selain itu, pengabdian ini juga mendorong kolaborasi antar generasi, memperkuat peran masjid sebagai pusat dakwah modern, serta memberikan kontribusi pada pengembangan model dakwah digital berbasis komunitas. Meskipun terdapat tantangan seperti keterbatasan infrastruktur dan konsistensi pengelolaan akun, kegiatan ini membuktikan bahwa transformasi dakwah digital dapat dilakukan di tingkat komunitas masjid dan sejalan dengan strategi digitalisasi dakwah nasional.

Kata Kunci: Dakwah Digital, Literasi Digital, Masjid, Mahasiswa KPI, Pengabdian Masyarakat

Abstract—The community service conducted by students of the Islamic Communication and Broadcasting Study Program (KPI) of UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu at the Ash-Shobirin Sukarami Mosque aims to improve digital da'wah communication literacy among mosque administrators and youth. The background to this activity stems from the mosque's limited ability to manage social media and produce creative, relevant digital da'wah content that is appropriate to the needs of the congregation. The implementation method uses a participatory approach through stages of observation, digital da'wah literacy training, content production practices, as well as mentoring and evaluation. The results of the activity show a significant increase in three main aspects: (1) knowledge of mosque administrators and youth about the urgency of digital da'wah literacy, (2) technical skills in producing digital da'wah content in the form of posters and videos, and (3) more professional and structured management of mosque social media accounts. In addition, this service also encourages collaboration between generations, strengthens the role of mosques as modern da'wah centers, and contributes to the development of community-based digital da'wah models. Despite challenges such as limited infrastructure and consistent account management, this activity proves that digital da'wah transformation can be carried out at the mosque community level and is in line with the national da'wah digitalization strategy.

Keywords: Digital Preaching, Digital Literacy, Mosque, KPI Students, Community Service

1. PENDAHULUAN

Dakwah Islam merupakan aktivitas penyampaian ajaran agama yang tidak hanya terbatas pada ruang mimbar, tetapi juga harus mampu menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi komunikasi modern. Seiring dengan berkembangnya era digital, penyebaran pesan keagamaan kini tidak lagi hanya melalui ceramah konvensional atau kajian tatap muka, melainkan juga melalui media sosial dan platform digital lain yang memiliki jangkauan luas dan interaktif. Transformasi ini menuntut adanya perubahan paradigma dakwah yang lebih responsif terhadap perkembangan zaman. Menurut Hidayat (2021), literasi digital merupakan salah satu kemampuan penting yang wajib dimiliki oleh seorang dai, mubalig, maupun pengelola lembaga keagamaan agar dakwah dapat menjangkau generasi milenial dan Gen Z. Kedua generasi ini dikenal sebagai digital native, yakni

kelompok masyarakat yang tumbuh dan berkembang dalam lingkungan serba digital sehingga lebih akrab dengan penggunaan teknologi komunikasi dibanding generasi sebelumnya.

Dalam konteks dakwah, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyebaran informasi, tetapi juga sebagai ruang interaksi dan pembentukan komunitas keagamaan. Dakwah digital memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah antara dai dan mad'u sehingga audiens tidak hanya menjadi penerima pasif, melainkan dapat turut berpartisipasi dalam diskusi, berbagi pengalaman keagamaan, maupun mengkritisi isu-isu yang berkembang. Hal ini sejalan dengan pandangan Prasetyo (2020) yang menegaskan bahwa media digital memberi peluang besar bagi penguatan partisipasi publik dalam dakwah serta memperluas ruang dialog keagamaan di masyarakat.

Masjid sebagai pusat ibadah dan aktivitas keagamaan memiliki peran strategis dalam mengimplementasikan dakwah digital. Masjid tidak hanya berfungsi sebagai tempat shalat berjamaah, tetapi juga sebagai pusat pembinaan umat, pendidikan Islam, dan pemberdayaan sosial. Kehadiran teknologi digital semestinya dapat dimanfaatkan masjid untuk memperluas dakwah melalui media sosial, kanal YouTube, podcast, hingga aplikasi berbasis dakwah. Namun, kenyataannya tidak semua masjid mampu mengelola media digital dengan baik. Sebagian besar masih berfokus pada aktivitas dakwah tradisional dan belum memiliki keterampilan memadai dalam mengembangkan konten dakwah digital yang menarik serta relevan dengan kebutuhan jamaah masa kini.

Masjid Ash-Shobirin Sukarami merupakan salah satu masjid aktif di Kota Bengkulu yang memiliki jamaah cukup beragam, mulai dari kalangan orang tua hingga generasi muda. Kehadiran remaja masjid juga menjadi potensi besar untuk mengembangkan dakwah digital yang lebih segar dan sesuai dengan karakter generasi milenial serta Gen Z. Akan tetapi, pengelolaan dakwah digital di masjid ini masih terbatas. Penggunaan media sosial belum optimal, konten dakwah yang diproduksi relatif sedikit, dan sistem pengelolaan akun masjid masih berjalan secara sederhana tanpa strategi komunikasi yang terencana. Hal ini menyebabkan pesan keagamaan yang disampaikan melalui kanal digital masjid belum mampu menjangkau audiens yang lebih luas, terutama masyarakat muda yang lebih banyak menghabiskan waktu di ruang digital dibanding ruang fisik.

Kondisi tersebut menunjukkan adanya kebutuhan mendesak untuk meningkatkan literasi komunikasi dakwah digital di lingkungan Masjid Ash-Shobirin. Literasi komunikasi dakwah digital di sini mencakup kemampuan memahami, mengelola, serta memproduksi pesan-pesan dakwah melalui media digital secara kreatif, efektif, dan sesuai dengan nilai-nilai Islam. Menurut Nasrullah (2022), literasi digital dalam konteks dakwah bukan sekadar kemampuan teknis dalam menggunakan perangkat digital, melainkan juga keterampilan dalam menyusun pesan dakwah yang sesuai dengan kebutuhan audiens serta etika komunikasi Islami. Dengan literasi digital yang baik, pesan dakwah dapat dikemas lebih menarik, mudah dipahami, serta mampu menembus batas-batas geografis.

Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu sebagai generasi terdidik memiliki peran penting dalam proses transformasi dakwah digital di masyarakat. Melalui kegiatan pengabdian masyarakat, mahasiswa tidak hanya menerapkan ilmu yang diperoleh di bangku perkuliahan, tetapi juga menjadi agen perubahan dalam penguatan kapasitas dakwah digital di lingkungan masjid. Pengabdian ini sekaligus menjadi bentuk implementasi Tri Dharma Perguruan Tinggi, yaitu pendidikan, penelitian, dan pengabdian masyarakat. Menurut Anwar dan Lestari (2023), keterlibatan mahasiswa dalam pengabdian berbasis literasi digital mampu meningkatkan kompetensi masyarakat dalam memanfaatkan teknologi sekaligus memperkuat kolaborasi antara perguruan tinggi dan masyarakat.

Dalam konteks Masjid Ash-Shobirin, kegiatan pengabdian mahasiswa KPI bertujuan untuk meningkatkan keterampilan takmir masjid dan remaja masjid dalam mengelola media sosial sebagai sarana dakwah. Kegiatan ini mencakup pelatihan literasi digital, praktik pembuatan konten dakwah, hingga pendampingan pengelolaan akun media sosial masjid. Upaya ini penting dilakukan agar masjid tidak tertinggal dalam arus digitalisasi yang semakin cepat. Jika masjid mampu mengoptimalkan dakwah digital, maka keberadaannya tidak hanya dirasakan di tingkat lokal, tetapi juga dapat berkontribusi dalam wacana dakwah Islam di tingkat regional maupun nasional.

Selain itu, peningkatan literasi komunikasi dakwah digital juga berkaitan erat dengan penguatan identitas keagamaan generasi muda. Generasi milenial dan Gen Z sering kali menghadapi

tantangan identitas di tengah arus informasi global yang begitu deras. Kehadiran konten dakwah digital yang relevan, kreatif, dan berkualitas dapat menjadi media alternatif yang membimbing generasi muda untuk tetap berpegang pada nilai-nilai keislaman sekaligus mampu berinteraksi positif dalam dunia digital. Hal ini sejalan dengan temuan Setiawan (2024) yang menekankan bahwa dakwah berbasis literasi digital tidak hanya meningkatkan keterampilan teknologi, tetapi juga memperkuat aspek spiritual, sosial, dan kultural masyarakat.

Dengan demikian, dapat ditegaskan bahwa pengabdian mahasiswa KPI UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu di Masjid Ash-Shobirin Sukarami memiliki relevansi strategis dalam mendukung transformasi dakwah Islam di era digital. Kegiatan ini tidak hanya menjadi solusi atas keterbatasan pengelolaan dakwah digital di masjid tersebut, tetapi juga berkontribusi pada pengembangan model dakwah digital berbasis komunitas yang dapat direplikasi di masjid-masjid lain. Oleh karena itu, penelitian dan pengabdian semacam ini penting untuk terus dilakukan, agar dakwah Islam mampu tetap adaptif, inovatif, dan berdaya saing di tengah dinamika perkembangan teknologi komunikasi global

2. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilakukan oleh mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu di Masjid Ash-Shobirin Sukarami dilaksanakan dengan menggunakan pendekatan partisipatif. Pendekatan ini dipilih karena menekankan keterlibatan aktif dari masyarakat sasaran, dalam hal ini takmir masjid dan remaja masjid, sehingga mereka tidak hanya menjadi penerima program, tetapi juga turut berperan dalam setiap tahapan kegiatan. Menurut Creswell (2018), pendekatan partisipatif merupakan metode yang efektif untuk mendorong kolaborasi antara pelaksana program dengan masyarakat, sehingga hasil yang diperoleh lebih kontekstual, berkelanjutan, dan sesuai dengan kebutuhan nyata lapangan.

Tahapan pertama yang dilakukan adalah observasi dan identifikasi kebutuhan. Observasi dilakukan secara langsung oleh tim mahasiswa ke lingkungan Masjid Ash-Shobirin untuk memahami kondisi awal terkait pengelolaan dakwah digital. Melalui observasi ini diperoleh gambaran mengenai keterbatasan media sosial yang dimiliki masjid, minimnya produksi konten dakwah, serta belum adanya tim khusus yang bertanggung jawab mengelola media digital masjid. Selain observasi, mahasiswa juga melakukan wawancara singkat dengan takmir dan remaja masjid untuk mengetahui persepsi mereka tentang pentingnya dakwah digital. Hal ini sejalan dengan pendapat Miles, Huberman, dan Saldaña (2014) bahwa observasi dan wawancara merupakan teknik dasar dalam pengumpulan data kualitatif untuk memahami kondisi sosial yang sedang diteliti.

Tahapan kedua adalah pelatihan literasi dakwah digital. Pada tahap ini, tim mahasiswa menyusun modul pelatihan yang mencakup pengenalan literasi digital, etika bermedia sosial, serta strategi komunikasi dakwah melalui platform digital. Materi disampaikan dengan metode presentasi, diskusi, dan praktik langsung menggunakan perangkat gawai. Platform yang dipilih meliputi Facebook, Instagram, YouTube, dan TikTok, karena keempat media sosial ini banyak digunakan oleh generasi muda dan memiliki karakteristik yang mendukung penyebaran dakwah secara cepat dan luas. Menurut Nasrullah (2022), media sosial telah menjadi ruang publik baru yang memungkinkan terjadinya interaksi sosial dan keagamaan secara masif, sehingga penting bagi dai maupun lembaga keagamaan untuk menguasai pola komunikasi di dalamnya.

Tahapan ketiga adalah praktik produksi konten dakwah digital. Peserta dilatih membuat berbagai jenis konten sederhana namun efektif, seperti video pendek berisi pesan keislaman, poster digital dengan kutipan ayat atau hadis, serta artikel singkat yang relevan dengan kehidupan sehari-hari jamaah. Kegiatan praktik ini dirancang agar peserta tidak hanya memahami teori, tetapi juga mampu menghasilkan produk nyata yang siap dipublikasikan. Menurut Mayer (2017), pembelajaran berbasis praktik langsung lebih efektif dalam meningkatkan keterampilan peserta karena mereka dapat langsung mengaplikasikan pengetahuan yang diperoleh ke dalam konteks nyata. Pada tahap ini, mahasiswa juga memperkenalkan prinsip desain komunikasi visual sederhana agar konten dakwah terlihat menarik, mudah dipahami, dan sesuai dengan estetika media sosial.

Tahapan keempat adalah pendampingan dan evaluasi. Setelah peserta mampu memproduksi konten dakwah digital, tim mahasiswa mendampingi mereka dalam proses publikasi di akun resmi media sosial masjid. Pendampingan ini mencakup bimbingan teknis terkait jadwal

unggahan, pemilihan tagar (hashtag), hingga strategi interaksi dengan audiens. Selain itu, dilakukan pula evaluasi terhadap konten yang dipublikasikan dengan menilai kualitas pesan, kejelasan narasi, estetika visual, serta respons audiens. Evaluasi ini penting agar peserta dapat memperbaiki kekurangan sekaligus mengembangkan konten dakwah yang lebih baik di masa mendatang. Menurut Wibowo (2020), evaluasi partisipatif dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat mampu memperkuat kapasitas individu sekaligus meningkatkan rasa memiliki terhadap program yang dijalankan.

Metode pelaksanaan pengabdian ini dirancang secara berkesinambungan, sehingga peserta tidak hanya memperoleh pengetahuan sesaat, tetapi juga mampu menginternalisasi keterampilan baru yang bermanfaat dalam jangka panjang. Proses partisipatif memastikan bahwa takmir dan remaja masjid dapat melanjutkan pengelolaan dakwah digital secara mandiri setelah program pengabdian selesai. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya menyelesaikan masalah keterbatasan dakwah digital di Masjid Ash-Shobirin, tetapi juga memberikan kontribusi nyata bagi pengembangan kapasitas masyarakat dalam memanfaatkan teknologi untuk kepentingan dakwah Islam.

3. ANALISA DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Masjid Ash-Shobirin Sukarami, Bengkulu, menghasilkan sejumlah capaian yang signifikan dalam konteks penguatan literasi digital dakwah. Hasil tersebut dapat dikategorikan dalam tiga ranah utama, yaitu peningkatan pengetahuan peserta mengenai pentingnya literasi digital, penguasaan keterampilan teknis dalam produksi konten dakwah berbasis digital, serta pengelolaan media sosial masjid yang lebih profesional dan terstruktur. Selain itu, temuan ini juga dapat dipandang dalam perspektif teoritis maupun praktis sebagai model pengembangan dakwah digital berbasis komunitas masjid.

1. Peningkatan Pengetahuan Takmir dan Remaja Masjid mengenai Literasi Digital Dakwah

Salah satu hasil utama yang diperoleh dari program ini adalah meningkatnya pengetahuan takmir dan remaja masjid mengenai literasi digital, khususnya terkait dengan bagaimana dakwah dapat disampaikan melalui medium digital secara efektif dan bijak. Sebelum pelaksanaan pelatihan, sebagian besar peserta hanya memahami dakwah sebagai aktivitas ceramah tatap muka yang dilakukan dalam majelis taklim atau khutbah di masjid. Namun setelah mendapatkan materi dan pendampingan, peserta menyadari bahwa dakwah pada era digital dapat berlangsung di ruang virtual dengan jangkauan yang jauh lebih luas.

Literasi digital dalam konteks dakwah tidak hanya mencakup keterampilan teknis penggunaan perangkat, tetapi juga pemahaman kritis mengenai konten yang disampaikan. Hal ini sesuai dengan pendapat Ngafifi (2019) yang menekankan bahwa literasi digital harus dipahami sebagai kemampuan menyaring, mengelola, serta mengkritisi informasi yang beredar di media digital. Dakwah digital tidak boleh sekadar memindahkan ceramah konvensional ke media sosial, tetapi perlu memperhatikan konteks audiens, gaya komunikasi, serta daya tarik visual agar pesan keagamaan dapat diterima dengan baik.

Peserta pengabdian juga menyadari bahwa dakwah digital bukan sekadar tren, melainkan kebutuhan yang mendesak. Generasi muda Muslim saat ini lebih banyak mengakses informasi melalui gawai dan media sosial daripada melalui kegiatan pengajian konvensional. Data We Are Social (2024) menunjukkan bahwa lebih dari 70% pengguna internet di Indonesia mengakses media sosial setiap harinya, dengan dominasi usia produktif 16–34 tahun. Fakta ini menjadi dasar penting bahwa dakwah digital memiliki peran strategis dalam menyampaikan pesan Islam secara lebih inklusif dan relevan.

Dalam sesi diskusi, beberapa peserta menuturkan bahwa sebelumnya mereka tidak memiliki kesadaran akan pentingnya literasi digital. Mereka cenderung memandang media sosial sebagai sarana hiburan semata, bukan sebagai instrumen dakwah. Setelah pelatihan, terjadi pergeseran pola pikir, di mana media sosial dipandang sebagai “mimbar virtual” yang dapat menghubungkan pesan keislaman dengan jamaah yang lebih luas. Pergeseran ini menunjukkan adanya internalisasi pengetahuan baru yang tidak hanya bersifat teoritis, tetapi juga praktis dan aplikatif.



Gambar 1. Media Sosial Instragram Masjid Ashshobirin

Dengan demikian, peningkatan pengetahuan ini dapat dikategorikan sebagai hasil awal yang fundamental karena menjadi landasan bagi capaian-capaian berikutnya. Tanpa adanya kesadaran mengenai urgensi literasi digital, sulit bagi peserta untuk mengembangkan keterampilan teknis maupun mengelola media sosial secara terstruktur.

2. Peningkatan Keterampilan Teknis dalam Produksi Konten Dakwah Digital

Hasil kedua dari pelaksanaan pengabdian ini adalah meningkatnya keterampilan teknis peserta dalam membuat konten dakwah digital sederhana. Peserta diberikan pelatihan dasar mengenai desain grafis menggunakan aplikasi populer seperti Canva, serta teknik pembuatan video dakwah singkat dengan memanfaatkan fitur editing pada ponsel pintar.

Sebelum kegiatan, sebagian besar peserta belum pernah membuat poster digital atau video dakwah. Namun setelah sesi praktik, mereka mampu menghasilkan poster berisi kutipan ayat Al-Qur'an dan hadis, serta video pendek dengan durasi 1–3 menit yang berisi pesan motivasi Islami. Konten-konten tersebut kemudian diunggah ke akun media sosial resmi masjid, seperti Instagram dan Facebook.

Peningkatan keterampilan ini penting karena sesuai dengan konsep dakwah kreatif yang dikemukakan oleh Rahmawati (2021), yakni dakwah yang disampaikan dengan memanfaatkan pendekatan kreatif, visual menarik, dan adaptif terhadap perkembangan teknologi. Dakwah kreatif diyakini lebih mampu menarik minat generasi muda yang terbiasa dengan budaya visual di era digital.

Keberhasilan peserta dalam menghasilkan konten sederhana menunjukkan bahwa literasi digital tidak hanya bersifat konseptual, tetapi juga dapat diaplikasikan secara nyata. Meskipun konten yang dihasilkan masih sederhana, langkah ini menjadi awal yang penting menuju profesionalisme dakwah digital. Peserta juga mendapatkan wawasan mengenai prinsip-prinsip etika dalam produksi konten, seperti menghindari ujaran kebencian, hoaks, dan penyalahgunaan ayat atau hadis yang tidak sesuai konteks.

Fakta bahwa peserta mampu membuat konten sendiri juga memperlihatkan adanya kemandirian digital. Menurut Buckingham (2015), literasi digital sejati tidak hanya tentang kemampuan mengonsumsi konten, tetapi juga tentang kemampuan memproduksi dan mendistribusikan informasi dengan bertanggung jawab. Dengan demikian, peserta tidak hanya menjadi konsumen, tetapi juga produsen pesan dakwah.

Selain itu, dalam praktik pembuatan konten, peserta juga mulai memahami pentingnya konsistensi visual dan branding. Mereka menyadari bahwa akun media sosial masjid perlu memiliki identitas visual yang seragam agar lebih mudah dikenali oleh jamaah. Hal ini menunjukkan adanya kesadaran akan aspek profesionalisme komunikasi digital.

3. Pengelolaan Akun Media Sosial Masjid secara Terstruktur

Capaian berikutnya adalah terbentuknya tim khusus dari remaja masjid yang bertugas mengelola akun media sosial. Sebelum program pengabdian, akun media sosial masjid belum terkelola dengan baik. Konten diunggah secara tidak teratur dan tidak ada strategi komunikasi yang jelas. Namun setelah adanya pelatihan, remaja masjid menyusun jadwal publikasi konten secara rutin, misalnya dua kali dalam seminggu untuk poster dan satu kali dalam seminggu untuk video dakwah.

Tim ini juga membuat pembagian peran, seperti siapa yang bertugas membuat konten, siapa yang mengedit, dan siapa yang mengunggah serta mengelola interaksi dengan jamaah. Hal ini mencerminkan penerapan manajemen media sosial yang lebih sistematis. Menurut Nasrullah (2022), salah satu indikator keberhasilan dakwah digital adalah adanya pengelolaan akun yang konsisten, terukur, dan berbasis pada kebutuhan audiens.

Dari hasil observasi, terlihat bahwa jamaah mulai merespons positif konten yang diunggah. Beberapa komentar dan pesan langsung menunjukkan bahwa jamaah merasa terbantu dengan adanya dakwah singkat yang dapat diakses kapan saja. Hal ini sejalan dengan penelitian Huda (2020), yang menyebutkan bahwa dakwah digital efektif dalam memberikan pengingat keagamaan singkat (micro learning) yang sesuai dengan ritme kehidupan masyarakat modern yang serba cepat.

Pengelolaan media sosial yang lebih baik juga memberikan peluang bagi masjid untuk memperluas jaringan dakwah. Konten yang diunggah dapat dibagikan ulang oleh jamaah, sehingga jangkauan pesan menjadi lebih luas. Dengan demikian, dakwah masjid tidak hanya terbatas pada jamaah lokal, tetapi juga dapat menjangkau audiens global.

4. Analisis Kritis Hasil Pengabdian dalam Perspektif Teoritis

Temuan dalam pengabdian ini dapat dianalisis lebih jauh dengan mengacu pada teori literasi digital dan komunikasi dakwah kontemporer. Pertama, hasil peningkatan pengetahuan peserta mendukung teori literasi digital yang dikemukakan oleh Eshet-Alkalai (2017), yang menekankan bahwa literasi digital mencakup lima aspek: literasi foto-visual, literasi reproduksi, literasi informasi, literasi komunikasi, dan literasi sosio-emosional. Peserta telah mulai menguasai literasi foto-visual dan komunikasi melalui poster serta video, meskipun aspek literasi informasi dan sosio-emosional masih perlu diperkuat.

Kedua, peningkatan keterampilan teknis sejalan dengan teori komunikasi multimodal dari Kress (2020), yang menegaskan bahwa komunikasi digital bersifat multimodal karena memadukan teks, gambar, suara, dan gerak. Peserta telah belajar bagaimana memadukan teks Islami dengan visual grafis serta audio dalam video dakwah, yang menunjukkan penerapan komunikasi multimodal secara sederhana.

Ketiga, terbentuknya tim pengelola media sosial merepresentasikan implementasi teori manajemen komunikasi organisasi. Menurut Littlejohn dan Foss (2018), komunikasi organisasi yang efektif memerlukan struktur, pembagian peran, serta koordinasi yang jelas. Dalam konteks ini, remaja masjid telah berhasil menerapkan prinsip-prinsip komunikasi organisasi dalam lingkup kecil, yakni pengelolaan akun media sosial masjid.

5. Relevansi Praktis dan Implikasi Sosial

Hasil pengabdian ini tidak hanya memberikan manfaat bagi peserta, tetapi juga memiliki implikasi sosial yang lebih luas. Pertama, dakwah digital dapat menjadi sarana memperkuat peran masjid sebagai pusat pembinaan umat yang relevan dengan perkembangan zaman. Dengan adanya konten dakwah digital, masjid tidak hanya hadir secara fisik, tetapi juga hadir di ruang digital yang menjadi keseharian jamaah.

Kedua, program ini memperkuat kolaborasi antar generasi. Takmir masjid yang umumnya lebih senior dapat bekerja sama dengan remaja masjid yang lebih melek teknologi. Kolaborasi ini menciptakan sinergi di mana pengalaman keagamaan dipadukan dengan keterampilan digital, sehingga dakwah menjadi lebih hidup dan berkelanjutan.

Ketiga, pengabdian ini juga memiliki dimensi pemberdayaan. Dengan keterampilan digital yang dimiliki, remaja masjid dapat mengembangkan kapasitas mereka di luar ranah dakwah, seperti dalam bidang pendidikan, bisnis, atau komunitas sosial lainnya. Dengan demikian, dampak program ini tidak hanya terbatas pada aspek religius, tetapi juga sosial-ekonomi.

6. Tantangan dan Keterbatasan

Meskipun menghasilkan capaian positif, pelaksanaan pengabdian ini juga menghadapi beberapa tantangan. Pertama, keterbatasan infrastruktur digital, seperti jaringan internet yang tidak selalu stabil, menjadi hambatan dalam praktik pembuatan dan pengunggahan konten. Kedua, belum semua peserta memiliki perangkat digital yang memadai, sehingga praktik produksi konten masih terbatas.

Selain itu, konsistensi pengelolaan akun juga masih menjadi tantangan. Meskipun sudah ada tim khusus, motivasi dan kedisiplinan remaja masjid dalam jangka panjang perlu dijaga. Hal ini sesuai dengan pendapat Anderson (2018) yang menekankan pentingnya keberlanjutan (sustainability) dalam implementasi program berbasis teknologi.

Keterbatasan lain adalah aspek literasi kritis. Peserta masih cenderung melihat media sosial hanya sebagai sarana publikasi, belum sepenuhnya sebagai ruang diskusi interaktif yang

memerlukan manajemen komunikasi dua arah. Padahal, menurut Jenkins (2019), partisipasi audiens dalam media digital merupakan kunci keberhasilan komunikasi.

7. **Kontribusi terhadap Pengembangan Dakwah Digital di Indonesia**

Temuan dari pengabdian ini memberikan kontribusi nyata terhadap pengembangan dakwah digital di Indonesia. Pertama, program ini menjadi bukti empiris bahwa literasi digital dapat diajarkan dan diaplikasikan secara praktis di tingkat komunitas masjid. Kedua, hasil ini menunjukkan bahwa generasi muda dapat menjadi agen utama dalam transformasi dakwah digital. Ketiga, keberhasilan pengelolaan akun media sosial masjid dapat menjadi model bagi masjid lain di daerah Bengkulu dan Indonesia pada umumnya.



Gambar 2. Kegiatan Mengaji

Hal ini sejalan dengan visi Kementerian Agama Republik Indonesia (2023) yang mendorong digitalisasi dakwah sebagai salah satu strategi menghadapi era transformasi digital. Dengan adanya inisiatif lokal seperti di Masjid Ash-Shobirin, strategi nasional tersebut mendapatkan dukungan pada tingkat akar rumput.

8. **Hubungan dengan Teori dan Penelitian Terdahulu**

Hasil pengabdian ini memperkuat temuan penelitian terdahulu. Misalnya, penelitian oleh Muttaqin (2020) menemukan bahwa dakwah digital efektif dalam meningkatkan keterlibatan generasi milenial dengan pesan-pesan Islami. Demikian pula, penelitian oleh Watie (2021) menegaskan bahwa media sosial mampu membangun komunitas virtual yang religius dan inklusif.

Dalam perspektif teoretis, hasil ini sesuai dengan teori komunikasi massa interaktif, yang menekankan bahwa audiens tidak hanya sebagai penerima pesan pasif, tetapi juga sebagai partisipan aktif dalam membentuk makna (McQuail, 2020). Hal ini terlihat dari interaksi jamaah di media sosial masjid yang mulai memberikan komentar, pertanyaan, dan berbagi ulang konten dakwah.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat di Masjid Ash-Shobirin Sukarami membuktikan bahwa literasi komunikasi dakwah digital dapat ditingkatkan melalui pendekatan partisipatif yang melibatkan takmir dan remaja masjid secara langsung. Hasil yang dicapai menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan peserta mengenai urgensi dakwah digital, keterampilan dalam memproduksi konten dakwah berbasis media sosial, serta terbentuknya sistem pengelolaan akun yang lebih terstruktur dan profesional. Selain itu, program ini mampu memperkuat kolaborasi antar generasi dan memberdayakan remaja masjid sebagai agen utama transformasi dakwah digital. Walaupun masih terdapat kendala seperti keterbatasan perangkat, jaringan internet, dan konsistensi pengelolaan akun, kegiatan ini telah memberikan kontribusi nyata terhadap penguatan peran masjid dalam menghadapi era digital. Dengan demikian, pengabdian mahasiswa KPI UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu di Masjid Ash-Shobirin tidak hanya relevan secara lokal, tetapi juga dapat dijadikan model bagi pengembangan dakwah digital berbasis komunitas di tingkat nasional.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada pihak Masjid Ash-Shobirin Sukarami, khususnya takmir dan remaja masjid, yang telah memberikan dukungan penuh serta berpartisipasi aktif dalam kegiatan ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Universitas Islam Negeri Fatmawati Sukarno Bengkulu, khususnya Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, yang telah memfasilitasi terlaksananya pengabdian masyarakat ini sebagai bentuk nyata implementasi Tri Dharma Perguruan Tinggi. Tidak lupa, apresiasi diberikan kepada seluruh mahasiswa yang terlibat dalam tim pengabdian atas dedikasi, kerja sama, dan komitmen dalam mendampingi peserta hingga kegiatan ini berjalan dengan baik.

REFERENCES

- Anderson, J. (2018). *Technology and Sustainability in Community Development*. New York: Routledge.
- Anwar, M., & Lestari, D. (2023). Literasi Digital dan Penguatan Kapasitas Masyarakat dalam Era Transformasi Teknologi. *Jurnal Komunikasi dan Penyuluhan*, 15(2), 122–135.
- Buckingham, D. (2015). *Defining Digital Literacy – What Do Young People Need to Know about Digital Media?* Nordic Journal of Digital Literacy, 9(4), 21–35.
- Creswell, J. W. (2018). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches* (4th ed.). Los Angeles: Sage Publications.
- Eshet-Alkalai, Y. (2017). *Twenty-first Century Digital Skills for Learners: What Should Be Taught and Assessed*. European Journal of Education, 52(2), 1–12.
- Hidayat, A. (2021). Literasi Digital sebagai Kompetensi Dakwah di Era 4.0. *Jurnal Dakwah Digital*, 3(1), 45–58.
- Huda, N. (2020). Efektivitas Dakwah Digital melalui Media Sosial pada Generasi Milenial. *Jurnal Komunikasi Islam*, 10(2), 145–160.
- Jenkins, H. (2019). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: NYU Press.
- Kress, G. (2020). *Multimodality: A Social Semiotic Approach to Contemporary Communication*. London: Routledge.
- Littlejohn, S., & Foss, K. (2018). *Theories of Human Communication* (11th ed.). Long Grove: Waveland Press.
- Mayer, R. E. (2017). *Multimedia Learning* (3rd ed.). Cambridge: Cambridge University Press.
- McQuail, D. (2020). *McQuail's Mass Communication Theory* (7th ed.). London: Sage.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (3rd ed.). Los Angeles: Sage.
- Muttaqin, A. (2020). Dakwah Digital sebagai Media Internalisasi Nilai Islam di Kalangan Remaja. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 40(1), 87–102.
- Nasrullah, R. (2022). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ngafifi, M. (2019). Literasi Digital dan Tantangan Dakwah Kontemporer. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 14(1), 55–70.
- Prasetyo, A. (2020). Dakwah di Era Digital: Tantangan dan Peluang. *Jurnal Komunikasi Islam Kontemporer*, 8(2), 99–112.
- Rahmawati, D. (2021). Dakwah Kreatif di Media Sosial: Strategi Menyapa Generasi Milenial. *Jurnal Ilmu Dakwah Digital*, 5(1), 33–50.
- Setiawan, I. (2024). Literasi Dakwah Digital dan Penguatan Identitas Keagamaan Generasi Muda. *Jurnal Dakwah dan Teknologi*, 12(1), 25–38.
- Watie, E. D. S. (2021). Media Sosial dan Komunitas Religius di Era Digital. *Jurnal Komunikasi Global*, 10(1), 15–29.
- Wibowo, A. (2020). Evaluasi Partisipatif dalam Program Pemberdayaan Berbasis Teknologi. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 7(2), 201–215.