Vol 5 No.2 (2026) - Mei, pp 1787-1800 https://www.doi.org/10.59025/wb04wd88

Jurnal Masyarakat Madani Indonesia
e-ISSN: 2829-6702
https://syadani.onlinelibrary.id/

Peningkatan Kapasitas Dakwah Pemuda Muhammadiyah Gondangrejo Melalui Workshop Konten Dakwah Berkemajuan

Tri Santoso[1], Hari Kusmanto[2], Duwi Saputro[1], Atiqa Sabardila[1], Muhammad Syahriandi Adhantoro[1], Dartim6, Meydika Triyan Kusuma[1], Nindy Muji Utami[1], Lufiana Febi Maharani[1], Presillia Agustina[1], Defvy Satya Buana[1]

[1]*Universitas Muhammadiyah Surakarta*
[2]*Universitas Negeri Surabaya*

INFO ARTIKEL

Diserahkan 22/04/2026
Direvisi 29/04/2026
Diterima 09/05/2026
Diterbitkan 18/05/2026

***Kata Kunci*:**

Dakwah Profetik,
Konten Dakwah,
Pemuda Muhammadiyah,
Kapasitas Dakwah,
Media Digital

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilatarbelakangi oleh masih terbatasnya kapasitas Pemuda Muhammadiyah dalam mengembangkan dakwah yang adaptif, kreatif, dan relevan dengan perkembangan media digital. Padahal, generasi muda memiliki potensi strategis dalam menyebarkan nilai-nilai Islam yang moderat dan berkemajuan melalui platform digital. Oleh karena itu, kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas dakwah Pemuda Muhammadiyah Gondangrejo melalui workshop konten dakwah berkelanjutan. Metode pelaksanaan kegiatan dilakukan pada bulan Januari 2026 di Gondangrejo dengan melibatkan 30 anggota Pemuda Muhammadiyah sebagai sasaran utama, dengan kriteria inklusi yaitu anggota aktif dan memiliki minat dalam bidang dakwah digital. Kegiatan dilaksanakan melalui empat tahap, yaitu: (1) tahap pengenalan dan perencanaan bersama, (2) pelaksanaan pelatihan dan praktik produksi konten dakwah, (3) pendampingan dan refleksi lapangan, serta (4) evaluasi dan tindak lanjut berkelanjutan. Variabel yang dievaluasi adalah kreativitas dalam produksi konten dakwah. Instrumen yang digunakan berupa observasi, kuesioner, dan dokumentasi kegiatan, dengan analisis data secara deskriptif kualitatif dan kuantitatif sederhana. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada kreativitas dalam menghasilkan konten dakwah yang edukatif dan inspiratif. Selain itu, terbentuk jejaring dakwah digital sebagai bentuk keberlanjutan program. Kegiatan ini efektif dalam meningkatkan kapasitas dakwah digital Pemuda Muhammadiyah Gondangrejo. Kegiatan ini perlunya mendapat penguatan pendampingan berkelanjutan, pengembangan platform dakwah digital yang terintegrasi, serta replikasi program pada komunitas pemuda lainnya untuk memperluas dampak pengabdian.

Corresponding author email:
ts675@ums.ac.id

Copyright@ Author (2026). Published by Alesha Media Digital. This is an open access article under the CC BY SA license. All writings published in this journal are personal views of the author and do not represent the views of this journal and the author's affiliated institutions.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi digital telah mengubah lanskap dakwah Islam secara global, dari yang semula berbasis tatap muka menuju ekosistem digital yang lebih interaktif, partisipatif, dan berbasis media sosial. Transformasi ini menuntut aktor dakwah, khususnya generasi muda, untuk memiliki kompetensi komunikasi yang adaptif, kreatif, dan relevan dengan karakteristik audiens digital [1]. Pemuda sebagai agen perubahan memiliki posisi strategis dalam menyebarkan nilai-nilai Islam moderat dan berkemajuan, namun pada praktiknya masih terdapat kesenjangan antara potensi tersebut dengan kapasitas aktual yang dimiliki.

Pada konteks lokal, Pemuda Muhammadiyah Gondangrejo, Kabupaten Karanganyar, menghadapi berbagai permasalahan dalam pelaksanaan dakwah. Identifikasi masalah menunjukkan bahwa kemampuan public speaking masih terbatas, ditandai dengan penyampaian ceramah yang cenderung monoton, kurang variatif, serta penggunaan bahasa yang belum persuasif. Selain itu, metode dakwah yang diterapkan masih didominasi komunikasi satu arah, sehingga partisipasi audiens belum optimal dan dakwah belum bertransformasi menjadi ruang dialogis dan transformatif [2].

Permasalahan tersebut semakin kompleks ketika dilihat dari aspek manajerial kegiatan dakwah yang belum terstruktur dengan baik. Indikasi ini terlihat dari lemahnya perencanaan, ketidakkonsistenan waktu pelaksanaan, koordinasi yang belum optimal, serta minimnya dokumentasi dan evaluasi kegiatan. Selain itu, hambatan struktural juga dipengaruhi oleh keterbatasan anggaran organisasi untuk mendukung program dakwah kreatif, belum adanya divisi media digital yang dikelola secara tetap, serta masih terbatasnya dukungan dan pendampingan dari tokoh senior dalam pengembangan model dakwah berbasis teknologi. Kondisi tersebut menyebabkan berbagai program dakwah berjalan secara insidental, tidak terintegrasi, dan sulit berkembang secara berkelanjutan. Kondisi ini menunjukkan bahwa permasalahan dakwah tidak hanya bersifat individual (kompetensi), tetapi juga struktural (manajemen organisasi), sehingga berpotensi menjadi masalah yang bersifat massif jika tidak segera ditangani [3].

Di sisi lain, perkembangan media digital yang sangat pesat belum dimanfaatkan secara optimal sebagai sarana dakwah. Pemuda Muhammadiyah Gondangrejo masih berada pada tahap awal dalam mengembangkan dakwah digital, dengan keterbatasan pada kemampuan copywriting, storytelling, dan produksi konten video. Selain itu, pengelolaan media sosial belum dilakukan secara sistematis, mulai dari perencanaan konten, produksi, interaksi dengan audiens, hingga evaluasi. Padahal, media digital memiliki jangkauan luas dan potensi besar dalam memperkuat pengaruh dakwah di masyarakat [4], [5].

Permasalahan lain yang tidak kalah penting adalah keterbatasan jejaring dakwah. Minimnya kolaborasi dengan lembaga pendidikan, masjid, organisasi kepemudaan, maupun media lokal menyebabkan jangkauan dakwah menjadi sempit dan kurang berdampak luas [6]. Hal ini terjadi meskipun secara potensial terdapat banyak sumber daya jejaring di sekitar Gondangrejo yang dapat dioptimalkan. Ketiadaan sistem pengelolaan jaringan yang terencana menjadi salah satu penyebab utama belum optimalnya pemanfaatan potensi tersebut.

Jika permasalahan ini tidak ditangani, maka akan berdampak pada stagnasi kualitas dakwah, rendahnya daya tarik generasi muda terhadap kegiatan keislaman, serta terbatasnya penyebaran nilai-nilai Islam yang moderat di ruang publik, khususnya di ranah digital. Sementara itu, berbagai kegiatan dakwah yang telah dilakukan sebelumnya cenderung berfokus pada ceramah konvensional tanpa diiringi pelatihan keterampilan komunikasi digital, manajemen konten, dan pendampingan berkelanjutan. Pendekatan konvensional tersebut dinilai kurang mampu mempertahankan minat pemuda karena peserta hanya berperan sebagai audiens pasif, tidak memperoleh ruang praktik kreatif, serta tidak terhubung dengan budaya komunikasi digital yang sehari-hari mereka gunakan. Akibatnya, kegiatan dakwah menjadi kurang menarik, partisipasi pemuda cenderung menurun, dan pesan dakwah sulit berkembang secara luas di media sosial. Kondisi ini menunjukkan perlunya pendekatan baru yang lebih partisipatif, kolaboratif, dan berbasis pengalaman langsung melalui metode service learning agar pemuda tidak hanya menerima materi, tetapi juga terlibat aktif dalam proses produksi dan pengelolaan konten dakwah digital. Evaluasi terhadap kegiatan tersebut menunjukkan bahwa belum ada pendekatan yang integratif antara peningkatan kompetensi individu, penguatan manajemen organisasi, dan pengembangan ekosistem dakwah digital [7].

Berdasarkan kondisi tersebut, kebaruan dalam pengabdian ini terletak pada pendekatan holistik yang mengintegrasikan pelatihan keterampilan komunikasi dakwah, pengembangan konten digital berbasis storytelling dan copywriting, serta pendampingan berkelanjutan yang diarahkan pada pembentukan jejaring dakwah digital [8]. Pendekatan ini berbeda dari kegiatan sebelumnya yang cenderung parsial dan tidak

berkelanjutan. Dengan demikian, pengabdian ini tidak hanya berorientasi pada peningkatan kapasitas individu, tetapi juga pada penguatan sistem dakwah berbasis komunitas dan teknologi digital.

Implikasi dari kegiatan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan keilmuan komunikasi dakwah, khususnya dalam konteks dakwah digital berbasis komunitas, serta memperkuat praktik profesional dalam bidang pemberdayaan pemuda dan komunikasi keislaman yang transformatif [9]. Berdasarkan uraian tersebut, tujuan pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk meningkatkan kapasitas dakwah Pemuda Muhammadiyah Gondangrejo melalui workshop konten dakwah berkelanjutan yang adaptif terhadap perkembangan media digital.

2. METODE PELAKSANAAN

Program ini dijalankan menggunakan pendekatan pembelajaran layanan, model pengabdian. Pendekatan ini menggabungkan kegiatan pelayanan masyarakat dengan proses pembelajaran reflektif untuk meningkatkan kemampuan peserta. Metode ini membuat peserta, yaitu Pemuda Muhammadiyah Gondangrejo, tidak hanya mendapat manfaat, tetapi juga menjadi mitra pembelajar aktif. Mereka berpartisipasi secara langsung dalam perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi kegiatan. Metode pengabdian ini diharapkan dapat meningkatkan kompetensi individu dan menghasilkan perubahan sosial dan kelembagaan dalam praktik dakwah pemuda di tingkat lokal. Proses umumnya dilakukan dalam empat tahap utama: (1) Pengenalan dan perencanaan bersama, (2) Pelaksanaan program pelatihan dan praktik layanan, (3) Pendampingan dan refleksi lapangan, dan (4) Evaluasi dan tindak lanjut berkelanjutan. Penjelasan masing-masing tahapan tersebut dipaparkan di bawah ini.



Gambar 1. Tahapan Pelaksanaan Kegiatan

2.1 Pengenalan dan Perencanaan Bersama

Observasi partisipatif dan diskusi kelompok terfokus (FGD) dengan pengurus Pemuda Muhammadiyah Gondangrejo digunakan untuk melakukan tahap awal identifikasi kebutuhan dan perencanaan bersama. Tujuannya adalah untuk menemukan kebutuhan nyata, sumber daya yang mungkin diperlukan, dan masalah dasar yang terkait dengan aktivitas dakwah. Tiga masalah utama muncul dari temuan identifikasi: (1) keterbatasan dalam dakwah konvensional dan digital; (2) tidak adanya struktur organisasi yang sistematik untuk dakwah; dan (3) jejaring dakwah lintas komunitas yang terbatas.

Selain itu, hasil observasi awal menunjukkan bahwa sebagian besar peserta telah mengenal aplikasi desain dan editing sederhana seperti Canva dan CapCut, namun pemanfaatannya masih bersifat dasar dan terbatas pada kebutuhan personal, seperti membuat poster sederhana atau mengedit video singkat untuk media sosial pribadi. Peserta belum memiliki pengalaman dalam menyusun strategi konten dakwah digital secara terencana, termasuk dalam aspek copywriting, storytelling, manajemen akun, dan analisis audiens digital. Kondisi ini

menunjukkan bahwa tantangan utama pelatihan tidak hanya terletak pada penguasaan teknis aplikasi, tetapi juga pada kemampuan mengintegrasikan teknologi digital dengan pesan dakwah yang komunikatif, persuasif, dan sesuai dengan karakteristik audiens muda.

Didasarkan pada temuan ini, pengurus cabang Muhammadiyah dan tim pengabdian bekerja sama untuk membuat rencana pelatihan berbasis kebutuhan. Pelatihan *Public Speaking* Profetik dan *Workshop* Konten Dakwah Berkelanjutan adalah dua bentuk kegiatan utama dalam rencana ini. Kedua kegiatan ini berfungsi sebagai sarana pendidikan dan pelayanan sosial yang meningkatkan kemampuan peserta, karakter, dan kesadaran digital keislaman mereka.

2.2 Pelaksanaan Program Pelatihan dan Praktik Layanan

Tahap ini merupakan bagian penting dari kegiatan pembelajaran layanan, di mana peserta tidak hanya menerima instruksi, tetapi juga menerapkan pengetahuan mereka dalam proyek layanan dakwah nyata di masyarakat. *Workshop* Konten Dakwah Berkelanjutan: Tujuan dari *workshop* ini adalah agar peserta lebih mahir menggunakan media sosial sebagai sarana dakwah kreatif. Materi termasuk: teknik *copywriting* dan cerita islami untuk menulis pesan dakwah yang inspiratif; produksi video pendek dan desain konten digital (pengambilan gambar, pencahayaan, penyuntingan); manajemen akun dakwah dan analisis insight untuk mengukur seberapa efektif pesan; dan etika dakwah digital, termasuk kesantunan berbahasa, klarifikasi informasi (*tabayyun*), dan moderasi komentar [10], [11], [12], [13], [14]. Peserta membentuk Tim Kreatif Dakwah Digital untuk menerapkan layanan. Tim ini ditugaskan untuk membuat dan mengawasi akun media sosial dakwah Pemuda Muhammadiyah Gondangrejo secara konsisten.

2.3 Pendampingan dan Refleksi Lapangan

Dalam pendekatan *service learning,* refleksi adalah bagian penting karena memberi peserta kesempatan untuk menilai pengalaman belajar mereka dan layanan sosial yang mereka terima. Refleksi dilakukan melalui:

a. Diskusi kelompok dan jurnal reflektif di mana peserta menuliskan pengalaman, kesulitan, dan nilai-nilai profetik yang mereka alami selama berdakwah; dan
b. Pendampingan lapangan oleh tim pengabdian untuk memberikan umpan balik langsung terhadap praktik dakwah baik konvensional maupun digital.

Tujuan dari proses refleksi ini adalah untuk menumbuhkan kesadaran kritis, empati sosial, dan tanggung jawab moral sebagai dai muda Muhammadiyah yang matang secara sosial dan spiritual.

2.4 Evaluasi dan Tindak Lanjut Berkelanjutan

Hasil dan keberlanjutan program dievaluasi pada tahap akhir. Kuantitatif dan kualitatif, evaluasi dilakukan melalui kuesioner dan wawancara untuk menilai keterampilan dan persepsi peserta. Mereka juga menganalisis produk dakwah seperti rekaman ceramah, video dakwah, dan konten media sosial. Rubrik penilaian konten dakwah dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Rubrik Penilaian Kreativitas Konten Dakwah Digital

No	Indikator Penilaian	Deskripsi Penilaian	Skala
1	Orisinalitas Ide Konten	Menilai tingkat kebaruan, kreativitas, dan keunikan ide dakwah yang disampaikan dalam konten digital.	1–5
2	Kemampuan Menyampaikan Pesan Dakwah	Menilai kemampuan peserta dalam menyampaikan pesan dakwah secara persuasif, komunikatif, jelas, dan mudah dipahami audiens.	1–5
3	Kualitas Visual dan Teknis Editing	Menilai kualitas desain visual, tata letak, penggunaan audio-visual, pencahayaan, serta kemampuan editing video atau grafis digital.	1–5

4	Kesesuaian dengan Karakteristik Audiens	Menilai kesesuaian bahasa, gaya komunikasi, dan format konten dengan karakteristik pengguna media sosial, khususnya generasi muda.	1–5
5	Penggunaan Storytelling dan Copywriting Islami	Menilai kemampuan peserta dalam menggunakan teknik storytelling dan copywriting berbasis nilai-nilai Islami untuk menarik perhatian audiens.	1–5
6	Tingkat Interaksi Audiens	Menilai tingkat keterlibatan audiens melalui jumlah respons, komentar, engagement, dan interaksi pengguna media sosial terhadap konten dakwah.	1–5

Forum evaluasi yang difasilitasi oleh pengurus Muhammadiyah untuk mengevaluasi pengaruh kegiatan terhadap penguatan struktur dakwah pemuda. Selanjutnya, Forum Dakwah Pemuda Muhammadiyah Gondangrejo didirikan. Tugasnya adalah untuk mengatur dan mengelola program dakwah berkelanjutan serta membangun hubungan dengan sekolah, pesantren, takmir masjid, media lokal, dan lainnya. Forum ini diharapkan menjadi motor penggerak untuk membangun ekosistem dakwah digital dan profetik yang dinamis dan bermanfaat bagi masyarakat sekitar.

3. HASIL & PEMBAHASAN

3.1 Pengenalan dan Perencanaan Bersama

Observasi dilaksanakan untuk mendapatkan gambaran awal mengenai masyarakat sasaran yaitu Angkatan Muda Muhammadiyah (AMM) Kecamatan Gondangrejo. Angkatan Muda Muhammadiyah yang dimaksudkan dalam hal ini meliputi Pemuda Muhammadiyah, Nasyiatul Aisyiyah, Tapak Suci, Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah, dan Guru Karyawan di lingkungan Amal Usaha Muhammadiyah Kecamatan Gondangrejo. Berdasarkan observasi yang dilakukan mendapatkan data Angkatan Muda Muhammadiyah Kecamatan Gondangrejo sebanyak 30 orang.

Selain data Angkatan Muda Muhammadiyah Gondangrejo, observasi yang dilakukan juga menemukan bahwa aktivitas dahwah digital di lingkungan AMM Gondangrejo masih rendah. Hal ini didapatkan berdasarkan postingan di media sosial Pemuda Muhammadiyah Gondangrejo yang cenderung pasif dan belum dioptimalkan untuk aktivitas dakwah digital. Lebih lanjut dapat dilihat pada gambar 2.



Gambar 2. Kondisi Media Sosial PCPM Gondangrejo

Penentuan Solusi dan Target

Berdasarkan hasil observasi dan studi kebutuhan masyarakat sasaran, tim pengabdian bersama mitra

melakukan FGD untuk menentukan solusi dan target kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Solusi dan target yang hendak dicapai dalam kegiatan pengabdian ini adalah sebagai berikut.

Solusi yang disepakati melalui FGD dengan mitra pengabdian berupa pelaksanaan pelatihan dengan materi utama yaitu: a) identifikasi masyarakat sasaran dakwah digital di wilayah Kecamatan Gondangrejo, dan b) pelatihan penyusunan konten dakwah digital berkelanjutan.

Target yang hendak dicapai dalam kegiatan ini meliputi: a) peserta kegiatan pengabdian mampu memetakan sasaran dakwah di Kecamatan Gondangrejo, b) peserta pengabdian memiliki kemampuan publik speaking profetik sebagai landasan dalam berdakwah, dan c) peserta kegiatan pengabdian mampu menyusun konten dakwah digital berkelanjutan.

3.2 Pelaksanaan Program Pelatihan dan Praktik Layanan

Identifikasi Sasaran Dakwah

Identifikasi sasaran dakwah dilakukan melalui diskusi kelompok oleh peserta pengabdian dengan dipandu oleh tim pengabdian. Tujuan utama dari identifikasi sasaran dakwah yaitu memetakan karakteristik masyrakat di Kecamatan Gondangrejo sebagai sasaran dakwah yang dilakukan oleh Angkatan Muda Muhammadiyah Gondangrejo. Hasil pemetaan karakteristik masayarakat sasaran dakwah menjadi landasan dalam pendekatan dan konten dakwah digital berkelanjutan yang akan disusun oleh AMM Gondangrejo. Lebih lanjut dapat dilihat pada gambar 3.



Gambar 3. mengidentifikasi karakteristik masyarakat Gondangrejo.

Berdasarkan hasil diskusi yang dilakukan diketahui bahwa masyarakat di kecamatan Gondangrejo memiliki karakteristik yang beragam. Hasil diskusi pemetaan karakteristik masyarakat Gondangrejo dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 2. Karakteristik Masyarakat Gondangrejo

Kategori Masalah	Temuan Utama
Minat dan Partisipasi Pemuda	Minat pemuda terhadap kegiatan dakwah masih rendah dan lebih tertarik pada aktivitas hiburan (game, musik, tren sosial).
Kompetensi dan SDM Dakwah	Keterbatasan dai muda yang kompeten serta rendahnya kesiapan dan kesadaran pemuda dalam berdakwah.
Budaya dan Kepercayaan	Pengaruh budaya kejawen masih kuat dan sulit diubah, sehingga mempengaruhi penerimaan dakwah.
Manajemen Dakwah	Kegiatan dakwah sudah ada namun belum terstruktur, masih terbatas pada kajian rutin dan kurang inovatif.
Dakwah Kepemudaan	Dakwah belum menyasar minat pemuda (misalnya olahraga, komunitas), sehingga kurang menarik dan partisipatif.
Media dan Pendekatan	Dakwah belum memanfaatkan media kreatif dan digital secara optimal.

Jejaring dan Organisasi	Keragaman organisasi Islam berpotensi konflik serta belum optimal dalam kolaborasi dakwah.
Kondisi Sosial Pemuda	Sebagian pemuda terpapar perilaku menyimpang (judi online, miras) dan kurang keterlibatan dalam kegiatan masjid.
Potensi Lokal	Tersedia potensi besar (lembaga pendidikan, komunitas, kegiatan sosial), namun belum dimanfaatkan secara maksimal.

Penyampaian Materi

Materi mengenai Konten Dakwah di Media Sosial berfokus pada penguatan dasar-dasar public speaking profetik, yaitu keterampilan berbicara yang tidak hanya efektif dalam penyampaian pesan, tetapi juga berlandaskan nilai moral, etika, dan keteladanan. Selain itu, peserta juga dibekali wawasan mengenai pengembangan konten dakwah berkemajuan yang relevan dengan konteks sosial dan kebutuhan masyarakat saat ini. Lebih lanjut dapat dilihat pada gambar 4.



Gambar 4. Penyampaian materi konten Dakwah Digital

Metode pelaksanaan kegiatan dilakukan secara variatif dan partisipatif, meliputi ceramah, diskusi, dan praktik langsung. Metode ceramah digunakan untuk menyampaikan konsep dan landasan teoritis terkait public speaking profetik dan dakwah berkemajuan. Selanjutnya, metode diskusi dimanfaatkan untuk menggali pemahaman peserta, berbagi pengalaman, serta membahas berbagai permasalahan dakwah yang dihadapi pemuda di lapangan. Adapun metode praktik bertujuan untuk melatih peserta secara langsung dalam menerapkan teknik berbicara di depan umum, sehingga peserta tidak hanya memahami materi secara konseptual, tetapi juga mampu mengaplikasikannya secara nyata. Lebih lanjut dapat dilihat pada gambar 5.



Gambar 5. Diskusi materi public speaking profetik

Secara keseluruhan, materi dalam kegiatan ini dirancang sebagai dasar pelatihan untuk membentuk dan meningkatkan kemampuan berbicara pemuda Muhammadiyah secara persuasif, sistematis, dan beretika. Diharapkan melalui kegiatan ini, peserta memiliki kepercayaan diri yang lebih baik serta mampu menjadi kader dakwah yang efektif, berkemajuan, dan berkontribusi positif bagi masyarakat. Keterampilan public speaking

profetik ini dimaksudkan dapat menjadi modal penting dalam penyusunan konten dakwah digital berkelanjutan.

Praktik Penyusunan Konten Dakwah Kreatif

Praktik penyusunan konten dakwah kreatif dimulai dengan diskusi mengenai solusi dan ide konten berdasarkan karakteristik masyarakat sasaran dakwah di Kecamatan Gondangrejo. Ide tersebut ditunjang dengan bahasa konten yang mengutamakan public speaking profetik. Lebih lanjut dapat dilihat pada gambar 6.



Gambar 6. Diskusi solusi dan ide konten dakwah digital

Berdasarkan diskusi mengenai solusi yang ditawarkan mengenai problematika dan karakteristik masyarakat Kecamatan Gondangrejo, masing-masing kelompok menawarkan beberapa opsi solusi yang menjadi ide konten dakwah kreatif berkelanjutan. Berikut beberapa hasil identifikasi solusi dan ide konten dakwah dari masing-masing kelompok. Lebih lanjut dapat dilihat pada tabel 2.

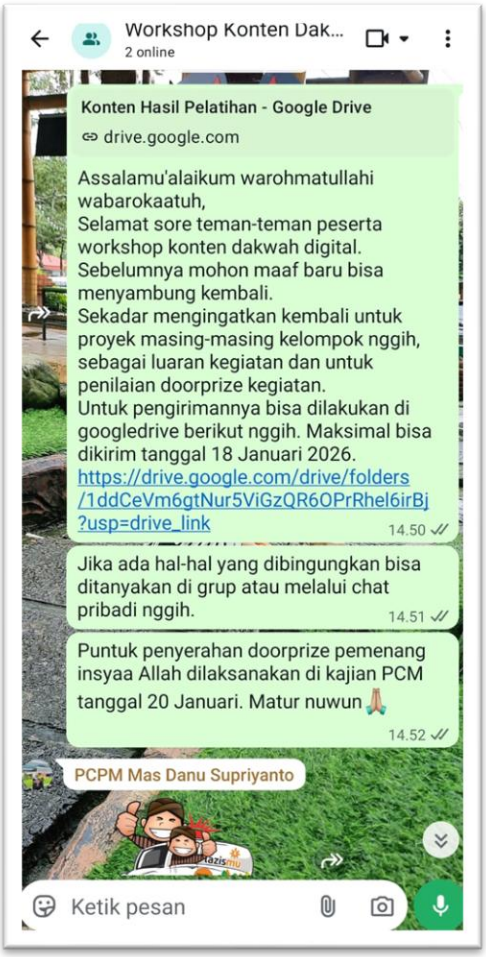
Tabel 3. Hasil Diskusi Solusi dan Ide Konten Dakwah Digital

Kategori Solusi	Implementasi/Ide Konten Dakwah
Pelibatan pemuda dalam kegiatan masjid dan kajian	Publikasi kegiatan, dokumentasi video, dan konten dakwah di media sosial
Penguatan kapasitas dakwah pemuda	Pelatihan dakwah, praktik *public speaking*, dan produksi konten digital
Pengembangan dakwah berbasis digital	Video pendek (reels), quotes islami, konten TikTok, dan distribusi multi-platform
Inovasi metode dakwah	Kajian interaktif, *live streaming, podcast,* dan dakwah berbasis tren anak muda
Pendekatan kontekstual pemuda	Konten dakwah sesuai tren, bahasa sederhana, dan tema relevan dengan kehidupan remaja
Penguatan komunitas dan jejaring	Kolaborasi komunitas, pembentukan remaja masjid, dan kegiatan sosial
Optimalisasi masjid sebagai pusat kegiatan	Penyediaan fasilitas pemuda dan program kreatif berbasis masjid
Pengembangan konten edukatif dan reflektif	*Podcast* remaja, *sharing session*, dan konten edukasi peran masjid

Ide konten dakwah yang telah dirumuskan kemudian direalisasikan menjadi konten dakwah digital sesuai dengan kreativitas kelompok masing-masing. Pembuatan konten dakwah dilakukan selama dua minggu. Selama proses penyusunan konten dakwah, peserta didampingi melalui grup WhatsApp.

3.3 Pendampingan Produksi Konten Dakwah Digital Berkelanjutan

Pendampingan produksi konten dakwah digital berkelanjutan dilakukan secara daring melalui grup WhatsApp. Pendampingan dilakukan secara berkala mulai dari proses produksi hingga pengiriman karya. Karya yang telah dikirim dipublikasikan melalui platform media sosial Pemuda Muhammadiyah Gondangrejo. Lebih lanjut, dapat dilihat pada gambar 7.



Gambar 7. Pendampingan produksi konten dakwah digital melalui WhatsApp

Konten dakwah digital diproduksi secara berkelompok sesuai dengan kelompok diskusi pada materi sebelumnya. Produksi konten dakwah secara berkompok dimaksudkan untuk melatih kerja sama antar komponen Angkatan Muda Muhammadiyah Gondangrejo. Sinergi yang dibentuk melalui kerja sama penyusunan konten dakwah dalam kegiatan ini diharapkan dapat berlanjut dan menambah produktivitas khususnya dalam pembuatan konten dakwah digital.

3.4 Evaluasi dan Tindak Lanjut

Tabel 3 menyajikan perbandingan skor rata-rata pretes dan postes pada berbagai indikator kompetensi dakwah peserta setelah mengikuti program pelatihan. Indikator yang diukur mencakup aspek *public speaking*, nilai-nilai profetik, serta kemampuan dakwah digital, yang dianalisis melalui nilai gain untuk melihat tingkat peningkatan yang terjadi. Secara umum, data menunjukkan adanya peningkatan pada seluruh indikator, yang mengindikasikan efektivitas program dalam meningkatkan kapasitas dakwah peserta.

Tabel 4. Evaluasi Kegiatan

Kategori Kompetensi	Rata-rata Pretes	Rata-rata Postes	Gain
Public speaking (kepercayaan diri, artikulasi, intonasi, menarik audiens)	2,14	2,81	0,67
Nilai profetik (sidiq, amanah, empati, adaptasi audiens)	2,28	3,00	0,72
Dakwah digital (media sosial, etika digital, *copywriting*, *storytelling*, produksi konten)	2,16	2,98	0,82
Manajemen konten (perencanaan, evaluasi, kerja tim)	2,25	2,99	0,74
Motivasi dan komitmen dakwah	2,22	3,03	0,81

Tabel 3. menunjukkan bahwa seluruh kategori kompetensi mengalami peningkatan yang signifikan, dengan rentang gain antara 0,67 hingga 0,82, yang mengindikasikan bahwa intervensi pelatihan memiliki efektivitas tinggi dalam meningkatkan kapasitas dakwah peserta secara multidimensional. Peningkatan ini tidak hanya mencerminkan perubahan pada aspek kognitif (pengetahuan), tetapi juga pada aspek afektif (sikap dan nilai) serta psikomotorik (keterampilan praktik), yang merupakan indikator keberhasilan pembelajaran berbasis service learning. Secara hierarkis, aspek dakwah digital (gain = 0,82) dan motivasi-komitmen (gain = 0,81) menjadi domain dengan peningkatan tertinggi, diikuti manajemen konten (0,74), nilai profetik (0,72), dan public speaking (0,67). Pola ini menunjukkan bahwa pelatihan lebih cepat berdampak pada kompetensi berbasis teknologi dan motivasi internal dibandingkan keterampilan komunikasi lisan yang memerlukan pembiasaan jangka panjang.

Pada aspek dakwah digital, peningkatan dari 2,16 menjadi 2,98 (gain = 0,82) dapat dianalisis sebagai bentuk keberhasilan transfer keterampilan praktis yang relevan dengan ekosistem komunikasi digital saat ini. Peserta tidak hanya memahami konsep, tetapi juga mampu mengaplikasikan teknik produksi konten seperti copywriting, storytelling, dan pembuatan video. Hal ini selaras dengan berbagai hasil riset yang menegaskan bahwa pelatihan berbasis praktik dengan integrasi literasi digital, penggunaan tools desain (misalnya Canva dan CapCut), serta strategi distribusi konten secara multiplatform mampu meningkatkan kompetensi digital secara signifikan [9]. Selain itu, efektivitas konten dakwah di era digital sangat ditentukan oleh karakteristik konten yang singkat, visual, interaktif, dan kontekstual, seperti video reels, live streaming, dan infografis [15]. Dengan demikian, tingginya gain pada aspek ini menunjukkan bahwa program telah berhasil menjawab kebutuhan aktual generasi muda yang hidup dalam budaya digital berbasis visual dan algoritmik.

Pada aspek motivasi dan komitmen dakwah, peningkatan dari 2,22 menjadi 3,03 (gain = 0,81) menunjukkan bahwa pelatihan tidak hanya berfungsi sebagai transfer pengetahuan, tetapi juga sebagai proses internalisasi nilai dan pembentukan identitas sebagai dai muda. Dalam perspektif pendidikan berbasis pengalaman, keterlibatan langsung dalam praktik dakwah, kerja tim, serta tanggung jawab produksi konten mendorong terbentuknya sense of ownership dan tanggung jawab sosial peserta. Hal ini konsisten dengan temuan bahwa pendekatan pelatihan partisipatif dan berbasis proyek mampu meningkatkan engagement serta komitmen peserta terhadap aktivitas dakwah secara berkelanjutan [16]. Dengan kata lain, keberhasilan program tidak hanya diukur dari peningkatan keterampilan, tetapi juga dari tumbuhnya kesadaran ideologis dan spiritual dalam berdakwah.

Selanjutnya, pada aspek manajemen konten, peningkatan dari 2,25 menjadi 2,99 (gain = 0,74) menunjukkan adanya pergeseran paradigma dari dakwah yang bersifat spontan dan individual menuju dakwah yang terencana, kolaboratif, dan berbasis strategi. Peserta mulai memahami pentingnya siklus manajemen konten, mulai dari perencanaan, produksi, distribusi, hingga evaluasi berbasis respons audiens. Hal ini sejalan dengan kajian yang menekankan bahwa keberhasilan dakwah digital sangat dipengaruhi oleh kemampuan mengelola konten secara sistematis dan memanfaatkan fitur analitik media sosial untuk meningkatkan efektivitas pesan [17]. Dengan demikian, peningkatan ini menunjukkan bahwa peserta telah bergerak menuju praktik dakwah

yang lebih profesional dan adaptif terhadap logika platform digital.

Pada aspek nilai profetik, peningkatan dari 2,28 menjadi 3,00 (gain = 0,72) memiliki makna strategis dalam menjaga keseimbangan antara kompetensi teknis dan integritas moral. Dalam konteks dakwah digital yang sarat dengan tantangan seperti hoaks, disinformasi, ujaran kebencian, serta fenomena "ustaz instan", penguatan nilai sidiq, amanah, empati, dan kemampuan adaptasi menjadi sangat krusial [18]. Riset juga menegaskan bahwa etika dakwah digital harus menjadi bagian integral dalam setiap pelatihan agar pesan yang disampaikan tetap kredibel, moderat, dan tidak menimbulkan konflik sosial [19]. Oleh karena itu, peningkatan pada aspek ini menunjukkan bahwa program tidak hanya menghasilkan dai yang terampil, tetapi juga memiliki landasan etika yang kuat dalam berkomunikasi di ruang digital.

Sementara itu, pada aspek public speaking, peningkatan dari 2,14 menjadi 2,81 (gain = 0,67) meskipun paling rendah dibandingkan kategori lain, tetap menunjukkan adanya perkembangan signifikan dalam kepercayaan diri, artikulasi, intonasi, dan kemampuan menarik perhatian audiens. Rendahnya gain relatif ini dapat dijelaskan karena keterampilan komunikasi lisan merupakan kompetensi yang bersifat kompleks dan membutuhkan latihan berulang, pengalaman panggung, serta umpan balik jangka panjang. Namun demikian, peningkatan ini tetap penting karena kemampuan komunikasi verbal menjadi fondasi utama dalam produksi konten dakwah digital, terutama dalam format video dan podcast.

Selain itu, sebagian besar peserta sebelumnya belum memiliki pengalaman menjadi pembicara publik atau dai aktif di forum formal. Kondisi ini menyebabkan peserta masih mengalami hambatan berupa rasa gugup, rendahnya kepercayaan diri, keterbatasan penguasaan vokal, dan kesulitan menjaga interaksi dengan audiens secara spontan. Dalam konteks pelatihan singkat, perubahan pada aspek komunikasi lisan cenderung tidak dapat terjadi secara instan karena keterampilan ini memerlukan latihan kontinu, mentoring intensif, dan paparan langsung terhadap situasi dakwah nyata. Faktor budaya komunikasi lokal yang cenderung pasif dan kurang terbiasa dengan forum argumentatif juga menjadi salah satu penyebab peningkatan public speaking berlangsung lebih lambat dibandingkan keterampilan teknis digital.

Meskipun demikian, peningkatan pada aspek ini tetap memiliki arti strategis karena public speaking merupakan fondasi utama dalam produksi konten dakwah digital, terutama pada format video pendek, podcast, live streaming, maupun ceramah interaktif di media sosial. Dalam ekosistem dakwah digital, kualitas penyampaian verbal sangat memengaruhi kredibilitas dai, daya tarik pesan, dan tingkat keterlibatan audiens. Oleh karena itu, hasil ini menunjukkan bahwa penguatan keterampilan komunikasi lisan memerlukan model pendampingan jangka panjang yang lebih intensif, misalnya melalui praktik rutin, simulasi dakwah, evaluasi performa berbasis video, dan pembelajaran reflektif secara berkelanjutan.

Selain peningkatan kompetensi peserta, efektivitas program juga terlihat dari respons audiens terhadap konten dakwah yang diproduksi dan diunggah selama masa pendampingan. Konten dakwah digital yang dibuat peserta dalam bentuk video reels, poster islami, kutipan motivatif, dan podcast pendek menunjukkan peningkatan interaksi di media sosial Pemuda Muhammadiyah Gondangrejo. Beberapa unggahan memperoleh respons positif berupa komentar apresiatif, peningkatan jumlah penonton, serta keterlibatan audiens melalui tanda suka dan pembagian ulang. Temuan ini menunjukkan bahwa pendekatan dakwah berbasis konten visual dan bahasa komunikatif lebih mampu menjangkau generasi muda dibandingkan model ceramah konvensional.

Analitik digital juga memperlihatkan bahwa konten dengan pendekatan storytelling, tema keseharian pemuda, dan penggunaan bahasa sederhana memperoleh tingkat keterlibatan audiens yang lebih tinggi dibandingkan konten informatif yang bersifat formal. Hal ini menunjukkan bahwa efektivitas dakwah digital tidak hanya ditentukan oleh substansi pesan keagamaan, tetapi juga oleh strategi komunikasi, kreativitas visual, dan kemampuan memahami algoritma media sosial. Dengan demikian, keberhasilan program tidak hanya tercermin dari peningkatan skor kompetensi peserta, tetapi juga dari terbentuknya interaksi sosial baru di ruang digital yang menandakan meningkatnya penerimaan masyarakat terhadap model dakwah kreatif berbasis media

sosial.

4. KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat bertajuk "Peningkatan Kapasitas Dakwah Pemuda Muhammadiyah Gondangrejo melalui Pelatihan Public Speaking Profetik dan Workshop Konten Dakwah Berkemajuan" telah terlaksana dengan baik dan menunjukkan tingkat efektivitas yang tinggi. Berdasarkan hasil evaluasi pretes dan postes dengan analisis gain score, seluruh indikator mengalami peningkatan positif dengan rata-rata gain sebesar ±0,76 yang termasuk dalam kategori efektif. Peningkatan tersebut mencakup aspek kepercayaan diri, kemampuan mengelola rasa gugup, keterampilan artikulasi dan intonasi, serta pemahaman dan penerapan nilai-nilai profetik dalam komunikasi dakwah. Selain itu, pada aspek dakwah digital, terjadi peningkatan signifikan pada literasi media sosial, kemampuan copywriting dan storytelling islami, produksi konten digital, serta komitmen melanjutkan dakwah digital secara berkelanjutan. Program ini tidak hanya meningkatkan kompetensi teknis peserta, tetapi juga memperkuat dimensi etika, tanggung jawab, dan kesadaran peran pemuda dalam dakwah berkemajuan. Dengan terbentuknya tim kreatif dakwah digital dan forum dakwah pemuda, kegiatan ini memberikan dampak kelembagaan yang mendukung keberlanjutan gerakan dakwah di tingkat cabang.

Berdasarkan pelaksanaan kegiatan tersebut, disarankan agar program pelatihan dan pendampingan dakwah profetik dan digital ini dilaksanakan secara berkelanjutan dengan model bertahap, mulai dari tingkat dasar hingga lanjutan. Penguatan sistem manajemen media dakwah digital melalui penyusunan kalender konten, pembagian tugas yang jelas, serta evaluasi berkala perlu dilakukan agar konsistensi produksi dan publikasi konten tetap terjaga. Selain itu, diperlukan dukungan sarana dan prasarana produksi konten digital yang lebih memadai untuk meningkatkan kualitas dan jangkauan dakwah. Kolaborasi dengan Amal Usaha Muhammadiyah, takmir masjid, serta komunitas pemuda lintas organisasi juga penting untuk memperluas dampak dakwah yang inklusif dan berkemajuan. Model pengabdian berbasis service learning yang telah diterapkan dalam kegiatan ini dapat dijadikan praktik baik dan direplikasi pada cabang Muhammadiyah lainnya guna memperkuat kapasitas dakwah pemuda secara sistematis dan berkelanjutan.

Untuk mendukung keberlanjutan program, diperlukan langkah operasional yang lebih konkret, seperti penyusunan Standar Operasional Prosedur (SOP) Produksi Konten Dakwah Mingguan yang mengatur tahapan perencanaan ide, produksi, publikasi, hingga evaluasi konten digital secara terjadwal. Selain itu, pembentukan "iuran kreatif" atau dana kolektif pemuda juga dapat menjadi alternatif pembiayaan berkelanjutan guna memenuhi kebutuhan sarana produksi sederhana, seperti paket data internet, tripod, mikrofon, pencahayaan, dan aplikasi editing premium. Mekanisme ini penting agar aktivitas dakwah digital tidak bergantung sepenuhnya pada bantuan eksternal dan dapat dikelola secara mandiri oleh organisasi pemuda.

Adapun replikasi program pada cabang Muhammadiyah lainnya memerlukan beberapa prasyarat minimal agar implementasi berjalan efektif. Prasyarat tersebut meliputi: (1) adanya mentor atau fasilitator yang memiliki kompetensi dalam dakwah digital dan public speaking; (2) tersedianya perangkat dasar produksi konten, seperti smartphone dengan kamera memadai, laptop sederhana, koneksi internet, dan aplikasi editing digital; (3) dukungan struktural dari pimpinan cabang Muhammadiyah setempat; serta (4) adanya tim atau komunitas pemuda yang siap terlibat secara aktif dan berkelanjutan dalam pengelolaan media dakwah digital. Dengan terpenuhinya prasyarat tersebut, model pengabdian berbasis service learning ini berpotensi direplikasi secara lebih luas sebagai strategi penguatan dakwah pemuda Muhammadiyah di era digital.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Direktorat Riset, Pengabdian kepada Masyarakat, Publikasi, dan

Sentra KI (DRPPS) Universitas Muhammadiyah Surakarta (UMS) atas dukungan pendanaan yang diberikan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini melalui skema hibah internal dengan nomor kontrak 215.12/A.3-III/DRPPS/2025. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada seluruh pihak yang telah berkontribusi dalam kegiatan ini, khususnya Pemuda Muhammadiyah Gondangrejo sebagai mitra pengabdian yang telah berpartisipasi aktif dalam setiap tahapan kegiatan. Dukungan dan kerja sama yang diberikan sangat berarti dalam keberhasilan pelaksanaan program ini.

DAFTAR PUSTAKA

[1] A. H. Ummah, "Communication Performance Of Millennial Students: Digital Da'wah Strategies Of Islamic Boarding Schools In Lombok West Nusa Tenggara," TASAMUH: Jurnal Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat Islam, vol. 21, no. 1, pp. 71–100, 2023.

[2] H. M. Kholili, "Reconceptualization of the da'wah movement in indonesia: perspectives on da'wah communication," Interdiciplinary Journal and Hummanity (INJURITY), vol. 2, no. 3, pp. 219–238, 2023.

[3] N. Fadilah, "Peran Fungsi Manajemen Dalam Meningkatkan Efektivitas Kegiatan Dakwah," MADDINA: Jurnal Manajemen Dakwah, vol. 2, no. 1, pp. 24–48, 2025.

[4] S. H. I. Sholihul Huda and M. Fil, Dakwah digital muhammadiyah (pola baru dakwah era disrupsi). Samudra Biru, 2022.

[5] N. P. Sari, M. A. Setiawan, E. C. Makaria, H. Y. S. Putro, H. Q. Nada, and N. Arridho, "Penguatan Literasi Sosio-Emosional Siswa SMK melalui Implementasi Program Roots untuk Mencegah Cyberbullying," Buletin KKN Pendidikan, pp. 111–123, 2025.

[6] A. K. Iman and A. Muhid, "Dakwah Berbasis Komunitas: Mengoptimalkan Fungsi Masjid sebagai Pusat Pembinaan Gen-Z," QULUBANA: Jurnal Manajemen Dakwah, vol. 6, no. 1, pp. 235–252, 2025.

[7] M. W. N. Tualeka, A. Haris, and M. A. Mu'ammar, Membangun moderasi beragama: Peran dakwah elit di Surabaya. UMMPress, 2026.

[8] J. Barus, "Pendampingan Pembuatan Media Dakwah Digital untuk Santri Pesantren Bandar Tinggi," INOVASI: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat, vol. 2, no. 2, pp. 16–21, 2025.

[9] M. Muhsinah, "Analisis peran dakwah sebagai alat transformasi sosial: Tantangan dan strategi komunikasi dalam konteks masyarakat modern," Jurnal Komunikasi Dan Media, vol. 1, no. 1, pp. 160–175, 2024.

[10] H. Kusmanto, "Perwujudan Tindak Kesantunan Berkomentar pada Wacana Media Sosial Instagram," Sawerigading, vol. 25, no. 2, pp. 119–128, 2019, doi: 10.26499/sawer.v25i2.640.

[11] H. Kusmanto and P. Widodo, "Positive politeness strategies during online learning: A cyberpragmatic study," Studies in English Language and Education, vol. 9, no. 3, pp. 1170–1182, 2022.

[12] H. Kusmanto, H. J. Prayitno, and A. Ngalim, "Realisasi Tindak Kesantunan Berbahasa pada Komentar Akun Instagram Jokowi: Studi Polittikopragmatik," Jurnal Kandai, vol. 15, no. 1, pp. 47–60, 2019.

[13] T. Santoso and H. Kusmanto, "Language as a Tool of Struggle: A Sociopragmatic Analysis of Demand Statements in Police Reports on Demonstrations," in International Conference on Cultures & Languages, Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta, 2025, pp. 712–728.

[14] T. Santoso and E. Nurhayati, "Indonesian Netizens' Impoliteness Toward Government Loudspeaker Policies: A Cyberpragmatic Approach.," Journal of Language Teaching & Research, vol. 16, no. 2, 2025.

[15] R. M. Akbar, S. Sugianto, Y. N. Sukmaningtyas, and A. Syaifuddin, "Digitalisasi dakwah: Strategi pelatihan media sosial bagi MUI Kabupaten Mojokerto untuk pemberdayaan dai dalam dakwah," ABDIMAS NUSANTARA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, vol. 6, no. 2, pp. 126–133, 2025.

[16] A. Baksin, D. W. Putri, and N. R. Hantoro, "Transformation Of Islamic Da'wah Through Digital Content Training In Islamic Boarding Schools (Case Study at SMK YPC Cintawana, Tasikmalaya)," INJECT

(Interdisciplinary Journal of Communication), vol. 10, no. 1, pp. 797–820, 2025.

[17] A. Muzayanah and Y. M. Lubis, "Dinamika dakwah islam dalam era digital: Kajian terhadap strategi implementasi dan tantangan yang dihadapi," El Madani: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam, vol. 4, no. 02, pp. 161–180, 2023.

[18] F. Maulidna, K. Ulfi, A. Mulia, A. Z. Ramadhan, and M. Saleh, "Etika dakwah di media digital: Tantangan dan solusi," Jurnal Manajemen Dan Pendidikan Agama Islam, vol. 3, no. 2, pp. 315–336, 2025.

[19] S. Hasan et al., "Empowering Adult Learners with Digital Skills for Da'wah Using Canva: Insights from A Case Study," Int. J. Acad. Res., vol. 14, no. 1, 2025.