

Pengembangan Media Dakwah Berbasis Digital di Pimpinan Ranting Muhammadiyah Kebonsari Jember

¹Daryanto, ¹Habibatul Azizah Al Faruq

¹Program Studi Teknik Informatika, Universitas Muhammadiyah Jember, Indonesia
Corresponding Author. Email : daryanto@unmuhjember.ac.id

ARTICLE INFO

Article History:

Received : 19-04-2026
Revised : 30-05-2026
Accepted : 05-06-2026
Online : 15-06-2026

Keywords:

PRM Kebonsari;
Dakwah Digital;
Media Sosial;
Instagram;
Pelatihan.

ABSTRACT

Abstract: PRM Kebonsari has not yet developed digital preaching and remains limited by its members' skills in managing digital content, so its outreach only reaches congregants who attend in person. It is therefore essential to develop a digital-based preaching platform to enable broader outreach. The objective of this community service program is for the Unmuh Jember service team to develop social media as a digital preaching platform and provide training in social media management for PRM Kebonsari as a partner. The platforms used in this program include Instagram, Facebook, and YouTube. The stages of this service program consist of preparation, the establishment of social media as a digital preaching platform, and training in digital religious content management. The results of this community service program indicate that the PKM Team successfully developed digital-based preaching by utilizing social media, including Instagram, Facebook, and YouTube. As a result, PRM Kebonsari now has official social media accounts, and human resource understanding and skills in managing social media content improved by an average of 61.75% (content design 65% and content uploading 67%), with 100% of participants able to upload preaching content independently by the end of the program.

Abstrak: PRM Kebonsari belum mengembangkan dakwah secara digital dan masih terbatas pada kemampuan anggota dalam mengelola konten digital, sehingga jangkauan dakwah hanya menjangkau jamaah yang hadir langsung. Oleh karena itu, diperlukan pengembangan sarana dakwah berbasis digital agar penyampaian dakwah dapat dilakukan secara lebih luas. Tujuan program pengabdian ini adalah tim pengabdian Unmuh Jember akan mengembangkan media sosial sebagai sarana dakwah berbasis digital dan memberikan pelatihan pengelolaan media sosial bagi PRM Kebonsari sebagai mitra. Dalam hal ini, platform yang akan digunakan adalah media sosial Instagram, Facebook, dan Youtube. Tahapan yang dilakukan pada pengabdian ini dimulai dari persiapan, pembuatan social media sebagai sarana dakwah berbasis digital, dan pelatihan pengelolaan konten dakwah digital. Menghasilkan pengabdian bahwa Tim PKM dapat mengembangkan dakwah berbasis digital dengan memanfaatkan sosial media meliputi: Instagram, Facebook, dan Youtube. Sehingga PRM Kebonsari saat ini telah memiliki akun resmi sosial media. Pemahaman dan keterampilan sumber daya manusia dalam mengelola konten sosial media meningkat dengan rata-rata sebesar 61,75% (desain konten 65% dan pengunggahan konten 67%), serta 100% peserta mampu mengunggah konten dakwah secara mandiri pada akhir kegiatan.



This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license

A. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di era globalisasi telah mengubah secara fundamental cara masyarakat berinteraksi, memperoleh informasi, dan menyampaikan pesan. Internet dan media sosial telah menjadi sarana utama bagi miliaran pengguna di seluruh dunia untuk berbagi ide, gagasan, serta pengetahuan. Dalam konteks keagamaan, transformasi digital ini membuka peluang yang sangat luas bagi aktivitas dakwah Islam untuk menjangkau audiens yang lebih beragam, tidak terbatas oleh ruang dan waktu. Penggunaan media sosial sebagai sarana dakwah menjadi strategi yang sangat relevan di tengah tingginya tingkat penetrasi internet di Indonesia yang telah mencapai lebih dari 79% populasi, dengan mayoritas pengguna aktif media sosial berada pada rentang usia produktif (Wiyono et al., 2025).

Pimpinan Ranting Muhammadiyah (PRM) Kebonsari merupakan struktur kepemimpinan Muhammadiyah di tingkat ranting yang berada di wilayah Kecamatan Sumbersari, Kabupaten Jember, Jawa Timur. Sebagaimana organisasi dakwah di cabang Muhammadiyah lainnya, pengurus PRM Kebonsari bertugas mengkoordinasikan kegiatan dan program Al-Islam dan Kemuhammadiyah di tingkat lokal, mencakup bidang dakwah, pendidikan, sosial, ekonomi, dan kesehatan. Program yang rutin dilaksanakan antara lain pengajian setiap awal bulan, program ketahanan pangan bagi kaum duafa di wilayah Kecamatan Bangsalsari yang diselenggarakan setiap Jumat, serta berbagai kegiatan keagamaan dan sosial lainnya. Kegiatan-kegiatan tersebut saat ini masih dilaksanakan secara konvensional, yaitu tatap muka langsung di masjid, mushalla, maupun rumah pengurus, sehingga jangkauan dakwah terbatas pada peserta yang hadir secara fisik.

Dakwah pada hakikatnya adalah usaha mengajak orang untuk beriman dan menaati Allah SWT serta menjalankan amar ma'ruf nahi mungkar guna mencapai kebahagiaan dan kesejahteraan hidup yang diridhoi-Nya (Aziz, 2004; Ilaihi, 2010). Dengan hadirnya internet di era globalisasi informasi dan komunikasi serta perkembangan teknologi terkini, arus informasi berkembang sangat pesat. Internet merupakan sarana sumber dari segala informasi (Miftahur Rahman, 2023) yang dapat diakses melalui jaringan komputer dengan lingkup area global (Rahman, 2023). Oleh karena itu, pemanfaatan teknologi di era globalisasi informasi dan komunikasi sangat diperlukan untuk menyampaikan informasi dan pesan dakwah Islam. Di dunia modern saat ini, tidak mungkin berdakwah hanya mengandalkan pengajian di mushalla atau masjid yang hanya dihadiri oleh mereka yang hadir. Penggunaan media komunikasi modern sangat penting untuk menyampaikan ajaran dan pesan Islam (Fakhruroji, 2019; Purbajati, 2021).

Salah satu inovasi digital yang sangat populer saat ini adalah media sosial (Zakiyyah et al., 2021), yaitu platform bagi komunitas maya yang saling terhubung dan memfasilitasi penyebaran informasi dalam berbagai format seperti teks, gambar, audio, dan video (Hotmian, 2024). Contoh platform yang berkembang pesat antara lain Instagram, Facebook, YouTube, TikTok, dan WhatsApp (Nasrullah, 2015; Siregar, 2023). Media sosial memiliki karakteristik jangkauan luas, interaktivitas tinggi, serta biaya rendah, sehingga sangat cocok digunakan sebagai sarana dakwah kontemporer (Ansori Hasibuan et al., 2024). Di sinilah pentingnya pemanfaatan media sosial untuk mencapai tujuan dakwah yang lebih luas. Pesan dakwah dapat dengan mudah menyebar melalui media sosial, di mana seseorang menjadi tertarik membaca atau mendengarkan pesan dakwah, lalu membagikan pesan tersebut karena merasakan manfaatnya (Afwan, 2022; Rani, 2023).

Beberapa kajian terdahulu menunjukkan bahwa pengembangan dakwah berbasis digital dapat meningkatkan efektivitas penyampaian pesan keagamaan secara signifikan, baik melalui pendampingan pemasaran internet (Zakiyyah et al., 2021), pelatihan pengelolaan website (Hardian Oktavianto et al., 2024), maupun pemasaran berbasis *digital marketing* (Rahman et al., 2024). Studi (Wahyuni et al., 2023) bahkan

membuktikan penggunaan Instagram, Facebook, dan YouTube dapat meningkatkan engagement terhadap konten dakwah hingga 65% dibandingkan metode konvensional. Hasil-hasil tersebut memperkuat urgensi pengembangan media dakwah berbasis digital di PRM Kebonsari.

Berdasarkan analisis situasi di lokasi mitra, ditemukan beberapa permasalahan pokok. Pertama, PRM Kebonsari belum mengembangkan metode dakwah secara digital sehingga penyampaian dakwah hanya dapat dirasakan oleh warga yang hadir langsung dalam kegiatan pengajian, yang lingkup areanya sangat terbatas. Kedua, PRM Kebonsari belum memiliki sumber daya yang dapat mendukung sarana dakwah secara digital, meliputi kemampuan dan pengetahuan anggota dalam mengelola konten dakwah digital seperti perencanaan konten, pengeditan video/foto, penulisan *caption* dakwah, serta penjadwalan unggahan. Permasalahan ini sejalan dengan temuan (Siregar, 2023) dan (Hotmian, 2024) yang menyatakan bahwa keterbatasan keterampilan digital merupakan hambatan utama bagi organisasi keagamaan di tingkat akar rumput dalam memanfaatkan media sosial. Atas dasar permasalahan tersebut, tim pengabdian menawarkan solusi berupa pengembangan sarana dakwah berbasis digital melalui pembuatan akun resmi media sosial (Instagram, Facebook, dan YouTube) bagi PRM Kebonsari, yang disertai pelatihan dan pendampingan pengelolaan konten dakwah digital agar pengurus dan anggota mampu memproduksi serta mengunggah konten secara mandiri dan berkelanjutan.

Tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah: (1) mengembangkan sarana dakwah berbasis digital bagi PRM Kebonsari dengan memanfaatkan media sosial Instagram, Facebook, dan YouTube sebagai platform yang bersifat *user friendly* dan paling banyak digunakan masyarakat; serta (2) memberikan pelatihan tentang cara pengelolaan media sosial tersebut sebagai sarana dakwah berbasis digital, sehingga pengurus dan anggota PRM Kebonsari memiliki kompetensi dalam memproduksi, mengunggah, dan mengelola konten dakwah digital secara mandiri dan berkelanjutan.

B. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan oleh tim dosen dan mahasiswa Program Studi Teknik Informatika Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Jember dalam bentuk penyuluhan, pelatihan, pendampingan, dan praktikum. Mitra sasaran kegiatan adalah Pimpinan Ranting Muhammadiyah (PRM) Kebonsari yang berlokasi di Kecamatan Summersari, Kabupaten Jember, Jawa Timur, dengan peserta sebanyak 9 orang pengurus inti yang mewakili bidang dakwah, organisasi, dan kepemudaan. Kegiatan pengabdian dilaksanakan pada periode November 2025 sampai Januari 2026, dengan puncak kegiatan pelatihan pada Sabtu, 24 Januari 2026.

Metode pendekatan yang digunakan mengacu pada model ADDIE (*Analysis, Design, Development, Implementation, Evaluation*) yang banyak digunakan dalam pengembangan program pelatihan berbasis teknologi (Branch, 2009; Setyosari, 2015). Pendekatan ini dipilih karena memberikan kerangka kerja sistematis mulai dari analisis kebutuhan mitra hingga evaluasi keberhasilan program. Metode pelaksanaan dijabarkan dalam tiga tahap utama, yaitu tahap persiapan, tahap pembuatan *social* media sebagai sarana dakwah berbasis digital, serta tahap pelatihan pengelolaan konten dakwah digital. Ketiga tahap beserta solusi, luaran, dan kegiatannya diuraikan dalam Tabel 1.

Tabel 1. Uraian Tahapan Pengabdian

No	Solusi	Luaran	Tahapan
1	Tahap Persiapan	Mengetahui kondisi di tempat pengabdian dan membangun hubungan serta komunikasi yang baik. Tersedianya SOP dan bahan/materi pelatihan.	Pemantapan dan penentuan lokasi serta sasaran. Survei kebutuhan kegiatan pengabdian. Penyampaian program kegiatan pengabdian kepada mitra. Penyusunan proposal, SOP, dan bahan/materi pengabdian, meliputi SOP pembuatan sosial media serta makalah untuk kegiatan pelatihan.
2	Pembuatan social media sebagai sarana dakwah berbasis digital	Tersedianya sosial media sebagai sarana dakwah berbasis digital.	Pembuatan akun media sosial meliputi Instagram, Facebook, dan YouTube.
3	Pelatihan pengelolaan konten dakwah digital	Meningkatnya pemahaman dan keterampilan sumber daya manusia dalam mengelola konten sosial media sebagai sarana dakwah berbasis digital.	Para peserta mendapatkan materi pelatihan. Mempersiapkan konten atau bahan dakwah yang akan di- <i>posting</i> . Pelatihan mengelola konten media sosial sebagai sarana dakwah berbasis digital. Praktikum sederhana mengunggah konten ke media sosial.

Selanjutnya diuraikan partisipasi mitra dan peran/tugas tim pengusul sebagaimana disajikan pada Tabel 2. Pembagian peran ini disusun agar kegiatan berjalan secara kolaboratif dan partisipatif, di mana tim pengusul bertindak sebagai fasilitator sekaligus narasumber, sementara mitra berperan aktif sebagai peserta pelatihan sekaligus pengelola konten pasca kegiatan.

Tabel 2. Uraian Tugas dan Partisipasi Mitra

No	Kegiatan	Peran dan Uraian Tugas Tim Pengusul	Partisipasi Mitra
1	Tahap Persiapan	Tim pengusul melakukan FGD. Ketua dan anggota melakukan survei dan menyusun proposal rencana <i>project</i> serta SOP.	Mitra menyambut dan menerima tim pengusul dalam melakukan survei serta menyediakan data awal.
2	Pembuatan social media sebagai sarana dakwah berbasis digital	Ketua pengusul merancang pembuatan akun sosial media. Anggota mahasiswa membantu pembuatan konten sosial media awal.	Mitra menyediakan logo, identitas organisasi, serta materi awal konten dakwah.

No	Kegiatan	Peran dan Uraian Tugas Tim Pengusul	Partisipasi Mitra
3	Pelatihan pengelolaan konten dakwah digital	Ketua pengusul sebagai narasumber. Anggota pengusul bertugas menyampaikan sambutan dan moderator. Anggota mahasiswa membantu jalannya kegiatan dan dokumentasi.	Menyediakan tempat untuk kegiatan pelatihan (daring melalui Zoom). Menyediakan SDM yang akan diikuti pelatihan. Menyiapkan perangkat pendukung seperti ponsel dan laptop.

Kegiatan *monitoring* dan evaluasi dilaksanakan melalui dua mekanisme, yaitu evaluasi saat kegiatan berlangsung (observasi partisipatif terhadap keaktifan peserta dalam sesi tanya jawab dan praktik) dan evaluasi pasca kegiatan (pengisian angket kepuasan serta uji keterampilan sederhana berupa kemampuan peserta mengunggah konten secara mandiri). Indikator keberhasilan program diukur dari: (1) terbentuknya akun resmi media sosial PRM Kebonsari di tiga platform; (2) adanya peningkatan pengetahuan peserta minimal 60% berdasarkan hasil *pre-test* dan *post-test*; serta (3) peserta mampu mengunggah minimal satu konten dakwah secara mandiri pada akhir pelatihan.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Tahap Persiapan Kegiatan

Berbeda dengan pengabdian terdahulu yang berfokus pada pengelolaan *website* (Hardian Oktavianto et al., 2024), kegiatan ini memperluas cakupan ke tiga platform media sosial (Instagram, Facebook, dan YouTube) serta dilengkapi pelatihan pengelolaan konten dakwah.

Kegiatan awal pengabdian ini adalah survei terkait kebutuhan topik pengabdian. Pada tanggal 15 November 2025, tim pengusul berkoordinasi dengan pihak PRM Kebonsari, dalam hal ini Ketua PRM Kebonsari Bapak Ns. Cahya Tribagus Hidayat, M.Kes. Berdasarkan hasil koordinasi dan diskusi, diputuskan topik pengabdian adalah "Pengembangan Sarana Dakwah Berbasis Digital pada PRM Kebonsari Jember" dengan mempertimbangkan permasalahan aktual di lokasi mitra. Selanjutnya tim pengusul mengajukan surat tugas kepada Kepala LPPM Unmuh Jember untuk melaksanakan kegiatan dimaksud. Berikutnya, tim PKM menyusun jadwal pengabdian, SOP, dan bahan materi/makalah pelatihan secara sistematis. Dokumentasi kegiatan pengajian rutin yang menjadi latar situasi mitra ditunjukkan pada Gambar 1.



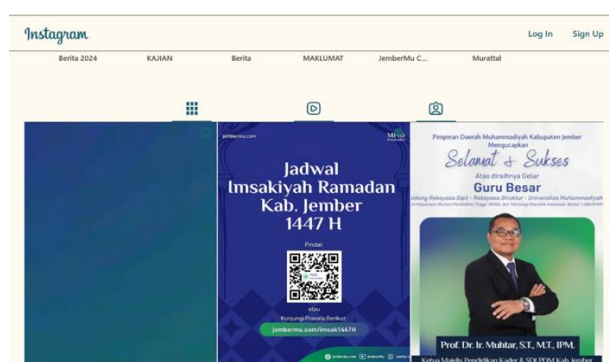
Gambar 1. Pengajian Rutin PRM Kebonsari

2. Pembuatan Akun Media Sosial Sebagai Sarana Dakwah Digital

Kegiatan selanjutnya adalah pembuatan sosial media sebagai sarana atau wadah untuk melakukan dakwah berbasis digital. Sosial media yang dibuat menjadi akun resmi milik PRM Kebonsari, meliputi Instagram, Facebook, dan YouTube. Ketiga platform dipilih karena memiliki pengguna aktif terbesar di Indonesia, menyediakan fitur multimedia yang lengkap (foto, video pendek/panjang, live streaming), serta bersifat user friendly sehingga mudah dikelola pengurus dari berbagai latar belakang usia dan keterampilan digital (Ridwan & Ramsiah Tasruddin, 2025; Wahyuni et al., 2023).

a. Akun Media Sosial Instagram

Dalam konteks dakwah, Instagram dengan fitur visualnya (Stories, Reels, IGTV) mendukung konten dakwah singkat, menarik, dan mudah dibagikan (Dwi Arista et al., 2025). Akun resmi PRM Kebonsari di Instagram digunakan untuk mempublikasikan poster kajian, kutipan hadis, video reels ceramah singkat, serta dokumentasi kegiatan sosial. Tampilan akun Instagram PRM Kebonsari ditunjukkan pada Gambar 2.



Gambar 2. Akun Instagram PRM Kebonsari

b. Akun Media Sosial Facebook

Facebook unggul pada fitur grup komunitas dan jangkauan lintas generasi, terutama kelompok usia 30 tahun ke atas (Rani, 2023; Santika et al., 2025). Akun Facebook PRM Kebonsari difungsikan sebagai forum diskusi keagamaan, penyebaran informasi kegiatan, serta jembatan komunikasi antara pengurus dengan warga ranting dan alumni. Tampilan akun Facebook ditunjukkan pada Gambar 3.

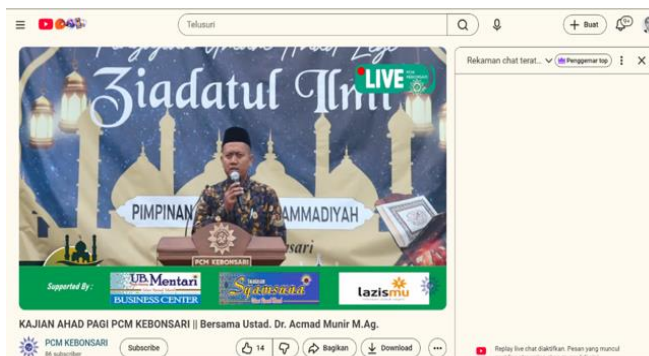


Gambar 3. Akun Facebook PRM Kebonsari

c. Akun Media Sosial YouTube

YouTube relevan sebagai media dakwah karena mendukung konten video durasi panjang seperti rekaman kajian, khotbah, dan tausiah (Dwi Arista et al., 2025; Nasrullah, 2015). Akun YouTube PRM Kebonsari digunakan untuk menayangkan

rekaman pengajian rutin, ceramah hari besar Islam, serta konten edukasi keislaman yang dibuat oleh pengurus. Tampilan kanal YouTube PRM Kebonsari ditunjukkan pada Gambar 4.



Gambar 4. Kanal YouTube PRM Kebonsari

3. Pelatihan dan Pendampingan Pengelolaan Konten Dakwah Digital

Setelah pembuatan akun media sosial, tahap berikutnya adalah pelatihan dan pendampingan pengelolaan konten dakwah digital. Kegiatan ini dilaksanakan pada Sabtu, 24 Januari 2026 secara tatap maya yang difasilitasi dengan aplikasi Zoom Meeting dan diikuti oleh 9 orang pengurus PRM Kebonsari. Tim pengusul bertindak sebagai pemateri sekaligus fasilitator, sedangkan mitra yaitu pengurus PRM berperan sebagai peserta aktif. Materi yang disampaikan meliputi pengenalan karakteristik media sosial, perencanaan konten dakwah berbasis digital, pengenalan peralatan produksi (kamera ponsel, tripod, mikrofon), perangkat lunak untuk mengedit konten (Canva, CapCut, InShot), serta prosedur mengunggah konten ke masing-masing platform.

Saat sesi penyampaian materi, peserta sangat antusias mengikuti kegiatan. Beberapa peserta menanyakan cara mendesain bahan postingan yang sederhana namun menarik. Pemateri menjelaskan bahwa untuk membuat desain postingan yang sederhana namun menarik, peserta perlu fokus pada tata letak yang rapi, warna yang konsisten, serta penggunaan *font* yang mudah dibaca, dengan gambar atau ilustrasi berkualitas tinggi dan memastikan informasi utama mudah dipahami. Prinsip-prinsip desain grafis sederhana ini sejalan dengan pedoman visual dakwah digital yang dikemukakan oleh (Fakhruroji, 2019) serta (Ridwan & Ramsiah Tasruddin, 2025), yang menekankan pentingnya kesederhanaan visual, kejelasan pesan, dan konsistensi identitas merek untuk membangun engagement audiens.



Gambar 5. Pelatihan Pengelolaan Dakwah Digital Secara Daring

Sesi akhir dari kegiatan pelatihan berupa praktikum sederhana yang melibatkan peserta untuk mem-*posting* bahan dakwah ke akun sosial media Instagram, Facebook, dan YouTube yang telah dibuat. Setiap peserta didampingi oleh tim pengusul dan

mahasiswa pendamping dalam menyelesaikan tugas praktikum, mulai dari pemilihan topik dakwah, pembuatan desain visual menggunakan Canva, hingga pengunggahan ke platform masing-masing. Dari 9 peserta, seluruhnya (100%) berhasil mengunggah setidaknya satu konten dakwah digital secara mandiri pada akhir pelatihan.

4. Monitoring dan Evaluasi Kegiatan

Evaluasi kegiatan dilakukan melalui dua pendekatan, yaitu observasi partisipatif selama kegiatan berlangsung serta angket pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta. Aspek yang dievaluasi meliputi pemahaman terhadap konsep dakwah digital, pengetahuan tentang fitur Instagram, Facebook, dan YouTube, keterampilan mendesain konten visual, serta keterampilan mengunggah konten. Rekapitulasi hasil evaluasi ditunjukkan pada Tabel 3.

Tabel 3. Rekapitulasi Hasil Pre-Test dan Post-Test Peserta

No	Aspek yang Dievaluasi	Pre-Test (%)	Post-Test (%)	Peningkatan (%)
1	Pemahaman konsep dakwah digital	35	88	53
2	Pengetahuan fitur Instagram, Facebook, YouTube	28	90	62
3	Keterampilan mendesain konten visual	20	85	65
4	Keterampilan mengunggah konten	25	92	67
	Rata-rata	27	88,75	61,75

Berdasarkan Tabel 3, rata-rata peningkatan kompetensi peserta sebesar 61,75% (post-test 88,75%), tertinggi pada keterampilan mengunggah konten (67%) dan mendesain konten visual (65%). Hasil ini sejalan dengan (Hardian Oktavianto et al., 2024) dan (Rahman et al., 2024) yang mencatat peningkatan 55–70% pada pelatihan serupa, sekaligus membuktikan bahwa metode praktik langsung (*learning by doing*) lebih efektif dibandingkan ceramah satu arah (Setyosari, 2015).

5. Kendala yang Dihadapi dan Solusi

Beberapa kendala yang dihadapi selama pelaksanaan pengabdian antara lain: (1) variasi tingkat literasi digital peserta yang cukup lebar, dengan beberapa peserta usia di atas 50 tahun kesulitan mengoperasikan aplikasi pengeditan; (2) keterbatasan koneksi internet di lokasi sebagian peserta yang menyebabkan gangguan saat sesi daring; serta (3) belum adanya pembagian peran yang jelas di internal PRM mengenai siapa yang akan bertanggung jawab sebagai admin tetap akun media sosial. Solusi yang diberikan meliputi pendampingan lanjutan via WhatsApp, penyediaan modul dan rekaman pelatihan untuk dipelajari ulang, serta fasilitasi rapat internal PRM guna menyusun pembagian tugas pengelolaan akun secara bergilir. Tim juga merekomendasikan pengembangan konten dwibahasa (Indonesia dan Jawa) pada fase berikutnya untuk memperluas keterjangkauan jamaah lokal sekaligus menjaga kearifan lokal dalam dakwah digital.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berjalan dengan baik dan lancar mulai dari tahap persiapan, pembuatan akun media sosial, hingga pelatihan dan pendampingan. Tim PKM berhasil mengembangkan sarana dakwah berbasis digital dengan memanfaatkan sosial media meliputi Instagram, Facebook, dan YouTube, sehingga PRM Kebonsari saat ini telah memiliki akun resmi sosial media yang siap digunakan sebagai media dakwah. Selain itu, kegiatan pelatihan berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan sumber daya manusia PRM Kebonsari dalam mengelola konten sosial media sebagai sarana dakwah berbasis digital dengan rata-rata peningkatan sebesar 61,75%, di mana 100% peserta pelatihan mampu mengunggah konten dakwah secara mandiri pada akhir sesi. Peningkatan *hardskill* peserta terukur pada aspek desain konten visual (65%) dan pengunggahan konten (67%), sementara peningkatan *softskill* tampak pada tumbuhnya kepercayaan diri peserta dalam memproduksi konten dakwah digital.

Saran yang dapat disampaikan berdasarkan hasil pengabdian ini adalah: pertama, PRM Kebonsari perlu menyusun tim pengelola media sosial secara tetap dengan pembagian peran yang jelas (*content creator*, admin, editor) agar akun yang telah dibuat dapat dikelola secara konsisten dan berkelanjutan. Kedua, disarankan agar dilakukan pengabdian lanjutan berupa pelatihan tingkat menengah yang fokus pada analitik media sosial, strategi *engagement*, serta produksi konten video pendek yang lebih profesional. Ketiga, direkomendasikan kepada peneliti lain untuk melakukan studi dampak jangka panjang mengenai efektivitas dakwah digital terhadap perilaku keagamaan jamaah, sehingga dapat memberikan dasar empiris bagi pengembangan model dakwah digital berbasis komunitas di tingkat ranting Muhammadiyah lainnya. Konsistensi dan kreativitas tetap menjadi kunci utama dalam membangun konten dakwah di media sosial.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan dukungan finansial dan administratif terhadap pelaksanaan kegiatan pengabdian ini sehingga dapat berjalan dengan baik dan lancar. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Ketua Pimpinan Ranting Muhammadiyah (PRM) Kebonsari, Bapak Ns. Cahya Tribagus Hidayat, M.Kes., beserta seluruh jajaran pengurus dan anggota yang telah bersedia menjadi mitra serta berpartisipasi aktif dalam setiap tahapan kegiatan pengabdian. Tidak lupa, ucapan terima kasih disampaikan kepada rekan-rekan dosen dan mahasiswa Program Studi Teknik Informatika Universitas Muhammadiyah Jember yang telah membantu kelancaran kegiatan pengabdian ini.

REFERENSI

- Afwan, B. Asyhari. (2022). *Dakwah Muhammadiyah dalam masyarakat digital : peluang dan tantangan : kado Mukhtamar Muhammadiyah #48 dari Universitas Ahmad Dahlan*. UAD Press.
- Ansori Hasibuan, W., Warohmah Nasution, W., Dalimunthe, Y., Dakwah, F., & Islam Negeri Sumatera Utara, U. (2024). Manajemen Strategis Lembaga Dakwah Kampus AL-IZZAH UINSU Dalam Membentuk Generasi Dakwah Milenial. *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Syarbaini*, 3(2).
- Aziz, H. M. Ali. (2004). *Ilmu dakwah*. Kencana.
- Branch, R. M. (2009). *Instructional Design: The ADDIE Approach*. Springer US. <https://doi.org/10.1007/978-0-387-09506-6>
- Dwi Arista, F., Razzaq, A., Yudistira Nugraha, M., Komunikasi, I., & Raden Fatah Palembang, U. (2025). Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Dakwah Terhadap Peningkatan Pengetahuan Agama Pada Gen Z. *NAAFI: JURNAL ILMIAH*

- MAHASISWA, 2(3), 2025.
<https://doi.org/10.62387/naafijurnalilmiahmahasiswa.v2i3.174>
- Fakhruroji, Moch. (2019). *Dakwah di era media baru : teori aktivisme dakwah di internet*. Simbiosis Rekatama Media.
- Hardian Oktavianto, Ari Eko Wardoyo, Henny Wahyu Sulisty, Guruh Wijaya, Dudi Irawan, & Zainul Arifin. (2024). Pelatihan Pengelolaan Website Berbasis Content Management System Bagi PCM Bangsalsari. *Abdimas Awang Long*, 7(2), 194–201. <https://doi.org/10.56301/awal.v7i2.1155>
- Hotmian, I. (2024). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Dakwah. *Qawwam : The Leader's Writing*, 5(1), 7–12. <https://doi.org/10.32939/qawwam.v5i1.331>
- Ilaihi, Wahyu. (2010). *Komunikasi dakwah*. PT Remaja Rosdakarya.
- Miftahur Rahman. (2023). Implementasi Web Content Filtering Pada Jaringan RT/RW Net Menggunakan Pi-Hole DNS Server. *Generation Journal*, 7(1), 50–60. <https://doi.org/10.29407/gj.v7i1.19818>
- Nasrullah, R. (2015). *Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Purbajati, H. I. (2021). Telaah Dakwah Virtual Sebagai Perkembangan Metode Dakwah Islam di Era Modern. *MODELING: Jurnal Program Studi PGMI*, 8(2), 202–214. <https://doi.org/10.69896/modeling.v8i2.938>
- Rahman, M. (2023). Pelatihan Pengarsipan Dokumen Berbasis Cloud Computing di PP. Salafiyah Syafi'iyah Sukorejo. *Community Development Journal*, 4(Juni).
- Rahman, M., Zakiyyah, A. M., Dasuki, M., Umilasari, R., & Abdurrahman, G. (2024). Pemberdayaan Pelaku Industri Rumah Tangga (IRT) Melalui Inovasi Pembuatan Korean Strawberry Milk dan Pemasaran Produksi Berbasis Digital Marketing. *Communnity Development Journal*, 5(2).
- Rani, S. (2023). Transformasi Komunikasi Dakwah dalam Era Digital: Peluang dan Tantangan dalam Pendidikan Islam Kontemporer. *AL-MIKRAJ Jurnal Studi Islam Dan Humaniora (E-ISSN 2745-4584)*, 4(1), 207–216. <https://doi.org/10.37680/almikraj.v4i1.3513>
- Ridwan, R., & Ramsiah Tasruddin. (2025). Optimalisasi Media Sosial untuk Dakwah Islam: Tantangan dan Strategi. *AL-QIBLAH: Jurnal Studi Islam Dan Bahasa Arab*, 4(1), 32–44. <https://doi.org/10.36701/qiblah.v4i1.1969>
- Santika, N., Suderajat, A., Rahmadani, O., Nyoman Sidi Astawa, I., Kusuma Tarupay, H., & Adi, A. (2025). *Peran Media Sosial Facebook Dalam Pembentukan Toleransi Beragama di Era Digital*. 4(1). <https://ejournal.iahntp.ac.id/index.php/hapakat/index>
- Setyosari, P. (2015). *Metode penelitian pendidikan dan pengembangan*. Kencana.
- Siregar, A. S. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Dakwah di Kalangan Mahasiswa UIN SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 2(4), 1300–1312. <https://doi.org/10.55681/sentri.v2i4.747>
- Wahyuni, R., Siti, D., & Harahap, R. (2023). *Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Dakwah Pada Era Digital: Study Literature Review*. 29, 162–172. <https://doi.org/10.37064/nadwah.v29i2.18571>
- Wiyono, S., Hanock, Edward. E., & Arwam, Bryan. A. (2025). Strategi Misi Digital Berdasarkan Survei Penetrasi Internet 2024: Adaptasi Penggunaan Media Sosial Generasi Z. *REI MAI: Jurnal Ilmu Teologi Dan Pendidikan Kristen*, 3(1), 61–71. <https://doi.org/10.69748/jrm.v3i1.216>
- Zakiyyah, A. M., Umilasari, R., Abdurrahman, G., & Muhammadiyah Jember, U. (2021). *Pendampingan Internet Marketing Di UMKM Mickline Jember* (Vol. 1, Number 1).