

Pelatihan kreasi konten dari kitab ulama Nusantara untuk santri Kota Batu

Luthfi Maulida Rochmah^{1*}, Shella Natasya², Mohammad Ahsanuddin³

¹ Departemen Administrasi Pendidikan, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Malang, Jl. Semarang No 5, Lowokwaru, Kota Malang, Provinsi Jawa Timur, 65145, Indonesia

² Departemen Kimia, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Universitas Negeri Malang, Jl. Semarang No 5, Lowokwaru, Kota Malang, Provinsi Jawa Timur, 65145, Indonesia

³ Departemen Sastra Arab, Fakultas Sastra, Universitas Negeri Malang, Jl. Semarang No 5, Lowokwaru, Kota Malang, Provinsi Jawa Timur, 65145, Indonesia

*Corresponding author: luthfi.maulida.2301328@students.um.ac.id

INFO ARTIKEL	ABSTRACT
Diajukan: 2025-01-21 Direvisi: 2025-02-21 Diterima: 2025-03-05 Diterbitkan: 2025-03-09 Keywords <i>Digital da'wah; content creators; santri.</i>	<i>Da'wah is one of the efforts that can be made to spread the meaning of religious moderation, with the leading actor being a santri, the successor of ulama. However, many Santri have not been able to actualize the teachings of pesantren sourced from turats or books of archipelago scholars into da'wah content in digital media times. This activity aims to produce content creators from among santri to intensify digital da'wah based on religious moderation. This activity uses a quantitative method with a case study approach. The service, which was implemented in the form of training, was carried out for two days, on May 20-21, 2023, at Ma'had Madrasah Aliyah Negeri (MAN) Batu City with 50 participants from representatives of Islamic boarding schools and Ma'had in Batu City. The implementation of this training received a successful predicate, with a percentage of 66% of participants answering that the implementation of the training went very well, 88% of participants answered that they would take part in further training if there were another program, and 60% of participants answered that this content creator training was efficient to be held. The service activity team hopes that training like this can continue to be carried out to provide digital da'wah education and spread the value of moderation to all santri in the archipelago.</i>
Kata Kunci Dakwah digital; konten kreator; santri.	Dakwah adalah salah satu upaya yang bisa dilakukan untuk menyebarkan makna moderasi beragama dengan pelaku utama seorang santri yang merupakan penerus ulama. Namun, banyak santri yang belum mampu mengaktualisasikan ajaran pesantren yang bersumber dari turats atau kitab ulama nusantara menjadi konten dakwah di media digital yang sesuai dengan perkembangan zaman. Tujuan kegiatan ini adalah untuk mencetak konten kreator dari kalangan santri untuk mengencarkan dakwah digital berbasis moderasi beragama. Kegiatan ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan studi kasus. Pengabdian yang diimplementasikan dalam bentuk pelatihan ini dilaksanakan selama dua hari, pada 20-21 Mei 2023 di Ma'had Madrasah Aliyah Negeri (MAN) Kota Batu dengan jumlah peserta 50 orang dari perwakilan pondok pesantren dan Ma'had di Kota Batu. Pelaksanaan pelatihan ini mendapat predikat berhasil dengan persentase 66% peserta menjawab pelaksanaan pelatihan berjalan sangat baik, 88% peserta menjawab akan mengikuti pelatihan lanjutan jika ada program lagi, dan 60% peserta menjawab pelatihan konten kreator ini sangat efektif untuk digelar. Tim kegiatan pengabdian berharap agar pelatihan seperti ini bisa terus dilakukan untuk memberikan edukasi dakwah digital dan menyebarkan nilai moderasi kepada seluruh santri yang ada di nusantara. Copyright © 2025, Rochmah, et al This is an open access article under the CC-BY-SA license 
Cara mengutip: Rochmah, L. M., Natasya, S., & Ahsanuddin, M. (2025). Pelatihan kreasi konten dari kitab ulama Nusantara untuk santri Kota Batu. <i>DARMABAKTI: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat</i>, 1(2), 40-47. https://doi.org/10.56003/darmabakti.v1i2.484	

PENDAHULUAN

Indonesia adalah sebuah negara dengan persentase penduduk yang paling banyak memeluk agama Islam. Jumlah penduduk muslim Indonesia mencapai 86,9 persen, atau 237.53 juta orang, menurut data Kementerian Dalam Negeri (Kemendagri) per 31 Desember 2021 (Bayu, 2022). Ini membuat Indonesia menjadi negara yang sering dibicarakan karena moderasi beragamanya. Moderasi beragama adalah sikap, perilaku, dan pemikiran yang mampu menjadi penengah (wasith) dalam upaya menyelesaikan berbagai masalah yang berkaitan dengan ajaran agama yang dianut oleh pemeluknya, serta perbedaan atau pertentangan yang berkaitan dengan masalah yang berkaitan dengan agama yang berbeda, sehingga masalah dapat diselesaikan dengan cara yang tepat tanpa melibatkan kekerasan atau tindakan ekstrim (Al-Farabi, 2021).

Menurut Dawing (2017), islam moderat adalah doktrin keagamaan yang sangat relevan dalam konteks keberagamaan dalam segala aspek, termasuk agama, adat istiadat, suku, dan bangsa itu sendiri. Sebagai agama yang "*Rahmatan Lil Alamin*", islam menggambarkan kasih sayang dan karunia Allah SWT kepada makhluknya di seluruh alam semesta. agar semua orang dapat merasakan manfaat islam. Dalam hal ini, dakwah adalah cara untuk menyebarkan kedamaian islam dan mengajak orang lain untuk berbuat baik dan melarang perbuatan jahat, baik secara lisan, tulisan, atau lukisan.

Sejarah dakwah islam dimulai sejak diutusnya Muhammad SAW menjadi rasul. Banyak sekali rintangan dakwah pada masa awal islam, Rasulullah harus melakukan dakwah secara sembunyi-sembunyi hingga terang-terangan. Rasulullah juga harus melakukan beberapa kali hijrah (berpindah tempat) agar ajaran islam terus tersebar (Halimatussa'diah, 2014). Setelah Rasulullah wafat, perjalanan dakwah diteruskan oleh para sahabat, tabiin hingga sampai kepada para ulama nusantara. Seiring berkembangnya teknologi, dakwah juga turut mengalami revolusi, dari yang pada mulanya hanya bisa dilakukan secara langsung, kini dapat dilakukan secara digital. Dakwah digital merupakan pengajaran Islam yang dapat diakses melalui media dan dapat dilakukan kapan saja dan di mana saja. Hal ini sesuai dengan sifat kaum milenial, yaitu mereka yang sangat terbiasa dengan perangkat lunak atau aplikasi. Salah satunya disebabkan oleh keberadaan internet, atau media sosial (Mardiana, 2020).

Media sosial adalah aplikasi berbasis internet yang memungkinkan orang berkomunikasi, berbagi informasi, dan terhubung dengan orang lain. Paradigma dakwah telah berubah dari dakwah cetak dan lisan ke dakwah melalui media digital, termasuk media sosial. Menurut Masduki Baidlowi, ketua Komisi Informasi dan Komunikasi MUI, dia berpendapat bahwa dakwah melalui media sosial adalah cara yang efektif dan murah untuk menyebarkan pesan dakwah (Ramdhani, 2020). Lingkungan pada kalangan pondok pesantren, santri merupakan kader utama dalam penyebaran dakwah. Akan tetapi pengetahuan tentang media dakwah digital yang dimiliki oleh para santri masih belum mencukupi, sehingga para santri masih kesulitan dalam membuat konten dakwah digital berlandaskan turats (kitab kuning) dan kitab-kitab ulama nusantara yang mereka miliki di pondok pesantren. Kitab kuning dan kitab ulama nusantara merupakan rujukan utama dan menjadi elemen penting dalam mendidik santri. Sebagian besar pesantren yang bersifat tradisional atau salaf menjadikan kitab kuning dan kitab ulama nusantara sebagai kurikulum atau sumber otoritatif dimana santri akan dituntut untuk mengimplementasikan poin-poin ajaran yang ada di dalamnya (Sururin, 2014).

Salah satu daerah enklave santri adalah Kota Batu dengan jumlah santri mencapai 3.819 dan berasal dari berbagai penjuru nusantara. Berdasarkan hal tersebut, lokasi pengabdian dipilih di Ma'had Al Ulya MAN Kota Batu yang beralamatkan di Jl. Pattimura No. Temas, Kecamatan Batu, Kota Batu, Jawa Timur. Jarak lokasi pengabdian dengan Universitas Negeri Malang (UM) adalah 13,6 km. Berdasarkan observasi yang dilakukan pada laman website dan media sosial resmi pondok pesantren di Kota Batu, didapati bahwa beberapa pondok pesantren telah memiliki laman resmi, akan tetapi hanya berisi informasi terkait dengan beberapa kegiatan yang dilaksanakan di pondok pesantren serta informasi pendaftaran santri baru, bukan berupa literatur terpercaya di pesantren yang menjadi sumber otoritatif (al-qur'an, hadits, turats atau kitab ulama nusantara). Padahal laman dan media sosial resmi pesantren tersebut dapat dimanfaatkan lebih luas sebagai sarana dakwah digital, sebagaimana yang dilakukan laman-laman islami lainnya.

Media baru memunculkan otoritas agama baru yang lihai dalam entertain sehingga dapat menarik banyak pengikut. Contoh konkret dari otoritas agama baru adalah kemunculan ustadz baru yang kredibilitasnya belum bisa dipastikan. Salah satu faktor yang membuat para ustadz baru ini kemudian populer adalah tim dibalik layar yang bertugas untuk menyebarkan video, me-repost dari berbagai kanal tidak resmi lain dan kemudian mengeditnya dalam platform digital lain dan akhirnya diunggah ulang. Begitu seterusnya, sehingga para ustadz baru ini diikuti oleh banyak masyarakat awam. Disayangkan, kemunculan ustadz baru ini seringkali berafiliasi paham radikal. Meski kemudian aliran Islam moderat juga

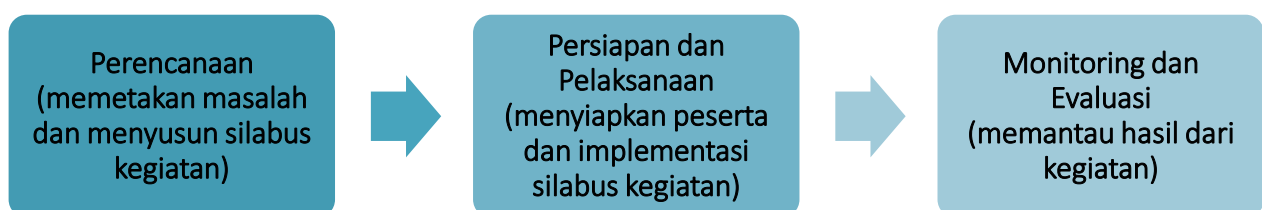
menduplikasi strategi ini dengan memunculkan 'ustadz baru' yang moderat, seperti Gus Miftah, Gus Baha' dan Gus Muwaffiq, akan tetapi gerakan di balik layar ustadz baru yang moderat ini masih tergolong sporadis, belum terstruktur dan terkonsep sebagaimana 'ustadz baru' tipe pertama. Maka dari itu, karena publik dapat mengaksesnya kapan saja dan di mana saja, tokoh agama yang ramah teknologi lebih mudah diterima. Bahkan dalam lembaga pendidikan dan organisasi, peran pendidikan agama dalam keluarga telah dikurangi oleh media sosial (Abubakar & Nabil, 2018).

Selain itu banyak kritik yang diajukan terhadap dakwah digital yang juga dikenal sebagai "ngaji *online*", yang mencakup kekurangan guru, sanad keilmuan yang tidak jelas, kurangnya diskusi yang menyeluruh, dan kemungkinan kesalahan interpretasi (Ummah, 2020). Dari paparan diatas, dapat diketahui ceruk peluang laman dan media sosial resmi dari pondok pesantren yang belum dimanfaatkan maksimal dengan memanfaatkan jejaring pesantren dan konsep yang terstruktur serta terencana, bukan tidak mungkin laman dan media sosial resmi pondok pesantren menjadi media dakwah digital yang efektif dan branding yang kuat untuk pondok pesantren. Terlebih didukung dengan latar belakang ilmu yang diterima para santri di pondok pesantren yang sudah jelas sanad keilmuannya. Menurut Chaffey dan Smith, tiga syarat utama untuk menciptakan konten media sosial yang menarik adalah kreatif, jujur, sopan, individual, memahami audiens, dan terus meng-update konten secara berkala (Nursatyo et al, 2019).

Berdasarkan paparan latar belakang yang sudah dibahas di atas, tim pengabdian dari mahasiswa Universitas Negeri Malang (UM) ingin memberikan sumbangsih dalam mendorong munculnya ustadz baru yang moderat dari kalangan santri yang mampu melakukan dakwah secara digital melalui kegiatan pelatihan pembuatan konten dari kitab ulama nusantara dan pelatihan desain grafis kepada para santri di Kota Batu. Melalui pelatihan ini, tim pengabdian berharap semakin banyak generasi santri milenial yang dapat melakukan dakwah digital secara gencar agar ilmu yang mereka pelajari di pesantren dapat diakses oleh seluruh kalangan masyarakat serta memberikan dampak positif.

METODE

Pengabdian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus tunggal (Hidayat, 2013). Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan mengacu pada model Miles dan Huberman, yakni: reduksi data, *display* data dan *draw conclusion* (menarik Kesimpulan) (Sugiyono, 2014). Pengabdian ini dilaksanakan dengan 3 tahap, yakni: (1) perencanaan, untuk memetakan permasalahan yang ada pada mitra pengabdian dan menyusun silabus kegiatan. (2) persiapan dan pelaksanaan, untuk menyiapkan peserta kegiatan pengabdian dan bentuk implementasi dari silabus kegiatan. Pada tahap ini kami mendatangkan dua narasumber ahli untuk mengisi pelatihan terkait aktualisasi konten dari kitab ulama nusantara, yaitu Ahmad Muthohar dari Gasek Multimedia dan desain grafis yang menarik, yaitu Muhammad Arif Fadlurrahman dari Kosmedia (3) monitoring dan evaluasi, untuk memantau dan melihat hasil dari pelaksanaan kegiatan pelatihan (Gambar 1). Dimana dalam tahap ini nanti para peserta diminta untuk mengisi kuesioner melalui *Google* Formulir yang telah disediakan oleh tim pengabdian sebagai bentuk *feedback* dan juga sarana perbaikan kedepan. Kegiatan pelatihan ini digelar selama 2 hari pada 20-21 Mei 2023 di Ma'had MAN Kota Batu dengan diikuti oleh 50 orang peserta.



Gambar 1. Alur Pelaksanaan Pengabdian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam pengabdian ini, terdapat 3 langkah kegiatan. **Pertama, persiapan.** Pada langkah pertama, survei lokasi dilakukan bersama dengan pemetaan awal masalah dan prospek mitra. Survei pendahuluan ini telah dilakukan pada awal tahun 2023 dengan melakukan observasi lapangan dan pemantauan media sosial pada beberapa pondok pesantren dan Ma'had di Kota Batu. dari hasil observasi ini diketahui bahwa terdapat 2 pondok pesantren dan 1 Ma'had di Kota batu yang sudah memiliki laman resmi serta akun media sosial resmi pondok pesantren dan Ma'had, namun belum dimaksimalkan sebagai media dakwah digital. Hal inilah yang kemudian menginspirasi tim untuk mengembangkan

pelatihan dakwah digital yang relevan melalui pengembangan konten *website* dan media sosial pondok pesantren dan Ma'had yang berlandaskan pada sumber otoritatif; Al-Quran, hadits, *turats*, dan kitab ulama nusantara.

Selanjutnya, *Focus Group Discussion* (FGD) dilakukan dengan mitra terkait—pengasuh/pengurus pondok pesantren dan Ma'had—untuk menentukan dan mendiskusikan gagasan, masalah, kesediaan mitra hingga komunikasi kebutuhan apa saja yang perlu dipersiapkan dalam melaksanakan kegiatan nanti. Selain itu, hasil dari FGD ini dijadikan landasan untuk penyusunan silabus pelatihan dakwah digital. Setelah silabus kegiatan tersusun, tim pengabdian merencanakan pelatihan dakwah digital yang akan dilakukan 2 kali pertemuan dan monitoring berkala selama 1 bulan. Pelatihan ini direncanakan akan diikuti oleh perwakilan dari masing masing mitra pondok pesantren dan Ma'had yang bertanggung jawab dalam bidang pengembangan *website* dan media sosial pesantren dan pengelola konten. Pendekatan yang digunakan dalam pelatihan ini adalah *Project-Based Learning* (PjBL). Strategi pelatihan ini terdiri atas: orientasi pentingnya digitalisasi dakwah, strategi pengelolaan konten dakwah yang berlandaskan pada sumber otoritatif pesantren dan media sosial sebagai media dakwah, *brainstorming* permasalahan dan solusi sesuai apa yang sudah dirumuskan bersama dalam *Focus Group Discussion* (FGD), praktik pembuatan konten dakwah digital melalui *website* resmi dan media sosial pondok pesantren dan Ma'had, *collaborative learning*, dan monitoring untuk melihat proses dan hasil pembuatan hingga publikasi konten dakwah digital.

Kedua, pelaksanaan. pelaksanaan pengabdian ini dilakukan pada tanggal 20-21 Mei 2023 di MAN Kota Batu. Secara konkrit, pelatihan akan merujuk pada publikasi konten dakwah pada *website* dan media sosial resmi pondok pesantren dan *ma'had* yang berlandaskan pada sumber otoritatif pondok pesantren dan Ma'had. Adapun tahapan dalam pelaksanaan pelatihan ini adalah : 1) tahap orientasi pentingnya digitalisasi dakwah, 2) tahap pelatihan pembuatan konten dakwah dan pengelolaan media sosial 3) tahap pengembangan konten dakwah digital dengan desain komunikatif berdasarkan sumber otoritatif pesantren, 4) pendalaman latihan secara mandiri. Materi utama pelatihan ini meliputi: pemahaman konsep digitalisasi dakwah melalui *website* dan media sosial pondok pesantren dan Ma'had berlandaskan pada sumber otoritatif pesantren sekaligus praktik nyata dalam *website* dan media sosial resmi pondok pesantren dan Ma'had ([Gambar 2](#)). Luaran dari kegiatan ini adalah adanya kolom dakwah digital pada masing-masing *website* dan media sosial pesantren mitra yang berlandaskan pada sumber otoritatif pesantren yang sekaligus dapat dijadikan sebagai media *branding* pondok pesantren dan Ma'had. Pada tahap ini, mitra berperan sebagai peserta aktif pelatihan dakwah digital. Mitra juga berperan aktif dalam menyiapkan tempat pelatihan, peserta pelatihan, hingga kebutuhan sarana dan prasarana lain. Sementara tim pengabdian bertugas untuk memimpin jalannya pelatihan, mendatangkan pemateri, mendampingi peserta pelatihan, hingga tahap implementasi dan praktik pembuatan konten dakwah digital.



Gambar 2. Pelatihan Pembuatan Konten dari Kitab Ulama Nusantara pada tanggal 20 Mei 2023 oleh Narasumber Ahmad Muthohar dari Gasek Multimedia

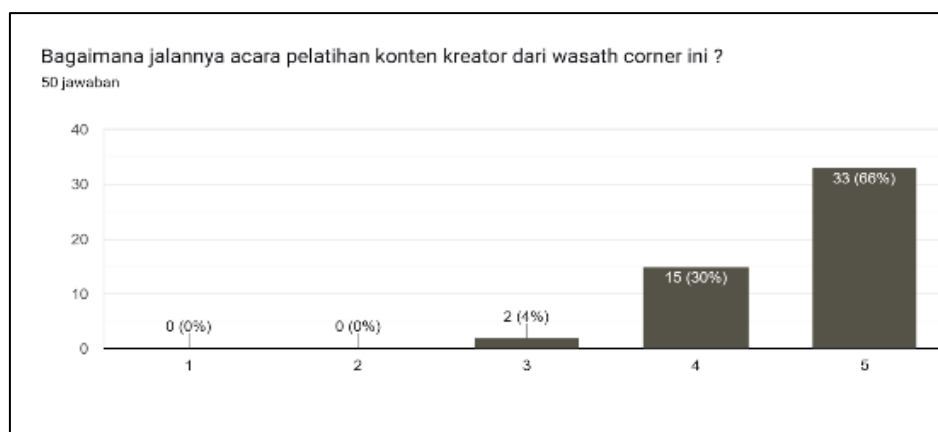


Gambar 3. Pelatihan Pembuatan Desain Konten yang Menarik pada Tanggal 21 Mei 2023 oleh Narasumber Muhammad Arif Fadlurrahman dari Kosmedia

Para peserta merasa senang dan sangat terbantu dengan adanya pelatihan dakwah digital yang dilaksanakan oleh tim pengabdian mahasiswa Universitas Negeri Malang, karena mereka akhirnya memiliki pengetahuan dasar tentang bagaimana langkah yang harus dilakukan ketika ingin memulai membuat konten dakwah dan membuatnya menjadi desain yang bagus dan menarik (Gambar 3). “Setelah pelatihan ini, saya mendapatkan banyak ilmu untuk memulai membuat konten dakwah secara digital. Materi yang disampaikan oleh narasumber mudah dipahami dan cukup lengkap. Selain itu, kami juga mendapatkan sesi untuk praktik membuat desain konten dakwah dan langsung diberikan umpan balik oleh para narasumber. Pelatihan dakwah digital oleh tim pengabdian mahasiswa Universitas Negeri Malang ini sangat komprehensif dalam membimbing kita para santri agar dapat menjadi ustad baru yang milenial dan tidak menyedatkan” ungkap Rezky Pamungkas, santri Ma'had MAN 1 Kota Batu yang ikut menjadi peserta pelatihan.

Ketiga, evaluasi dan monitoring. Terakhir, evaluasi dan pengawasan dilakukan setelah pelatihan selesai. Proses praktik mandiri, pelatihan, dan kesesuaian dakwah digital di *website* dan media sosial resmi pondok pesantren dan ma'had dengan sumber tersebut adalah dasar evaluasi ini. Metode penilaian autentik akan digunakan untuk mengevaluasi kinerja peserta dalam praktik mandiri. Akan ada evaluasi dan pengawasan berkala untuk mengikuti perkembangan masing-masing *website* dan media sosial pondok pesantren dan ma'had. Selain itu, peserta juga diberikan kuesioner untuk mengetahui respon dan persepsi peserta terhadap pelaksanaan pelatihan dalam membuat konten dakwah digital dan untuk melabeli pelaksanaan kegiatan ini berhasil.

Menurut hasil kuesioner yang diberikan kepada 50 peserta yang hadir dalam pelatihan konten kreator, 66% peserta menjawab pelaksanaan pelatihan sangat baik, 30% menjawab cukup baik, dan 4% menjawab baik (Gambar 4).



Gambar 4. Hasil Poling Pelaksanaan Pelatihan

Menurut mereka pelaksanaan pelatihan konten kreator ini sangat membantu para santri untuk mengembangkan kemampuan dalam upaya menjadi konten kreator yang islami yang mampu menyebarkan dakwah moderasi beragama melalui media sosial. Sehingga konten yang berasal dari ilmu yang mereka pelajari di pondok pesantren, dimana yang bersumber dari *turats* atau kitab ulama nusantara bisa dinikmati oleh masyarakat luas. Mereka juga mengatakan bahwa pelaksanaan pelatihan konten kreator sangat mudah dipahami, seru dan menarik. Para peserta juga bersedia mengikuti pelatihan lanjutan apabila memang ada tindak lanjut dari program pengabdian ini. Menurut hasil kuesioner, 88% peserta menjawab akan mengikuti kegiatan pelatihan lagi, sedangkan 12% tidak (Gambar 5).



Gambar 5. Hasil jawaban keberlanjutan pelatihan

Sedangkan untuk nilai efektivitas pelaksanaan pelatihan konten kreator untuk membuat konten dakwah moderasi beragama ini memperoleh persentase sebagai berikut: 60% peserta memberikan penilaian sangat efektif, 32% cukup efektif, dan 8% efektif. Karena menurut mereka banyak sekali wawasan mengenai cara menjadi konten kreator hanya dengan melalui pelatihan ini. Mereka mengatakan mendapatkan banyak inspirasi dan ide yang bagus, mendapatkan pengetahuan mengenai pembuatan desain yang baik dan prinsip dalam desain grafis yang belum pernah diketahui sebelumnya.

Menurut Listya (2014) indikator keberhasilan program termasuk kesesuaian prasarana dengan rencana yang ditentukan, kesesuaian elemen yang terlibat, penerimaan rekomendasi kebijakan, dan pengembangan sistem monitoring untuk program yang akan datang. Hal ini sudah dipenuhi selama dalam pelaksanaan pelatihan konten kreator yang digelar oleh tim pengabdian di Ma'had MAN Kota Batu. Meskipun begitu, pelaksanaan pelatihan konten kreator ini juga menemui kendala, terutama kendala sinyal atau jaringan ketika melakukan demo pembuatan desain konten yang komunikatif. Karena jumlah peserta yang melebihi kuota data dari wifi yang tersedia di ruangan tersebut.

Muhammad Qasim mengatakan bahwa moderasi beragama mengacu pada penerapan ajaran agama dengan cara yang humanis dan toleran tanpa membedakan agama (Qasim, 2020). Dalam hal ini, moderat dalam beragama dimaksudkan untuk mendorong masyarakat untuk memahami agama dengan cara yang moderat, tidak ekstrim, dan tidak mendewakan liberalisme tanpa batas (Kementerian Agama RI, 2019). Dalam agama Islam, kajian moderasi beragama disebut dengan Islam *Wasathiyyah*. Sejalan dengan moderasi beragama (Islam *Wasathiyyah*) nilai-nilai yang terkandung dalam *wasathiyyah* sebagai berikut: *Tawassuth* (mengambil jalan tengah), *Tawazun* (berkeseimbangan), *I'tidal* (lurus dan tegas), *Tsamuh* (toleransi), *Musawah* (egaliter), *Syura* (musyawarah), *Ishlah* (reformasi), *Aulawiyah* (mendahulukan yang prioritas), *Tathawwur wa Ibtikar* (dinamis dan inovatif), *Tahadhdhur* (berkeadaban) (Nur & Lubis, 2015).

Salah satu cara efektif untuk mengenalkan sikap *wasathiyyah* (moderasi) kepada khalayak umum adalah melalui dakwah, khususnya dakwah digital yang memanfaatkan media sosial sebagai sarana penyebaran pesan. Hal ini didukung dengan penelitian Munawara et al (2020) yang evaluasi penggunaan media digital dalam dakwah Pesantren Tebuireng. Penelitian tersebut mengkaji konten yang disajikan di *website* pesantren dan dampaknya terhadap masyarakat. Hasilnya menunjukkan bahwa penyebaran informasi terpercaya dan pemahaman tentang pentingnya tabayyun (verifikasi informasi) berhasil menciptakan kesadaran publik. Selain itu, konten-konten bermuatan moderat dan terpercaya yang disebarluaskan melalui platform digital mampu menarik minat masyarakat untuk terlibat aktif dalam dakwah digital.

Untuk mendukung hal ini, diperlukan wadah yang dapat meningkatkan kemampuan seseorang dalam membuat konten dakwah yang menarik dan edukatif. Salah satu solusinya adalah dengan mengadakan pelatihan dan simulasi

pembuatan konten dakwah. Pelatihan ini tidak hanya fokus pada aspek teknis seperti pengelolaan media sosial, tetapi juga pada penguatan pemahaman tentang nilai-nilai moderasi dan cara menyampaikannya secara efektif. Dengan demikian, para dai atau pelaku dakwah digital dapat menciptakan konten yang tidak hanya informatif, tetapi juga menginspirasi dan mendorong partisipasi aktif masyarakat dalam menyebarkan pesan-pesan moderasi. Melalui upaya ini, dakwah digital dapat menjadi alat yang sangat berguna dalam membangun masyarakat yang lebih toleran dan berwawasan luas.



Gambar 6. Foto Bersama dengan para Santri Kota Batu Setelah Kegiatan Pengabdian Masyarakat “Dakwah Digital”

KESIMPULAN

Pelatihan Konten Kreator yang berlangsung selama dua hari, pada tanggal 21-22 Mei 2023 di Ma'had MAN Kota Batu ini sukses dilaksanakan dengan diikuti oleh 50 peserta dari berbagai pondok pesantren dan mitra layanan ma'had. Berdasarkan hasil kuesioner yang disebarikan kepada peserta, 66% peserta menilai pelatihan berjalan dengan sangat baik, 88% peserta menyatakan berminat untuk mengikuti pelatihan lanjutan jika program ini berlanjut, dan 60% peserta menilai pelatihan ini sangat efektif untuk diselenggarakan. Meskipun demikian, pelaksanaan pelatihan ini juga menghadapi kendala, terutama jaringan internet yang tidak stabil, yang berdampak pada sesi demo pembuatan desain konten dakwah moderasi beragama yang komunikatif dan menarik. Kendala ini menjadi catatan penting untuk evaluasi ke depan agar pelatihan dapat berjalan lebih optimal. Ke depannya, beberapa rekomendasi konkret dapat diimplementasikan untuk meningkatkan efektivitas program ini. Diantaranya adalah kolaborasi antara pesantren dan lembaga pendidikan, pendampingan yang berkesinambungan bagi para santri, dan pengembangan modul pelatihan yang mengadaptasi kearifan lokal. Selain itu, penggunaan teknologi, seperti *Artificial Intelligence* (AI), dapat digunakan untuk memantau dampak dari konten yang dihasilkan peserta. Dengan langkah-langkah tersebut, program pelatihan content creator bagi santri diharapkan dapat terus berkembang dan berkontribusi secara signifikan dalam menyebarkan moderasi beragama sebagaimana yang telah ditemukan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian mengucapkan terima kasih kepada LPPM Universitas Negeri Malang (UM) yang telah memberikan pendaan untuk kegiatan pelatihan dakwah digital ini berdasarkan surat tugas dari Ketua LPPM UM Nomor: 5.4.2152/UN32.20/PM/2023. Terima kasih juga kepada Munawirul Qulub, M.Si., (Kepala Ma'had Al-Ulya MAN 1 Kota Batu) yang telah bersedia menjadi mitra dan sangat supportif terhadap pelaksanaan pengabdian kami.

REFERENSI

- Abubakar, I., & Nabil, M. (2018). *Kaum muda Muslim milenial: hibridasi kultural, konservatisme, dan tantangan radikalisme*. Center for the Study of Religion and Culture, Pusat Kajian Agama dan Budaya, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Al-Farabi, M. (2021). Moderasi beragama dalam ajaran Islam. *Kemenag Medan*.
- Bayu, D. (2022, February). *Sebanyak 86,9% Penduduk Indonesia Beragama Islam*. DataIndonesia.Id.
- Dawing, D. (2017). Mengusung moderasi Islam Di tengah masyarakat multikultural. *Rausyan Fikr: Jurnal Ilmu Studi Ushuluddin Dan Filsafat*, 13(2), 225-255. <https://jurnal.uindatokarama.ac.id/index.php/rsy/article/view/266>
- Halimatussa'diah. (2014). Sejarah Perkembangan Dakwah. *Jurnal An-Nasyr: Jurnal Dakwah Dalam Mata Tinta*, 1(2), 139-172. <https://doi.org/10.54621/jn.v1i2.223>
- Hidayat, A. (2014). *Penelitian Kualitatif (Metode): Penjelasan Lengkap*.
- Kementerian Agama RI. (2019). *Tanya Jawab Moderasi Beragama* (1st ed.). Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI.
- Listya. (2014). Indikator Keberhasilan Program. *Unud.Ac.Id*.
- Mardiana, R. (2020). Daya Tarik Media Digital Sebagai Media Dakwah Untuk Generasi Milenial. *KOMUNIDA : Media Komunikasi Dan Dakwah*, 10(02), 148-158. <https://doi.org/10.35905/komunida.v10i02.1373>
- Munawara, M., Rahmanto, A., & Satyawan, I. A. (2020). Pemanfaatan Media Digital untuk Dakwah Pesantren Tebuireng: Studi pada Akun Media Sosial tebuireng. online. *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 14(1), 29-45. <https://doi.org/10.24090/komunika.v14i1.3226>
- Nur, Dr. A., & Lubis, M. (2015). Konsep Wasathiyah Dalam Al-Quran;(Studi Komparatif Antara Tafsir Al-Tahrir Wa At-Tanwir Dan Aisar At-Tafasir). *Jurnal An-Nur*, 4(2), 205-225. <http://dx.doi.org/10.24014/an-nur.v4i2.2062>
- Nursatyo, & Masnah. (2019). The Attractiveness of Marketing Communication Messages in Sosial Media. *Seminar Communication & Media Studies*, 50–63.
- Qasim, Dr. M. (2020). *Membangun Moderasi Beragama Umat Melalui Integrasi Keilmuan* (N. N. Ichiana, Ed.; 1st ed.). Alauddin University Press.
- Ramdhani. (2020). Ulama Upayakan Pakai Media Sosial sebagai Medium Dakwah. *Detik.Com*.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sururin. (2014). KITAB KUNING: Sebagai Kurikulum di Pesantren.
- Ummah, A. H. (2020). Dakwah digital dan generasi milenial (menelisik strategi dakwah komunitas arus informasi santri nusantara). *Tasâmuh*, 18(1), 54-78. <https://doi.org/10.20414/tasamuh.v18i1.2151>