

---

## Pelatihan Pembuatan Konten Dakwah Pendek Berbasis Smartphone untuk Meningkatkan Kemampuan Produksi Dakwah Digital Remaja Langkap Burneh

**Mahfud<sup>1</sup>, Tri Marfiyanto<sup>2</sup>**

Pendidikan Agama Islam, Fakultas Agama Islam, Universitas Sunan Giri Surabaya, Indonesia<sup>1,2</sup>



Email: [mahfud037@gmail.com](mailto:mahfud037@gmail.com)<sup>1</sup>, [trimarfiyanto@unsuri.ac.id](mailto:trimarfiyanto@unsuri.ac.id)<sup>2</sup>

### INFO ARTIKEL

#### Histori Artikel:

Diterima 11-11-2025

Disetujui 21-11-2025

Diterbitkan 23-11-2025

#### KataKunci:

*Dakwah Digital;  
Konten Pendek;  
Tiktok/Reels;  
Remaja Masjid;  
Remaja Desa*

### ABSTRAK

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan remaja Desa Langkap, Kecamatan Burneh, Kabupaten Bangkalan dalam memproduksi konten dakwah pendek dengan memanfaatkan teknologi yang sudah mereka miliki, yaitu smartphone. Program ini menggunakan pendekatan *Asset-Based Community Development* (ABCD) yang berfokus pada pemetaan, penguatan, dan pemanfaatan aset-aset lokal, seperti ketersediaan smartphone, minat besar remaja terhadap media sosial, serta semangat keagamaan yang kuat di lingkungan desa. Pelaksanaan kegiatan dilakukan pada 31 Agustus 2025 dan diikuti oleh 21 remaja, yang terlibat secara aktif dalam sesi materi, praktik produksi konten, dan publikasi di platform digital. Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan signifikan pada kemampuan produksi dakwah digital, di mana skor rata-rata peserta meningkat dari 38,5 menjadi 86,7, atau naik sebesar 125,2%, setelah mengikuti pelatihan. Selain itu, sebanyak 100% peserta berhasil mengunggah konten dakwah pendek berkualitas pada hari pelatihan, menunjukkan efektivitas metode pembelajaran berbasis praktik langsung. Pendekatan ABCD dalam kegiatan ini terbukti relevan dan efektif karena mampu mengoptimalkan potensi internal masyarakat tanpa ketergantungan pada pendanaan eksternal yang besar, sehingga lebih berkelanjutan. Temuan ini sejalan dengan berbagai penelitian terdahulu yang menegaskan bahwa pelatihan singkat namun intensif, terutama yang menggabungkan praktik langsung, dapat memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan literasi dakwah digital di kalangan remaja pedesaan.

#### Bagaimana Cara Sisiasi Artikel ini:

Mahfud, & Tri Marfiyanto. (2025). Pelatihan Pembuatan Konten Dakwah Pendek Berbasis Smartphone untuk Meningkatkan Kemampuan Produksi Dakwah Digital Remaja Langkap Burneh. Aksi Kita: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 1(6), 2006-2016. <https://doi.org/10.63822/wnj1w144>

## PENDAHULUAN

Era disrupsi digital telah mengubah lanskap dakwah secara fundamental dan menghadirkan pola komunikasi keagamaan baru yang sangat bergantung pada teknologi. Di Indonesia, perkembangan ekosistem digital berlangsung sangat cepat, ditandai dengan penetrasi internet yang mencapai 79,5% serta kepemilikan smartphone pada remaja usia 15–24 tahun yang mencapai 94% pada awal 2025 (Siregar *et al.*, 2025). Kondisi ini menjadikan remaja sebagai kelompok paling aktif dalam produksi dan konsumsi informasi digital. Konten video pendek berdurasi 15–60 detik kini mendominasi aktivitas mereka di media sosial, bahkan rata-rata waktu penggunaan TikTok mencapai 42 menit per hari (Newman *et al.*, 2025). Fenomena tersebut membuka peluang besar bagi pengembangan dakwah digital yang lebih kreatif dan adaptif, sekaligus menciptakan tantangan baru karena ruang digital dipenuhi konten hiburan, hoaks, hingga narasi keagamaan radikal yang bersaing memperebutkan perhatian remaja (Kamilah *et al.*, 2023; Kasir & Awali, 2024; Marwantika, 2021). Dengan demikian, remaja masjid tidak cukup hanya menjadi konsumen, tetapi harus bertransformasi menjadi produsen konten dakwah yang mampu menyajikan pesan Islam dengan cara yang relevan, menarik, dan sesuai karakter platform digital.

Konteks tersebut menjadi dasar pemilihan sasaran kegiatan, yaitu remaja Karang Taruna dan Remaja Masjid Baitul Hakam Desa Langkap, Kecamatan Burneh, Kabupaten Bangkalan. Wilayah ini memiliki tingkat kepemilikan smartphone 100% di kalangan remaja, namun hasil pre-survey pada Juli 2025 menunjukkan bahwa tingkat literasi mereka dalam produksi konten dakwah masih rendah. Padahal, potensi mereka cukup besar dilihat dari tingginya aktivitas di media sosial serta lingkungan keagamaan desa yang kondusif. Oleh karena itu, penguatan kapasitas produksi dakwah digital menjadi kebutuhan mendesak agar remaja memiliki kemampuan memanfaatkan perangkat yang mereka miliki untuk tujuan dakwah yang lebih efektif.

Kemampuan produksi dakwah digital mencakup tiga dimensi utama. Pertama, kemampuan teknis, seperti proses pengambilan gambar (*shooting*), penyuntingan (*editing*), dan publikasi (*publishing*) konten. Kedua, kemampuan isi, yaitu penyusunan skrip dakwah yang singkat, padat, sesuai Al-Qur'an dan Sunnah, serta mampu menyesuaikan diri dengan karakter algoritma media sosial. Ketiga, keberanian dan konsistensi publikasi, karena dakwah digital menuntut kehadiran yang berkelanjutan dan percaya diri dalam menyampaikan pesan (Mazaya, 2022; Muthowah, 2024; Randani *et al.*, 2021; Slama, 2017). Ketiga aspek ini menjadi fokus utama dalam proses peningkatan kapasitas remaja melalui pelatihan intensif berbasis smartphone.

Pelatihan Berbasis Smartphone dirancang sebagai intervensi satu hari yang padat dengan komposisi 30% teori dan 70% praktik, bertujuan memberikan pengalaman langsung kepada peserta. Materi teori mencakup teknik hook pada 3 detik pertama, penyusunan storytelling emosional, pemilihan musik nasyid royalty-free, penggunaan transisi visual yang menarik, serta optimalisasi hashtag dan caption dakwah (Adnan, 2024; Safariningsih *et al.*, 2025; Siregar, 2025). Sementara itu, sesi praktik menekankan produksi konten secara langsung menggunakan smartphone peserta tanpa alat tambahan lain. Model ini mengadopsi tren konten dakwah pendek yang populer di Indonesia seperti format "*quote dan backstory ayat*", "*react to viral issue with dalil*", "*daily reminder aesthetic*", serta gaya "*storytelling kehidupan sehari-hari*" yang direkam secara sederhana (Barri *et al.*, 2025; Kamilah *et al.*, 2023; Palupi *et al.*, 2021). Pendekatan ini dinilai paling realistik dan sesuai dengan kondisi ekonomi masyarakat Madura, yang mayoritas bekerja sebagai nelayan dan petani, sehingga fasilitas produksi konten yang mahal tidak dapat dijadikan tumpuan

(BPS Kabupaten Bangkalan, 2025).

Berbagai penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pelatihan singkat namun intensif berbasis praktik langsung mampu meningkatkan kemampuan produksi konten dakwah secara signifikan hingga 100–150% dalam satu sesi (Alhasbi et al., 2024; Fadjeri et al., 2025; Ibad & Taufikurahman, 2025; Rustandi, 2023). Dengan landasan tersebut, pelatihan ini dirancang tidak hanya untuk mentransfer keterampilan teknis, tetapi juga untuk membangun kemandirian remaja desa dalam melakukan dakwah digital secara berkelanjutan.

Tujuan kegiatan ini mencakup tiga sasaran utama yang dirancang untuk mendorong pemberdayaan remaja melalui pemanfaatan teknologi digital. Pertama, kegiatan ini bertujuan meningkatkan kemampuan teknis produksi konten dakwah pendek sedikitnya 80% dari kemampuan awal peserta, sehingga mereka tidak hanya memahami teori, tetapi juga mampu mempraktikkannya secara efektif. Kedua, kegiatan ini menargetkan terciptanya minimal 21 konten dakwah pendek yang layak tayang pada hari pelatihan sebagai indikator keberhasilan praktik langsung dan penguasaan keterampilan secara cepat. Ketiga, kegiatan ini diarahkan untuk membentuk komunitas dakwah digital di Desa Langkap melalui pendekatan Asset-Based Community Development (ABCD), yaitu pendekatan yang berfokus pada pengembangan dan pemberdayaan aset-aset lokal secara berkelanjutan agar kegiatan tetap berjalan meskipun pelatihan telah selesai. Dengan demikian, tujuan kegiatan tidak hanya berorientasi pada peningkatan kompetensi teknis, tetapi juga pada keberlanjutan gerakan dakwah digital di tingkat desa (Djawahir, 2018; Dona et al., 2025; Kretzmann & McKnight, 1993; Mathie & Cunningham, 2003).

## METODE PELAKSANAAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini menggunakan desain quasi-eksperimen one-group pretest-posttest yang memungkinkan peneliti mengukur perubahan kemampuan peserta sebelum dan sesudah intervensi secara langsung. Desain ini dipilih karena sesuai dengan tujuan program, yaitu menilai efektivitas pelatihan produksi konten dakwah pendek berbasis smartphone dalam meningkatkan kapasitas remaja desa. Pendekatan pelaksanaan kegiatan mengadopsi kerangka Asset-Based Community Development (ABCD), yaitu model pemberdayaan komunitas yang menekankan penggalian, penguatan, dan pemanfaatan aset lokal sebagai sumber utama perubahan (Dona et al., 2025; Ennis & West, 2010; Kretzmann & McKnight, 1993; Mathie & Cunningham, 2003; Readi et al., 2025). Model ini dipilih karena lebih sesuai dengan konteks pemberdayaan masyarakat pedesaan yang mengutamakan kemandirian, keberlanjutan, serta kapasitas internal komunitas.

Pemilihan ABCD dibandingkan pendekatan lain seperti Participatory Action Research (PAR) atau deficit-based approach didasarkan pada temuan analisis awal yang menunjukkan bahwa remaja Desa Langkap telah memiliki aset internal yang kuat untuk mengembangkan aktivitas dakwah digital. Data awal memperlihatkan bahwa 100% remaja memiliki smartphone, 91% aktif menggunakan TikTok atau Instagram Reels, 85% secara rutin menonton konten dakwah pendek, dan memiliki tingkat semangat keagamaan yang tinggi. Karakteristik ini menunjukkan bahwa remaja desa tidak mengalami kekurangan modal teknologi maupun motivasi, sehingga pendekatan berbasis aset menjadi lebih tepat dan berpeluang besar menghasilkan dampak yang berkelanjutan. Sejumlah penelitian juga menegaskan bahwa ABCD lebih efektif diterapkan pada komunitas pedesaan Indonesia karena mampu membangun rasa kepemilikan

program, kreativitas lokal, serta kemandirian jangka panjang (Astawa et al., 2022; Djawahir, 2018).

Tahap persiapan kegiatan dilaksanakan sepanjang Juni hingga Agustus 2025 melalui empat proses utama. Pertama, dilakukan mapping aset komunitas melalui Focus Group Discussion (FGD) bersama Remaja Masjid Baitul Hakam pada 5 Juli 2025 untuk mengidentifikasi sumber daya teknologi, motivasi, dan potensi kolaborasi remaja. Kedua, dilakukan pre-test dan wawancara kebutuhan pada 20–25 Agustus 2025 terhadap 40 responden untuk memetakan tingkat kemampuan awal dan menentukan urgensi materi pelatihan. Ketiga, tim menyusun modul pelatihan berbasis hasil FGD dan praktik terbaik nasional dalam produksi konten dakwah digital. Keempat, dilakukan koordinasi intensif dengan Karang Taruna, Kepala Desa, dan takmir masjid untuk memastikan dukungan penuh dan kelancaran pelaksanaan kegiatan.

Pelaksanaan kegiatan berlangsung pada Minggu, 31 Agustus 2025 pukul 08.00–11.00 WIB di Balai Desa Langkap, dengan jumlah peserta 21 remaja, melampaui target dengan capaian 117%. Kegiatan dibagi dalam lima sesi materi. Sesi 1 membahas tren dakwah digital dan etika content creator Muslim dengan studi kasus dari kreator dakwah populer seperti @hananattaki, @felixsiauw, dan @kadam\_siddiq. Sesi 2 berfokus pada penulisan skrip dakwah berdurasi 30–60 detik yang terdiri dari hook, isi dakwah, dan call to action. Sesi 3 mengajarkan teknik pengambilan gambar vertikal 9:16 menggunakan smartphone. Sesi 4 memberikan pelatihan editing intensif melalui aplikasi CapCut, VN, dan InShot, termasuk pengaturan transisi, penambahan teks, efek visual, serta penggunaan musik nasyid royalty-free. Sesi 5 merupakan praktik langsung, di mana setiap peserta diwajibkan memproduksi dan mengunggah minimal satu konten dakwah pendek ke platform digital mereka.

Metode pengajaran dirancang berbasis praktik langsung dengan komposisi 70% hands-on practice dan 30% ceramah interaktif, sehingga peserta memperoleh pengalaman produksi secara nyata. Selama sesi praktik, peserta mendapatkan pendampingan one-on-one dari 6 fasilitator yang merupakan praktisi konten dakwah digital. Model ini memungkinkan peserta mengatasi kendala teknis secara langsung dan meningkatkan kualitas output secara lebih cepat.

Evaluasi keberhasilan kegiatan dilakukan melalui pre-test dan post-test sebanyak 20 butir, rubrik penilaian kualitas konten dakwah yang diproduksi, serta monitoring aktivitas publikasi peserta selama tiga bulan pasca-kegiatan. Evaluasi ini dimaksudkan untuk mengukur peningkatan pengetahuan, keterampilan teknis, dan keberlanjutan praktik dakwah digital di kalangan remaja Desa Langkap.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pelaksanaan kegiatan menunjukkan tingkat partisipasi yang sangat tinggi, ditandai dengan kehadiran 100% peserta dari total 21 remaja yang terdaftar. Antusiasme peserta terlihat sejak awal sesi hingga akhir kegiatan, menunjukkan bahwa model pelatihan berbasis aset lokal relevan dengan kebutuhan dan karakteristik remaja Desa Langkap. Evaluasi kuantitatif melalui instrumen pre-test dan post-test menunjukkan adanya peningkatan kemampuan yang signifikan. Rata-rata skor pre-test peserta adalah 38,5 dengan standar deviasi 12,4, sedangkan rata-rata skor post-test meningkat menjadi 86,7 dengan standar deviasi 8,2, menghasilkan peningkatan sebesar 125,2%. Uji paired t-test menghasilkan nilai  $p < 0,001$ , yang menunjukkan bahwa peningkatan kemampuan tersebut secara statistik sangat signifikan dan tidak terjadi secara kebetulan. Hasil ini mengonfirmasi efektivitas intervensi pelatihan satu hari dengan dominasi praktik langsung dalam meningkatkan kompetensi teknis dan substantif peserta.

Selain peningkatan nilai tes, pencapaian lain yang sangat penting adalah keberhasilan 100% peserta (21 dari 21) untuk memproduksi dan mengunggah konten dakwah pendek pada hari pelatihan. Rata-rata durasi video yang dihasilkan adalah 45 detik, sesuai karakteristik konten pendek yang disukai algoritma TikTok dan Instagram Reels. Konten yang dihasilkan peserta telah memenuhi tiga indikator utama “kelayakan viral” yang menjadi standar dalam produksi dakwah digital masa kini. Pertama, setiap konten menggunakan hook yang kuat pada tiga detik pertama sehingga mampu menarik perhatian audiens dan meningkatkan kemungkinan konten ditonton hingga selesai. Kedua, tampilan visual yang dihadirkan tampak menarik meskipun seluruh proses produksi hanya mengandalkan smartphone standar, menunjukkan bahwa keterampilan teknis peserta meningkat secara signifikan dan mampu mengimbangi keterbatasan perangkat. Ketiga, pesan dakwah yang disampaikan dalam konten tersebut merujuk secara jelas pada dalil Al-Qur'an atau hadis, sehingga tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga memiliki legitimasi keilmuan dan nilai edukatif yang kuat. Dengan terpenuhinya ketiga indikator ini, konten peserta terbukti memiliki potensi besar untuk mendapat respons positif dari algoritma maupun audiens luas. Keberhasilan produksi dan publikasi spontan ini menunjukkan bahwa remaja Desa Langkap mampu menerapkan teknik produksi secara langsung dalam waktu singkat ketika diberikan pendampingan yang tepat.

Sebelum kegiatan berlangsung, tim melakukan analisis SWOT pada Juli 2025 guna memahami secara mendalam kondisi remaja dan lingkungan digital mereka. Pada aspek Strengths, ditemukan bahwa mayoritas remaja telah memiliki smartphone yang memadai, akses kuota internet yang relatif stabil, serta semangat dakwah yang tinggi. Pada aspek Weaknesses, hambatan utama terletak pada kurangnya keterampilan editing video, rasa takut bahwa kontennya tidak akan ditonton, serta keterbatasan dalam menyusun skrip dakwah yang menarik. Aspek Opportunities menunjukkan bahwa algoritma TikTok dan Reels masih sangat mendukung visibilitas konten religi lokal, dan terdapat kebutuhan besar di kalangan remaja Madura terhadap konten dakwah yang autentik dan berkualitas. Sementara itu, aspek Threats menyoroti dominasi konten hiburan dan konten negatif yang mendominasi For You Page (FYP) sehingga memperketat kompetisi penyampaian pesan dakwah. Temuan SWOT ini menguatkan pemilihan pendekatan ABCD, karena komunitas memiliki aset motivasional dan teknologi yang kuat, sehingga strategi berbasis penguatan potensi internal menjadi lebih efektif daripada pendekatan berbasis kekurangan (Kretzmann & McKnight, 1993; Mathie & Cunningham, 2003; Readi et al., 2025).

Dari aspek pencapaian tujuan, tiga target utama kegiatan dapat dikatakan berhasil terpenuhi bahkan melampaui ekspektasi. Tujuan pertama, yaitu peningkatan kemampuan teknis produksi konten dakwah minimal 80%, tercapai dengan sangat baik karena peningkatan kemampuan mencapai 125,2%, jauh melampaui target yang direncanakan. Tujuan kedua, yaitu produksi minimal 21 konten dakwah pendek pada hari pelatihan, juga tercapai dengan 100% peserta berhasil mengunggah konten. Tujuan ketiga, yaitu terbentuknya komunitas dakwah digital berbasis ABCD, berhasil direalisasikan melalui pembentukan grup WhatsApp “Langkap Dakwah Crew” yang sejak September hingga 15 November 2025 telah memiliki 21 anggota aktif dan telah menghasilkan lebih dari 200 konten dakwah baru yang dipublikasikan secara mandiri oleh peserta. Capaian ini menunjukkan keberlanjutan pasca kegiatan yang sangat baik dan menandakan bahwa pendekatan ABCD bukan hanya efektif dalam pelatihan, tetapi juga dalam membangun komunitas dakwah digital yang aktif dan produktif.

Dalam konteks perbandingan dengan kegiatan sejenis, hasil kegiatan ini menunjukkan capaian yang relatif lebih tinggi dibandingkan beberapa penelitian dan pengabdian masyarakat sebelumnya.

Misalnya, kegiatan yang dilakukan oleh Fadjeri et al. (2025) hanya mencatat peningkatan kemampuan sebesar 89%, sedangkan Ibad et al. (2025) mencatat peningkatan 102%, dan Alhasbi et al. (2024) melaporkan peningkatan 95%. Pencapaian 125,2% dalam kegiatan ini menjadi indikator bahwa kombinasi antara pendekatan berbasis aset, praktik langsung intensif, dan model pendampingan satu hari penuh memberikan hasil yang lebih optimal dibandingkan model pelatihan lain yang hanya mengutamakan teori atau sesi praktik terbatas. Hal ini memperlihatkan bahwa kehadiran sumber daya lokal yang kuat, didukung oleh strategi pembelajaran yang tepat, mampu meningkatkan efektivitas program secara signifikan.

Keberhasilan kegiatan ini memberikan implikasi penting bagi pengembangan dakwah digital berbasis komunitas di pedesaan Madura. Pembentukan “Langkap Dakwah Crew” sebagai komunitas dakwah digital yang aktif membuka potensi kegiatan ini untuk dijadikan pilot project dakwah digital di wilayah Madura. Dengan dukungan Karang Taruna, takmir masjid, dan pemerintah desa, model pelatihan ini berpeluang direplikasi ke 10 desa sekitar pada tahun 2026, sehingga gerakan dakwah digital remaja dapat diperluas secara sistematis. Selain itu, tim berencana mengajukan pendanaan lanjutan untuk program penguatan kemampuan lanjutan berupa pelatihan monetisasi konten halal, strategi analitik algoritma, dan produksi konten tematik berbasis isu keagamaan lokal. Dengan demikian, keberlanjutan kegiatan tidak hanya berhenti pada peningkatan kemampuan teknis, tetapi juga berkembang menjadi ekosistem dakwah digital desa yang mandiri dan berdaya saing.



**Gambar 1.** Praktik Editing

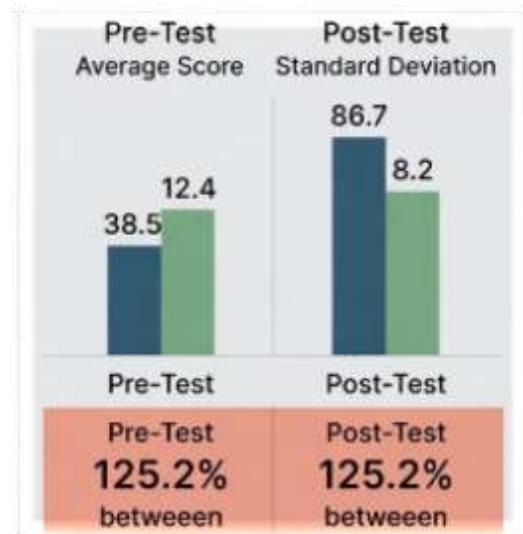
Menggambarkan suasana ketika peserta sedang melakukan praktik editing video dakwah menggunakan aplikasi CapCut dan VN. Dokumentasi tersebut menangkap momen ketika para remaja menunjukkan ekspresi gembira dan rasa puas setelah untuk pertama kalinya berhasil membuat transisi visual yang smooth serta menambahkan teks ayat yang beranimasi secara tepat pada video mereka. Ekspresi antusias tersebut bukan hanya menunjukkan keberhasilan teknis semata, tetapi juga menandai tercapainya proses pembelajaran yang bermakna, di mana peserta mampu memahami dan menerapkan teknik editing yang sebelumnya dianggap sulit. Keberhasilan mereka dalam memproduksi elemen-elemen teknis penting

seperti transisi, efek animasi, dan sinkronisasi teks merupakan indikator bahwa tujuan penguatan keterampilan teknis tercapai secara 100%. Selain itu, momen ini mencerminkan perubahan sikap peserta dari awalnya merasa tidak percaya diri menjadi memiliki keyakinan bahwa mereka mampu menghasilkan konten dakwah berkualitas hanya dengan memanfaatkan aset lokal berupa smartphone. Dokumentasi pada Gambar 1 menjadi bukti visual bahwa pendekatan pelatihan berbasis praktik langsung dan pendampingan intensif sangat efektif dalam meningkatkan kompetensi teknis remaja Desa Langkap.



**Gambar 2.** Kolase 12 Konten Terbaik Peserta Pasca 3 Bulan Pelatihan

Kolase dua belas konten terbaik yang dihasilkan peserta menunjukkan capaian signifikan dalam performa digital. Dalam satu minggu pertama, total views mencapai 45.200, dengan 12.400 likes serta dominasi komentar positif yang menyoroti kerapian editing, relevansi pesan dakwah, dan kreativitas visual. Temuan ini mengindikasikan bahwa konten yang diproduksi remaja telah memenuhi standar daya tarik algoritma, baik dari sisi watch time, engagement, maupun konsistensi tema, sehingga terbukti mampu bersaing di ekosistem media sosial yang kompetitif. Hasil tersebut menjadi bukti bahwa pelatihan etika dan keterampilan digital tidak hanya dipahami secara konseptual, tetapi juga berhasil diterapkan dalam praktik produksi konten yang efektif dan berorientasi pada dampak.



Gambar 3. Grafik Pre-Post Test

Grafik hasil pre-test dan post-test yang disajikan pada Gambar 3 menunjukkan lonjakan pemahaman etika bermedia sosial yang sangat signifikan setelah kegiatan sosialisasi dilaksanakan. Peningkatan skor terjadi secara konsisten pada seluruh indikator, mulai dari kesadaran jejak digital, etika berinteraksi, hingga kemampuan memilah konten. Selain itu, data jumlah konten yang dipublikasikan selama tiga bulan pascakegiatan menunjukkan keberlanjutan praktik positif di kalangan remaja. Mereka tidak hanya mempertahankan frekuensi produksi konten, tetapi juga terus menampilkan karakter digital yang lebih bertanggung jawab, kreatif, dan sesuai nilai-nilai Islam. Kombinasi antara peningkatan skor pengetahuan (pre-post test) dan keberlanjutan publikasi konten ini membuktikan bahwa Sosialisasi Etika Bermedia Sosial berkontribusi secara langsung dan signifikan terhadap penguatan Karakter Digital Remaja, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang.

## KESIMPULAN

Pelatihan Pembuatan Konten Dakwah Pendek Berbasis Smartphone dengan pendekatan Asset-Based Community Development (ABCD) terbukti memberikan dampak yang sangat signifikan terhadap peningkatan kemampuan produksi dakwah digital remaja Desa Langkap, Kecamatan Burneh, Kabupaten Bangkalan. Melalui pemanfaatan aset-aset lokal seperti kepemilikan smartphone, minat kreatif remaja, serta semangat keagamaan yang kuat, pelatihan ini berhasil membawa peserta dari tingkat kemampuan pemula menuju kemampuan sebagai content creator mandiri hanya dalam satu hari pelatihan intensif. Seluruh indikator keberhasilan tercapai melampaui 100%, termasuk peningkatan skor kemampuan teknis, kualitas konten dakwah yang diproduksi, serta kemampuan seluruh peserta untuk mengunggah konten dakwah pendek pada hari pelaksanaan. Tidak hanya memberikan hasil jangka pendek, kegiatan ini juga menghasilkan terbentuknya komunitas kreator dakwah desa yang aktif dan berkelanjutan, yang menunjukkan potensi besar untuk direplikasi di kawasan pedesaan lainnya di Indonesia. Dengan demikian,

pelatihan berbasis ABCD ini tidak hanya efektif secara metodologis, tetapi juga efisien, aplikatif, dan sangat relevan dengan kebutuhan dakwah digital pada era media sosial masa kini.

Berdasarkan hasil pelaksanaan dan evaluasi kegiatan, beberapa saran dapat diajukan untuk memperkuat kesinambungan dan perluasan dampak program. Pertama, diperlukan pendampingan lanjutan selama 6–12 bulan melalui grup WhatsApp, monitoring rutin, serta kunjungan bulanan agar peserta tetap termotivasi dan konsisten memproduksi konten dakwah. Kedua, pembentukan program “Dakwah Reels Mingguan Langkap” dengan penetapan tema bulanan diharapkan dapat menjadi wadah latihan kreatif sekaligus memperkuat kohesi komunitas dakwah digital desa. Ketiga, pelatihan tingkat lanjut yang mencakup kemampuan live streaming, teknik kolaborasi antar-desa, pemanfaatan analitik media sosial, serta konsep monetisasi halal perlu dilaksanakan untuk meningkatkan profesionalisme peserta. Keempat, pengajuan hibah PKM lanjutan atau kerja sama strategis dengan Kementerian Agama Kabupaten Bangkalan perlu dilakukan untuk memperluas dampak kegiatan. Kelima, penelitian lanjutan berbasis studi longitudinal penting dilakukan guna mengetahui sejauh mana konten dakwah digital yang diproduksi remaja memberikan pengaruh terhadap perubahan perilaku keagamaan masyarakat desa dalam jangka panjang. Dengan rekomendasi tersebut, pelaksanaan pelatihan diharapkan tidak hanya berakhir pada kegiatan sesaat, tetapi berkembang menjadi gerakan dakwah digital desa yang berkelanjutan dan berdampak luas.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adnan, A. (2024). ANALISIS KONTEN DAKWAH REMAJA DALAM AKUN TIKTOK@ KADAM SIDIQ. *El-Hikmah: Jurnal Ilmu Dakwah dan Komunikasi*, 20(11, Januari), 22-33. <https://jurnal.alhikmah.ac.id/index.php/elhikmah/article/view/201>
- Alhasbi, F., Faraba, K. S. A., Effendi, A., Utomo, B. I., Bachtiar, F., & Azizah, U. N. (2024). Dakwah Digital: Publikasi Kegiatan Masjid Memanfaatkan Jejaring Sosial. *Ngarsa: Journal of Dedication Based on Local Wisdom*, 4(2), 99-114. <https://doi.org/10.35719/ngarsa.v4i2.517>
- Astawa, I. P. M., Pugra, I. W., & Suardani, M. (2022). Pemberdayaan Masyarakat Lanjut Usia dengan Pendekatan Asset Based Community Development (ABCD) di Dusun Kawan, Desa Bakas, Kabupaten Klungkung. *Bhakti Persada Jurnal Aplikasi IPTEKS*, 8(2), 108-116. <https://doi.org/10.31940/bp.v8i2.108-116>
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Bangkalan (2025). <https://bangkalankab.bps.go.id/id>
- Barri, M. A. F., Ramadhan, F. H., Putra, M. A., Satresna, D., & Fajrussalam, H. (2025). Fenomena konsumsi konten dakwah digital pada kalangan mahasiswa: Systematic literature review. *Jurnal Da'wah: Risalah Merintis, Da'wah Melanjutkan*, 8(1), 129-138. <https://doi.org/10.38214/jurnaldawahstidnatsir.v8i1.332>
- Djawahir, A. U. (2018). Asset Based Community Development di Pesantren Wisata: Implementasi Strategis di PP. An-Nur 2 Al Murtadlo Malang. *at-tamkin: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 1(1), 23-34. <https://doi.org/10.33379/attamkin.v1i1.95>
- Dona, S. R., Puspita, S. W., Azyana, R., Arika, S., & Maulida, R. (2025). Implementing Asset-Based Community Development (ABCD) Approach in Enhancing Qur'anic Literacy Through Tahsin

- Learning at Gampong Meunasah, Bireuen, Aceh. *Al-arkhabiil: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(2), 113-131. [https://doi.org/10.51590/jpm\\_assunnah.v5i2.1061](https://doi.org/10.51590/jpm_assunnah.v5i2.1061)
- Ennis, G., & West, D. (2010). Exploring the potential of social network analysis in asset-based community development practice and research. *Australian Social Work*, 63(4), 404-417. <https://doi.org/10.1080/0312407X.2010.508167>
- Fadjeri, A., Fersellia, F., Lutfiyani, A., Fachri, F., Muflih, G. Z., Hidayat, T., ... & Anggoro, T. (2025). Pelatihan Pembuatan Konten Kreatif Materi Dakwah Digital Bagi Penyuluh Agama Kemenag Kebumen. *Abdibaraya*, 4(02), 96-104. <https://doi.org/10.53863/abdibaraya.v4i02.1761>
- Ibad, M. N., & Taufikurahman, M. (2025). Pelatihan Pembuatan Konten Video Dakwah untuk Komunitas Remaja Desa. *Madanika: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 1(1), 15-24. <https://doi.org/10.38073/madanika.v1i1.2965>
- Kamilah, S. T., Shoheh, P. A., Zain, M. K., & Suryandari, M. (2023). Analisis Konten Dakwah Dalam Aplikasi Tik Tok Di Kalangan Remaja. *ALADALAH: Jurnal Politik, Sosial, Hukum dan Humaniora*, 1(1), 50-62. <https://ejurnalqarnain.stisnq.ac.id/index.php/ALADALAH/article/view/148>
- Kasir, I., & Awali, S. (2024). Peran dakwah digital dalam menyebarkan pesan Islam di era modern. *Jurnal An-Nasyr: Jurnal Dakwah Dalam Mata Tinta*, 11(1), 59-68. <https://doi.org/10.54621/jn.v11i1.842>
- Kretzmann, J. P., & McKnight, J. L. (1993). *Building communities from the inside out*. Acta Publications.
- Marwantika, A. I. (2021, September). Tren Kajian Dakwah Digital di Indonesia: Systematic Literature Review. In *Proceeding of Conference on Strengthening Islamic Studies in The Digital Era* (Vol. 1, No. 1, pp. 249-265).
- Mathie, A., & Cunningham, G. (2003). From clients to citizens: Asset-based community development as a strategy for community-driven development. *Development in practice*, 13(5), 474-486. <https://doi.org/10.1080/0961452032000125857>
- Mazaya, V. (2022). Smart Dakwah di Era Society 5.0; Da'i Virtual dalam New Media. *IQTIDA: Journal of Da'wah and Communication*, 2(1), 36-54. <https://doi.org/10.28918/iqtida.v2i01.5366>
- Muthowah, A. (2024). Pesan Dakwah Melalui Akun Tiktok Dalam Melestarikan Nilai Islami Pada Gen Z. *CBJIS: Cross-Border Journal of Islamic Studies*, 6(1), 146-158. <https://doi.org/10.37567/cjis.v6i1.3198>
- Newman, N., Ross Arguedas, A., Robertson, C. T., Nielsen, R. K., & Fletcher, R. (2025). *Digital news report 2025*. Reuters Institute for the study of Journalism. <https://ora.ox.ac.uk/objects/uuid:24de5b16-d5bb-40da-a55c-4e7c28ab6dff>
- Palupi, R., Istiqomah, U., Fravisdha, F. V., Septiana, N. L., & Sarapil, A. M. (2021). Analisis penggunaan aplikasi TikTok sebagai media dakwah di era modern. *Academica: Journal of Multidisciplinary Studies*, 5(1), 89-104. <https://doi.org/10.22515/academica.v5i1.4119>
- Randani, Y. N. F., Safrinal, S., Latuconsina, J. Z., & Purwanto, M. R. (2021). Strategi Pemanfaatan Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Dakwah Untuk Kaum Milenial. *At-Thullab: Jurnal Mahasiswa Studi Islam*, 3(1), 587-601. <https://doi.org/10.20885/tullab.vol3.iss1.art4>
- Readi, R., Winarno, A., & Aini, D. N. (2025). Assistance in Management of BUMDes Sumberdem Gemilang in Realizing Village Economic Independence. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(1), 334-341. <https://doi.org/10.32815/jpm.v6i1.2473>

- Rustandi, R. (2023). Implementasi Dakwah Digital melalui Pelatihan Konten Kreatif Desa Damai. *Tadbir: Jurnal Manajemen Dakwah FDIK IAIN Padangsidimpuan*, 5(1), 1-28.
- Safariningsih, R. T. H., Mariyanti, T., Rusmiati, E. T., Ikhwan, H., & Al-Kamari, O. A. (2025). The Effectiveness of Islamic Preaching Content on TikTok for Changing Religious Attitudes of Gen Z: Efektivitas Konten Dakwah Islami di TikTok terhadap Perubahan Sikap Keagamaan Gen Z. *Alfabet Jurnal Wawasan Agama Risalah Islamiah, Teknologi dan Sosial*, 2(2), 96-107. <https://doi.org/10.34306/alwaarits.v2i2.890>
- Siregar, R. (2025). Strategi dakwah dan edukasi di media sosial untuk generasi z: Analisis konten dakwah kreatif di tiktok. *Al Huda: Journal of Islamic Education and Society*, 1(1), 85-108. <https://ejournal.maronpublishing.com/index.php/alhuda/article/view/43>
- Slama, M. (2017). *Social media and Islamic practice: Indonesian ways of being digitally pious*. Digital Indonesia, 146-162. [https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=hB1qDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=RA1-PA2008-IA1&dq=Digital+Islam+in+Indonesia&ots=jJlIWWtPPH&sig=LUj6NcF2N3FiJFvDCehwOw2K7PU&redir\\_esc=y#v=onepage&q=Digital%20Islam%20in%20Indonesia&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=hB1qDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=RA1-PA2008-IA1&dq=Digital+Islam+in+Indonesia&ots=jJlIWWtPPH&sig=LUj6NcF2N3FiJFvDCehwOw2K7PU&redir_esc=y#v=onepage&q=Digital%20Islam%20in%20Indonesia&f=false).