

PENGUATAN STRATEGI DAKWAH DIGITAL REMAJA MASJID DI DESA GONILAN - KARTASURA

Diajeng Laily Hidayati¹ ✉, Nisa Rachmah Nur Anganthi²

¹ Department of Psychology, Universitas Muhammadiyah Surakarta Indonesia

² Department of Psychology, Universitas Muhammadiyah Surakarta Indonesia

✉ diajenglaily11@gmail.com

Abstract

Da'wah is an activity that aims to invite goodness and prevent bad deeds. The development of digital technology requires da'wah activists to innovate in da'wah activities. Mosque youth as one of the important elements in mosque da'wah need to have a strategy for implementing digital da'wah. This article aims to discuss community service activities carried out by student and lecturer of the Master of Psychology, University of Muhammadiyah Surakarta. This service activity aims to strengthen the digital da'wah strategy of mosque youth in Gonilan-Kartasura Village, Central Java. This activity was attended by 23 participants from 12 mosques in Gonilan Village. This activity not only provides theoretical understanding but also equips participants with the practice of creating digital content.

Keywords: Digital Dakwah, Millennial Generation, Dakwah Strategy, Mosque Youth

PENGUATAN STRATEGI DAKWAH DIGITAL REMAJA MASJID DI DESA GONILAN - KARTASURA

Abstrak

Dakwah merupakan kegiatan yang menyeru kepada kebaikan dan mencegah kemungkaran. Perkembangan teknologi digital menuntut para pegiat dakwah untuk melakukan inovasi dalam kegiatan dakwah. Remaja masjid sebagai salah satu unsur penting dalam dakwah masjid perlu memiliki strategi dalam pelaksanaan dakwah digital. Artikel ini bertujuan untuk membahas kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan secara kolaboratif antara dosen-mahasiswa Magister Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta. Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk menguatkan strategi dakwah digital remaja masjid di Desa Gonilan-Kartasura, Jawa Tengah. Kegiatan ini diikuti oleh 23 peserta yang berasal dari 12 masjid di Desa Gonilan. Kegiatan ini tidak hanya memberikan pemahaman secara teoretik tetapi juga membekali peserta dengan praktik pembuatan konten digital.

Kata kunci: Dakwah Digital, Generasi Milenial, Strategi Dakwah, Remaja Masjid

1. Pendahuluan

Penyebaran ajaran Islam atau yang disebut dengan dakwah, merupakan hal yang sangat penting. Dakwah sejatinya ditujukan untuk menyeru pada yang *ma'ruf* (baik) dan mencegah yang *mungkar* (tidak baik) [1]. Dakwah merupakan langkah untuk menyampaikan nilai-nilai Islam serta ajaran Islam [2]. Kegiatan dakwah secara umum **adalah** menyampaikan ajaran Islam yang *rahmatan lil 'alamiin* yang berarti rahmat bagi alam semesta [3]. Oleh karena itu, kegiatan

penyebaran ajaran Islam atau dakwah memiliki peran penting dalam kehidupan dan perlu terus dilakukan oleh setiap umat Islam.

Gerakan dakwah Islam pada kalangan anak muda biasanya dibahas dengan cara menempatkan kelompok remaja sebagai subjek utama. Dengan cara demikian, gerakan dakwah pada kalangan anak muda dapat dipahami sebagai sebuah upaya untuk membantu kelompok sosial remaja dalam menghadapi masalah-masalah psiko-sosio-kultural. Mereka secara lebih baik memanfaatkan dalil-dalil teologis Islam sebagai landasan utama. Sejumlah penelitian terdahulu menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif yang dirasakan oleh kelompok remaja setelah mengikuti kegiatan-kegiatan dakwah [4].

Masih banyak Dai yang identik melaksanakan dakwah di masjid, musholla, maupun majelis [5]. Keberadaan masjid bagi umat Islam di Indonesia adalah hal yang penting karena masjid bukan hanya berfungsi sebagai tempat ibadah, namun juga memiliki fungsi sebagai pusat kegiatan sosial kemasayarakatan. Bahkan lebih jauh dari itu, terkadang masjid juga sebagai simbol keberadaan dan kekuatan Islam pada suatu daerah. Sebagai simbol kekuatan Islam, masjid sangat identik dengan pelaksanaan kegiatan dakwah.

Meski demikian, seiring perkembangan teknologi, terjadi perubahan pola dakwah pada masyarakat di Indonesia. Berdasarkan data *We Are Social*, pengguna media sosial di Indonesia pada Januari 2022 berjumlah 191 juta orang. Mayoritas pengguna media sosial adalah masyarakat usia 18-34 tahun. Berdasarkan data tersebut, para pegiat dakwah, kemudian, dituntut untuk mampu menggunakan teknologi yang sesuai dengan tuntutan zaman.

Hal ini perlu dilakukan agar dakwah yang disampaikan Dai kepada masyarakat tidak hanya dominan menggunakan satu pendekatan saja [6]. Perkembangan teknologi ini menjadi tantangan bagi para pegiat dakwah untuk lebih inovatif dan kreatif. Gerakan Islam melalui sosial media (*Islamic Clicktivism*) semakin marak dilakukan. Media sosial menjadi wadah penyebaran informasi baik yang berlanjut pada aksi nyata maupun pada sekadar bahan diskusi di kalangan internal aktivis [7].

Penggunaan media sosial dianggap sangat efisien oleh mayoritas masyarakat terutama remaja dalam kehidupan sehari-hari. Keluasan jangkauan dan kecanggihan internet menarik minat para remaja. Penyampaian dakwah melalui media sosial juga dianggap lebih menarik dan bisa menjangkau banyak kalangan. Oleh karena itu, semakin banyak kelompok remaja yang mengembangkan strategi dakwah melalui media sosial [8].

Strategi dakwah melalui media digital dapat berkembang dengan perencanaan yang matang dengan tim yang bekerja secara profesional.

Dengan memanfaatkan teknologi informasi, dinamika gerakan dakwah Islam yang positif dapat memperkuat aktifitas dakwah. Keluasan informasi dan perkembangan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK) menjadi dorongan perumusan strategi dakwah yang multi disiplin dengan memanfaatkan media yang sesuai dengan zaman [9].

Kedekatan remaja dengan media digital menjadi oasis dalam penyebaran dakwah melalui media digital. Remaja sebagai sumber daya insan manusia diharapkan mampu untuk menjadi penggerak dakwah yang senantiasa selalu antusias dalam menyebarkan ilmu-ilmu agama islam. Dengan pendekatan agama, para remaja kemudian membentuk kelompok menjadi remaja masjid. Peranan dan fungsi remaja masjid dalam penyebaran dakwah digital dapat berjalan efektif dan efisien jika para remaja tersebut memiliki kesungguhan dan keahlian.

Sebagai sarana untuk memperkuat strategi dakwah remaja masjid dan menjadikan masjid sebagai wadah bagi para remaja untuk mengembangkan diri, kolaborasi dosen-mahasiswa Magister Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta (UMS) membentuk Tim Pengabdian Kepada Masyarakat. Kegiatan ini bertema Pelatihan Literasi Dakwah Berbasis Digital Untuk Memakmurkan Masjid. Sasaran dari kegiatan ini adalah Remaja Masjid di Desa Gonilan – Kartasura, Jawa Tengah yang tergabung dalam Forum Silaturrahim Taman Pendidikan Al-Quran (FORSITA) Se-Gonilan.

2. Metode

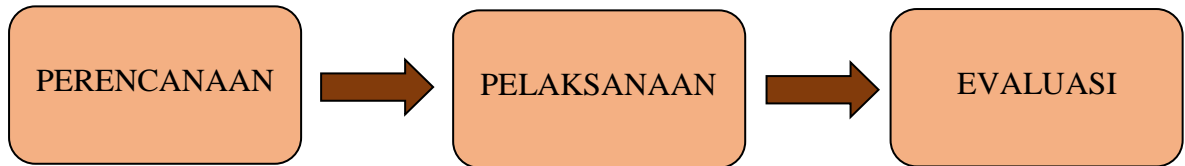
Kegiatan pengabdian masyarakat ini merupakan kolaborasi antara dosen dan mahasiswa Magister Psikologi UMS dengan tema Pelatihan Literasi Dakwah Digital Guna Memakmurkan Masjid. Metode yang digunakan dalam pengabdian masyarakat ini adalah observasi atau kunjungan lapangan, wawancara, dan diskusi secara daring.

Observasi atau kunjungan lapangan ditujukan untuk melihat kondisi langsung masjid yang ada di Desa Gonilan. Selanjutnya, tim melakukan wawancara awal dengan ketua Forum Takmir Masjid Desa Gonilan. Berdasarkan hasil wawancara awal, tim pengabdian diarahkan untuk bertemu dengan Forum Remaja Masjid Desa Gonilan atau yang disebut Forum Silaturrahmi TPQ (FORSITA). Selanjutnya, perwakilan tim dan ketua Forsita bersepakat melaksanakan diskusi secara daring guna merumuskan lebih detail rangkaian kegiatan.

3. Hasil dan Pembahasan

Pengabdian Masyarakat ini dilaksanakan dengan beberapa tahapan berikut:

Gambar I
Tahapan Kegiatan



a. Perencanaan

- 1) Pembentukan Tim yang terdiri dari 1 orang ketua dan 4 anggota. Tim inti dari program ini adalah mahasiswa magister psikologi UMS dengan dibimbing oleh 1 orang dosen.
- 2) Koordinasi tim (Dosen dan Mahasiswa Magister Psikologi UMS) dan persiapan dilakukan melalui media daring zoom cloud meeting.
- 3) Koordinasi awal dilakukan oleh ketua tim bersama dengan ketua Forum Takmir Masjid Desa Gonilan
- 4) Koordinasi selanjutnya dilakukan oleh ketua tim bersama dengan pengurus inti Forsita untuk menyampaikan tujuan kegiatan dan memohon izin pelaksanaan kegiatan.
- 5) Tim pengabdian melaksanakan koordinasi dengan narasumber dan fasilitator kegiatan untuk penyamaan persepsi sebelum melaksanakan FGD dengan pengurus Forsita.
- 6) Focus Group Discussion dilakukan antara seluruh tim pengabdian bersama pengurus inti Forsita, perwakilan masjid, dan narasumber serta melakukan asesmen tentang kebutuhan masjid terkait Dakwah Digital. Kegiatan FGD dilaksanakan secara daring.
- 7) Penyebaran informasi kegiatan melalui flyer yang disebar oleh tim Forsita melalui Whatsapp group

Gambar II
Flyer Kegiatan



- b. Pelaksanaan pelatihan pada tanggal 12 Juni 2022 di Gedung PT At-Tayibah Al Multazam Group Kartasura pada pukul 08.00 – 15.30 WIB yang diikuti oleh 23 orang remaja masjid yang berasal dari 12 Masjid yang berada di Desa Gonilan-Kartasura, Jawa Tengah.
- c. Evaluasi kegiatan bersama peserta dilakukan secara daring melalui aplikasi google form. Untuk evaluasi bersama tim panitia dilaksanakan melalui zoom cloud meeting pada 8 Juli 2022.

Pelatihan dakwah digital dihadiri oleh 23 peserta yang merupakan perwakilan dari remaja masjid dan pengajar Taman Pendidikan Al-Quran (TPQ) di desa Gonilan-Kartasura, Jawa tengah. Pada tahap awal, tim memberikan pre-test guna mengetahui kondisi awal pelaksanaan dakwah digital di masing-masing masjid.

Narasumber dalam kegiatan ini berjumlah tiga. Narasumber pertama adalah mahasiswa magister psikologi UMS yang menyampaikan tentang urgensi dakwah digital. Dua narasumber lainnya merupakan konten kreator yang telah berpengalaman dalam media digital. Kegiatan ini menggunakan metode seminar untuk memberikan pemahaman awal tentang dakwah digital dan dampaknya terhadap kondisi psikologi masyarakat. Selanjutnya, metode pelatihan juga digunakan agar peserta dapat mempraktekkan langsung bagaimana cara membuat konten dakwah digital.

Materi dalam kegiatan ini dibagi dalam tiga sesi sebagai berikut:

- a. Sesi Satu: tentang Urgensi Dakwah Digital Masjid serta dampaknya secara psikologis. Sesi ini, Rizky Sembada sebagai narasumber memaparkan tentang tipologi aktivitas dakwah digital, keuntungan dan kelemahan pelaksanaan dakwah digital, bagaimana dakwah digital dapat menjadi sarana dalam memakmurkan masjid, dan bagaimana dampaknya secara psikologis.
- b. Sesi Dua: tentang Identitas, Logo Masjid, Humas dan Komunikasi Masjid. Sesi ini, Lucky Panji Asmoro selaku narasumber yang berprofesi sebagai konten kreator memaparkan tentang pentingnya identitas masjid, bagaimana humas membangun komunikasi dakwah digital. Selanjutnya, sesi ini lebih banyak membuka ruang diskusi dan praktik pembuatan konten dakwah digital.
- c. Sesi Tiga: tentang Takmir, Manajemen Masjid, Kegiatan dan Syiar Masjid. Sesi ini, Hanif Indie konten kreator yang tergabung dalam milenials.id memaparkan tentang bagaimana takmir dapat melaksanakan manajemen masjid berbasis digital dan bagaimana membuat konten kegiatan rutin maupun kegiatan perayaan hari

besar keagamaan sebagai sarana syiar masjid. Selanjutnya, sesi ini lebih banyak membuka ruang diskusi dan praktik pembuatan konten dakwah digital.

Gambar III
Penyampaian Materi



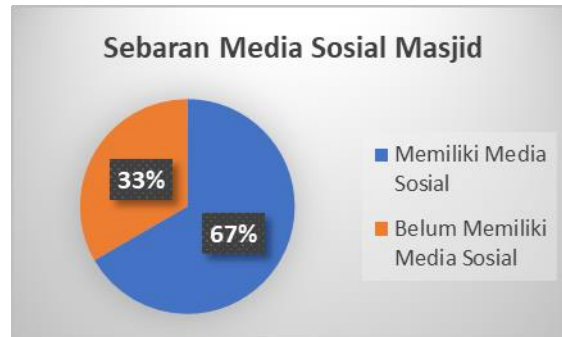
Gambar IV
Praktik Pembuatan Konten Digital



Berdasarkan hasil asesmen selama kegiatan, tidak seluruh masjid yang ada di Desa Gonilan yang memiliki akun media sosial. Berdasarkan hasil survey yang disebarakan ketika pelaksanaan kegiatan, sebanyak 67% Masjid di Desa Gonilan telah memiliki media sosial, sedangkan 33% masjid belum memiliki media sosial. Data survey juga menunjukkan bahwa edia sosial yang paling banyak digunakan oleh masjid yang terlibat dalam kegiatan ini adalah instagram dan facebook. Akun media sosial sudah mulai dioperasikan oleh para remaja masjid sejak tahun 2018. Selain itu, berdasarkan survey lapangan

ketika pelaksanaan kegiatan rentang tahun 2020 adalah tahun dimana mayoritas remaja masjid membuat akun media sosial

Gambar V
Sebaran Media Sosial Masjid Desa Gonilan



Dakwah dalam arti luas merupakan kegiatan yang dilakukan untuk menyeru kepada ajaran Islam dengan metode dan teknik yang beragam dan menggunakan media tertentu dengan tujuan untuk melaksanakan kewajiban dan mendapatkan keselamatan dan kebahagiaan dunia dan akhirat. Dakwah yang dilaksanakan tersebut harus melalui tahapan yang tersusun dan terencana secara sistematis, terlaksana dengan baik, termonitor serta dievaluasi dengan maksud agar kegiatan dakwah berjalan dengan baik dan mendatangkan hasil yang maksimal. Mansyur Amin menjelaskan bahwa dakwah mengandung makna sebagai ajakan, baik dalam bentuk lisan, tulisan, maupun perilaku. Dakwah perlu dilakukan secara terencana dan sadar sebagai usaha untuk mempengaruhi orang lain baik secara individu ataupun kelompok dengan tujuan tersampaikan pengertian dalam bentuk pesan tanpa unsur paksaan [10].

Dalam menyampaikan ajaran-ajaran agama dibutuhkan cara yang strategis agar kegiatan dakwah dapat berjalan efektif dan juga efisien. Dakwah merupakan kegiatan yang bersifat universal, menyeluruh pada semua lapisan masyarakat dari kanak-kanak, remaja hingga dewasa dan usia lanjut maka dalam penyampaiannya di anjurkan agar dapat di pahami dan di terima seluruh masyarakat.

Media massa seperti media internet bisa menjadi salah satu media dan langkah dalam meningkatkan strategi dakwah milenial yang akan memudahkan para remaja dalam mengakses ilmu dengan efektif. Para remaja milenial hampir seluruhnya tidak terlepas dari gadget dan sosial media. Oleh karena itu, apabila dakwah di sebarakan melalui jejaring internet penyebaran dakwah akan mudah dilakukan. Saat ini, telah banyak dakwah yang dilakukan di media sosial [11]. Meski demikian, ada permasalahan yang muncul, yaitu mayoritas hiburan-hiburan yang disajikan oleh media sosial seperti facebook, instagram,

game onlien, jauh lebih menarik perhatian jika dibandingkan dengan konten-konten keagamaan. Maka dalam menghadapi permasalahan ini, sebagai dai milenial haruslah memiliki kemampuan dalam mengemas pesan dakwah menjadi konten yang lebih menarik, seperti disajikan dalam bentuk video vlog cinematik, video animasi, podcast dakwah dan lainnya.

Kesadaran akan pentingnya dakwah melalui media digital telah dimiliki oleh para remaja masjid. Meski demikian, kendala terbesar dalam pelaksanaan dakwah digital adalah ketiadaan sarana dan prasarana pendukung. Berdasarkan hasil diskusi bersama peserta, hanya Masjid Baitul Makmur Gonilan yang telah memiliki fasilitas guna melaksanakan praktik dakwah digital. Beberapa fasilitas yang telah dimiliki antara lain: kamera, wifi masjid, dan proyektor. Meski demikian, para remaja masjid juga telah mampu menggunakan *smartphone* sebagai media utama dalam membuat konten digital.

Setelah mengikuti kegiatan ini, para peserta memiliki kesadaran lebih besar tentang pentingnya pembuatan konten digital bagi masjid. Beberapa masjid yang sebelumnya tidak memiliki media sosial, telah membuat media sosial dengan didampingi oleh narasumber kegiatan. Beberapa kegiatan masjid yang telah didokumentasikan dan dipublikasikan secara digital adalah pengajian rutin, kegiatan TPQ seperti mengaji dan menghafal Al-Quran, serta perayaan hari besar keagamaan.

Saat memasuki tahapan praktik, para peserta kegiatan telah mampu membuat video singkat yang memiliki muatan dakwah Islam. Beberapa konten video hasil praktik peserta kegiatan antara lain, adab ketika tidur, adab berbuka puasa, pentingnya mengutamakan shalat, ciri-ciri anak sholeh, kembali ke masjid, dan sejarah perang uhud.

Berdasarkan hasil evaluasi yang disebar dalam bentuk survey setelah kegiatan, seluruh responden menjelaskan bahwa kegiatan ini menarik, materi jelas, dan mudah diaplikasikan dalam pelaksanaan dakwah. Peserta juga semakin memahami pentingnya pelaksanaan dakwah digital guna memakmurkan masjid. Selain itu, peserta juga mendapatkan pengalaman dalam membuat konten digital berupa video dan flyer kegiatan masjid. Pada akhir sesi kegiatan, peserta juga mendapatkan tugas untuk membuat konten digital. Tugas ini dimaksudkan sebagai metode evaluasi untuk melihat kemampuan peserta dalam membuat konten digital.

Kekurangan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini adalah waktu kegiatan yang dilaksanakan selama satu hari membuat materi dan sesi praktik menjadi sangat padat. Beberapa peserta yang belum memiliki kemampuan dasar dalam membuat konten digital membutuhkan waktu dan pendampingan yang lebih intens dari

narasumber. Untuk itu, pelaksanaan kegiatan serupa perlu kiranya menambah waktu pelaksanaan kegiatan.

4. Kesimpulan

Dakwah merupakan kegiatan menyeru kepada kebaikan. Perkembangan teknologi menuntut para pegiat dakwah untuk menggunakan media digital sebagai sarana dalam berdakwah. Penguatan strategi dakwah digital perlu dilakukan agar masjid dapat menjadi pusat pelaksanaan kegiatan dakwah islam. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini mampu memberikan gambaran tentang pentingnya strategi dakwah digital dan langkah-langkah dalam pelaksanaan dakwah digital.

Pengembangan dakwah digital tentunya perlu didukung oleh berbagai elemen masyarakat. Para pengambil kebijakan perlu lebih memperhatikan sarana dan prasarana yang tersedia di masjid guna meningkatkan pelaksanaan dakwah berbasis media digital. Kegiatan literasi dakwah digital perlu lebih rutin dilaksanakan di berbagai masjid guna meningkatkan konten-konten islami yang memegang nilai *rahmatan lil 'alamin*.

Referensi

- [1] M. Ridho, "UJARAN KEBENCIAN DALAM DAKWAH: ANALISIS TENTANG PENGEJAWANTAHAN IDE AMAR MA'RUF NAHI MUNGKAR DI KALANGAN PARA DA'I DI KALIMANTAN TIMUR," *LENTERA J. Ilmu Dakwah Dan Komun.*, vol. 2, no. 1, 2018.
- [2] S. Abin, *Pengantar Sosiologi Dakwah*. Kencana, 2016.
- [3] - Arsam, "STRATEGI DAKWAH DALAM MENANAMKAN NILAI-NILAI ISLAM RAHMATAN LIL ALAMIN DI LINGKUNGAN MASYARAKAT (STUDI TERHADAP DOSEN-DOSEN STAIN PURWOKERTO)," *KOMUNIKA J. Dakwah Dan Komun.*, vol. 9, no. 2, Art. no. 2, 2015, doi: 10.24090/komunika.v9i2.854.
- [4] D. L. Hidayati, I. S. Wijaya, and M. Ridho, "Gender Mainstreaming in Da'wa: Study on the Role of Female Preachers in Samarinda," in *Proceedings of International Conference on Da'wa and Communication*, 2019, vol. 1, pp. 430–437. doi: <https://doi.org/10.15642/icondac.v1i1.311>.
- [5] D. L. Hidayati and I. S. Wijaya, "Islamic Expressions On The Culprits Of Islamic Centers In East Kalimantan," *KOMUNIKA J. Dakwah Dan Komun.*, vol. 13, no. 1, pp. 1–13, 2019.
- [6] T. Khumaedi and S. Fatimah, "URGENSI DAKWAH MELALUI MEDIA SOSIAL," *Al-Mubin Islam. Sci. J.*, vol. 2, no. 2, Art. no. 2, Sep. 2019, doi: 10.51192/almubin.v2i2.64.
- [7] M. Ahyar, "Islamic Clicktivism: Internet, Democracy and Contemporary Islamist Activism in Surakarta," *Stud. Islam.*, vol. 24, no. 3, pp. 435–468, 2017.
- [8] A. H. Ummah, "Dakwah Digital dan Generasi Milenial (Menelisik Strategi Dakwah Komunitas Arus Informasi Santri Nusantara)," *Tasâmuh*, vol. 18, no. 1, pp. 54–78, 2020.
- [9] M. Sirajuddin, "PENGEMBANGAN STRATEGI DAKWAH MELALUI MEDIA INTERNET (Peluang dan Tantangan)," vol. 1, no. 1, Art. no. 1, Dec. 2014, Accessed: Jul. 17, 2022. [Online]. Available: https://journal3.uin-alauddin.ac.id/index.php/Al-Irsyad_Al-Nafs/article/view/2550
- [10] M. Amin, *Dakwah Islam dan Pesan Moral*. Yogyakarta: Al-Amin Press, 1997.

- [11] D. L. Hidayati and R. Fahlevi, "Dakwah di Tengah Pandemi (Studi terhadap Respons Dai di Media Sosial)," *LENTERA*, 2020.



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)
