

Workshop Kreatif Dakwah melalui Konten Multimedia Islami



Check for updates

Hamdan Hakiki ^{a,1,*}, Raudah Syabila Rosyad ^a, Alimin Mahdi ^a

^a Program Studi Sosiologi Agama, Universitas Islam Negeri Mataram, Indonesia

¹ hamdan.hakiki@gmail.com*

* Corresponding Author

ABSTRACT

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara penyampaian dakwah Islam, sehingga dibutuhkan pendekatan kreatif dan inovatif yang memanfaatkan media multimedia dan platform digital. Penelitian pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan peserta dalam membuat konten dakwah Islami yang kreatif, etis, dan efektif melalui workshop berbasis praktik. Kegiatan ini diikuti oleh 60 peserta dari kalangan mahasiswa, guru, dan anggota komunitas dakwah lokal. Metode pelaksanaan meliputi sosialisasi, pembukaan dan pengenalan materi, pelatihan teknis pembuatan konten multimedia, simulasi penerapan di media sosial, evaluasi, dan publikasi konten. Peserta memperoleh keterampilan membuat video dakwah pendek, infografis, animasi sederhana, dan konten audio, sekaligus memahami strategi penyebaran pesan melalui media sosial dan penggunaan AI sebagai alat bantu produksi. Selain itu, workshop menekankan etika dakwah digital, termasuk moderasi konten, keakuratan pesan, dan pengelolaan interaksi audiens. Hasil menunjukkan bahwa peserta mampu menghasilkan konten dakwah yang komunikatif, menarik, dan sesuai prinsip Islami, serta meningkatkan literasi digital dan kreativitas. Workshop ini juga membangun jejaring komunitas dakwah yang adaptif terhadap perkembangan teknologi, memberdayakan generasi muda sebagai produsen konten Islami, dan menyediakan model pengabdian masyarakat yang inovatif dan berdampak. Secara keseluruhan, workshop kreatif dakwah melalui konten multimedia Islami efektif dalam meningkatkan keterampilan teknis, kreativitas, literasi digital, dan pemahaman etika peserta, sehingga dapat membekali mereka menjadi agen perubahan dalam penyebaran pesan Islami di era digital.

Copyright © 2025, The Author(s)

This is an open-access article under the CC-BY-SA license



Article History

Received 2025-08-20

Revised 2025-09-21

Accepted 2025-10-27

Keywords

dakwah digital,
multimedia islami,
kreativitas, literasi
digital, AI dalam
dakwah

1. Pendahuluan

Di era digital saat ini, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam penyebaran ajaran agama Islam. Transformasi ini mendorong dakwah untuk menyesuaikan diri dengan media digital yang berkembang pesat, mulai dari platform media sosial seperti Twitter, Instagram, Facebook, YouTube, hingga aplikasi pesan instan seperti WhatsApp dan Telegram. Perubahan ini bukan hanya memperluas jangkauan dakwah, tetapi juga menghadirkan tantangan baru bagi para dai dan komunitas Islam untuk menyampaikan pesan yang relevan, kreatif, dan etis (Ulyan, 2023; Nuriana & Salwa, 2024).

Dalam konteks global, penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial sebagai sarana penyebaran pesan agama dapat meningkatkan interaksi antara pengirim pesan dan audiens secara real-time, memungkinkan pesan dakwah diterima oleh kelompok yang lebih luas dan heterogen (Abokhodair, Elmadany, & Magdy, 2020). Namun, eksposur ini juga menghadirkan risiko konten yang salah kaprah, penyalahgunaan informasi, serta tantangan dalam menjaga moderasi dan kesesuaian pesan dengan prinsip-prinsip Islam (Dinia, 2024; Sukayat, 2023). Oleh karena itu, diperlukan strategi dakwah yang adaptif, kreatif, dan berbasis etika, sehingga pesan yang disampaikan tidak hanya efektif, tetapi juga berdampak positif bagi masyarakat.

Perubahan pola komunikasi dakwah juga ditandai dengan pergeseran dari metode konvensional ke digital. Studi nasional menunjukkan bahwa integrasi teknologi dalam dakwah, khususnya pemanfaatan konten multimedia, dapat meningkatkan efektivitas penyampaian pesan Islami (Hasanah, 2024; Gunawan, Gunawan, Kartika, & Anggraeni, 2025). Multimedia seperti video, infografis, animasi, dan audio memungkinkan audiens, terutama generasi muda, untuk menerima pesan dengan cara yang lebih menarik dan interaktif. Generasi muda yang akrab dengan teknologi digital cenderung lebih responsif terhadap visualisasi pesan, sehingga penggunaan konten multimedia menjadi salah satu strategi utama dalam dakwah modern (Abana, 2025; Zulkifli, 2023).

Selain itu, literatur internasional menyoroti pentingnya pemahaman terhadap algoritma media sosial dan interaksi digital dalam strategi dakwah. Algoritma platform menentukan visibilitas konten, sehingga konten yang kreatif dan strategis akan lebih mudah diterima dan disebar (Nuriana & Salwa, 2024). Oleh karena itu, penyusunan konten dakwah tidak hanya sekadar kreatif secara visual, tetapi juga memperhatikan strategi digital, termasuk waktu posting, hashtag, judul yang menarik, dan kualitas pesan. Praktik ini menunjukkan bahwa dakwah digital bukan sekadar penyampaian pesan, tetapi juga memerlukan pemahaman komunikasi modern dan literasi digital (Hidayat & Nuri, 2024).

Kebaruan dari kegiatan ini terletak pada pendekatan workshop kreatif, yang tidak hanya memberikan teori tetapi juga melibatkan peserta dalam praktik langsung pembuatan konten multimedia Islami. Peserta diajak untuk menghasilkan konten dakwah yang kreatif dan etis, sekaligus memahami strategi digital yang tepat untuk penyebaran pesan (Sukayat, 2023; Dinia, 2024). Pendekatan ini menggabungkan teori dan praktik, sehingga peserta memperoleh keterampilan nyata dalam memproduksi konten yang relevan dan berdampak, sekaligus meningkatkan literasi digital dan kemampuan komunikasi multimedia (Hasanah, 2024; Dewi & Hidayat, 2024; Al Giffari, 2025).

Selain aspek kreatif, workshop ini juga menekankan etika dakwah digital. Salah satu tantangan utama dakwah melalui media digital adalah memastikan konten tetap akurat, tidak menyesatkan, dan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Studi menunjukkan bahwa dakwah digital yang dilakukan tanpa pertimbangan etika dapat menimbulkan misinformasi dan konten provokatif yang dapat memecah belah masyarakat (Sukayat, 2023; Dinia, 2024). Oleh karena itu, workshop ini menekankan pembelajaran tentang prinsip etika, penyaringan konten, serta cara menghadapi interaksi audiens secara santun dan moderat, sehingga pesan dakwah tidak hanya menyasar kuantitas audiens tetapi juga kualitas pemahaman dan sikap (Dewi & Hidayat, 2024; Nadia & Rifa'i, 2025).

Penggunaan kecerdasan buatan (AI) dalam pembuatan konten dakwah juga menjadi aspek inovatif dalam workshop ini. AI dapat digunakan untuk membantu analisis tren, menghasilkan konten kreatif, hingga interaksi dengan audiens secara personal (Dewi & Hidayat, 2024; Al Giffari, 2025; Ridwan, 2023). Namun, penting untuk menekankan bahwa AI hanya sebagai alat pendukung; pesan dakwah tetap harus dikelola secara manusiawi dan sesuai prinsip keislaman agar tetap autentik dan memiliki nilai edukatif serta moral (Nadia & Rifa'i, 2025). Dengan demikian, peserta workshop diharapkan mampu memadukan kreativitas manusia dengan kecanggihan teknologi untuk menghasilkan konten yang menarik dan bertanggung jawab.

Selain aspek teknis, kegiatan ini juga menekankan pemberdayaan komunitas dan generasi muda. Generasi muda merupakan kelompok yang paling responsif terhadap teknologi digital, tetapi mereka juga memerlukan panduan dalam memanfaatkan teknologi untuk hal-hal positif, termasuk dakwah Islami (Abana, 2025; Zulkifli, 2023). Workshop ini memberikan pengalaman praktis bagi peserta, sehingga mereka tidak hanya menjadi konsumen konten, tetapi juga produsen konten dakwah yang kreatif, etis, dan efektif. Pemberdayaan ini juga membentuk jejaring komunitas digital yang mampu saling mendukung dalam penyebaran pesan Islami (Gunawan et al., 2025; Hasanah, 2024).

Rumusan masalah yang hendak diselesaikan melalui workshop ini antara lain: (1) bagaimana memfasilitasi peserta untuk menghasilkan konten multimedia dakwah yang kreatif, etis, dan menarik, (2) bagaimana memanfaatkan teknologi digital dan media sosial

untuk penyebaran pesan Islami secara optimal, dan (3) bagaimana meningkatkan literasi digital dan keterampilan kreatif peserta sehingga mampu merancang konten dakwah yang relevan dan berdampak (Hidayat & Nuri, 2024; UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 2024). Pertanyaan-pertanyaan ini menjadi dasar perencanaan kegiatan, materi, dan evaluasi workshop.

Secara praktis, workshop ini juga menekankan pembelajaran berbasis proyek (*project-based learning*), di mana peserta langsung menghasilkan konten yang siap dipublikasikan. Pendekatan ini berbeda dengan metode ceramah atau diskusi semata, karena memungkinkan peserta untuk mengalami proses kreatif dari awal hingga akhir, mulai dari ide, perancangan, produksi, hingga evaluasi konten (Hasanah, 2024; Dewi & Hidayat, 2024). Dengan metode ini, peserta tidak hanya memahami konsep dakwah digital, tetapi juga memperoleh kemampuan teknis yang langsung dapat diterapkan dalam konteks komunitas mereka masing-masing.

Kegiatan ini juga menekankan kreativitas dan inovasi dalam pembuatan konten dakwah. Studi literatur menunjukkan bahwa konten yang kreatif dan interaktif lebih mudah diterima oleh audiens, khususnya generasi muda, dan mampu meningkatkan *engagement* atau keterlibatan audiens dalam proses dakwah (Abokhodair et al., 2020; Nuriana & Salwa, 2024). Kreativitas ini meliputi penggunaan visualisasi, *storytelling*, animasi, audio, dan elemen interaktif lain yang relevan dengan pesan Islami. Dengan demikian, workshop ini tidak hanya berfokus pada produksi konten semata, tetapi juga membangun kemampuan peserta untuk berpikir kritis dan kreatif dalam menyampaikan pesan keagamaan.

Secara keseluruhan, kegiatan ini memiliki tiga keunggulan utama: (1) pendekatan praktis berbasis proyek sehingga peserta langsung memproduksi konten dakwah kreatif, (2) integrasi prinsip etika dan moderasi dalam penyampaian pesan Islami, dan (3) pemberdayaan generasi muda serta komunitas lokal untuk menjadi produsen konten dakwah digital yang inovatif dan bertanggung jawab (Sukayat, 2023; Dinia, 2024; Gunawan et al., 2025). Kebaruan ini menjadi nilai tambah bagi kegiatan pengabdian masyarakat, karena mampu menjawab tantangan dakwah digital di era modern serta membekali peserta dengan keterampilan yang relevan dengan kebutuhan zaman.

Dengan demikian, workshop kreatif dakwah melalui konten multimedia Islami tidak hanya memberikan teori dan wawasan, tetapi juga memberikan pengalaman nyata dalam membuat konten, menerapkan strategi digital, dan menyebarkan pesan Islami secara efektif dan etis. Kegiatan ini diharapkan mampu membentuk peserta yang kompeten dalam mengelola dakwah digital, adaptif terhadap perkembangan teknologi, serta memiliki kesadaran etika yang tinggi dalam penyebaran pesan keagamaan di masyarakat luas (Hasanah, 2024; Dewi & Hidayat, 2024; Al Giffari, 2025; Nadia & Rifa'i, 2025).

2. Metode Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian masyarakat ini menggunakan pendekatan workshop kreatif berbasis praktik, dengan tahapan sebagai berikut:

- a. **Sosialisasi dan Pendaftaran Peserta**
 - o Target peserta adalah mahasiswa, pemuda, guru, dan komunitas dakwah lokal.
 - o Sosialisasi dilakukan melalui media sosial, website komunitas, dan lembaga pendidikan setempat.
- b. **Pembukaan dan Pengenalan Materi**
 - o Materi awal meliputi teori dakwah digital, etika komunikasi keagamaan, dan tren konten multimedia Islami (Ulyan, 2023; Sukayat, 2023; Hidayat & Nuri, 2024).
 - o Pemaparan mengenai penggunaan berbagai platform media sosial dan potensi audiensnya (Abana, 2025; Zulkifli, 2023).
- c. **Pelatihan Teknis Pembuatan Konten Multimedia**
 - o Peserta dibimbing dalam pembuatan video dakwah pendek, infografis Islami, animasi sederhana, dan konten audio (Hasanah, 2024; Gunawan et al., 2025).

- Diperkenalkan alat dan aplikasi digital yang mendukung kreativitas, termasuk software pengeditan video, desain grafis, dan AI untuk konten (Dewi & Hidayat, 2024; Al Giffari, 2025).
- d. **Simulasi dan Praktik Penerapan di Media Sosial**
 - Peserta melakukan simulasi posting dan evaluasi konten.
 - Diberikan penekanan pada etika digital, moderasi konten, serta pengelolaan interaksi audiens (Sukayat, 2023; Dinia, 2024).
- e. **Evaluasi dan Feedback**
 - Konten peserta dievaluasi oleh mentor dan peer review.
 - Peserta memperoleh masukan terkait kreativitas, daya tarik visual, kejelasan pesan, dan kesesuaian dengan nilai-nilai Islami (Hasanah, 2024; Nadia & Rifa'i, 2025).
- f. **Publikasi dan Peningkatan Kapasitas Lanjutan**
 - Hasil konten workshop diunggah ke platform publik atau komunitas online sebagai portfolio dakwah kreatif.
 - Workshop dapat diikuti dengan sesi lanjutan untuk pengembangan keterampilan multimedia lebih mendalam dan penerapan strategi media sosial (Kahfi et al., 2024; Ridwan, 2023).

Dengan metode ini, peserta tidak hanya memahami teori, tetapi juga memperoleh keterampilan praktis dalam menciptakan konten dakwah multimedia yang kreatif, etis, dan efektif. Kegiatan ini diharapkan dapat menumbuhkan kemampuan adaptasi terhadap perkembangan teknologi digital dan membangun jejaring komunitas dakwah yang aktif dan inovatif (Nuriana & Salwa, 2024; UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 2024).

3. Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan workshop kreatif dakwah melalui konten multimedia Islami memberikan sejumlah temuan yang signifikan terkait efektivitas strategi dakwah digital, kreativitas peserta, dan penerapan prinsip etika dalam penyebaran pesan Islami. Kegiatan ini dilaksanakan dalam beberapa tahap, mulai dari sosialisasi dan pendaftaran peserta, pembukaan dan pengenalan materi, pelatihan teknis pembuatan konten, simulasi penerapan di media sosial, evaluasi, hingga publikasi konten.

Partisipasi dan Profil Peserta

Workshop diikuti oleh 60 peserta yang terdiri dari mahasiswa, guru, pengajar pesantren, dan anggota komunitas dakwah lokal. Mayoritas peserta berusia 18-30 tahun, menunjukkan bahwa generasi muda merupakan kelompok yang paling responsif terhadap pendekatan dakwah digital berbasis multimedia (Abana, 2025; Zulkifli, 2023). Profil peserta ini sejalan dengan temuan Hasanah (2024) dan Gunawan et al. (2025) bahwa generasi muda memiliki kemampuan adaptasi yang tinggi terhadap teknologi digital dan lebih mudah menerima pesan dakwah berbasis visual dan audio.

Kehadiran peserta dari berbagai latar belakang pendidikan dan pengalaman dakwah menambah keragaman perspektif, sehingga diskusi dan praktik kreatif berlangsung dinamis. Peserta yang sebelumnya memiliki pengalaman terbatas dalam pembuatan konten digital, melalui workshop ini memperoleh wawasan baru tentang bagaimana menyusun pesan Islami secara menarik, kreatif, dan sesuai etika dakwah digital (Sukayat, 2023; Dewi & Hidayat, 2024).

Peningkatan Literasi Digital dan Kreativitas Dakwah

Hasil utama dari workshop adalah peningkatan literasi digital peserta, khususnya dalam memanfaatkan media sosial dan konten multimedia untuk dakwah. Peserta dilatih membuat video dakwah pendek, infografis Islami, animasi sederhana, dan konten audio yang edukatif. Praktik ini menekankan prinsip komunikasi yang efektif, pemahaman audiens, dan estetika visual yang menarik (Hasanah, 2024; Gunawan et al., 2025).

Peserta juga diajarkan penggunaan software pengeditan video, desain grafis, dan AI untuk konten kreatif. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa lebih dari 80% peserta mampu menghasilkan konten dakwah yang orisinal, komunikatif, dan menarik. Kegiatan ini menekankan pemahaman algoritma media sosial, sehingga konten tidak hanya kreatif secara visual tetapi juga strategis dalam hal jangkauan dan engagement (Nuriana & Salwa, 2024).

Literatur sebelumnya mendukung temuan ini. Misalnya, studi oleh Abokhodair, Elmadany, & Magdy (2020) menunjukkan bahwa konten yang menarik secara visual lebih mudah menyebar di media sosial. Selain itu, Kahfi, Mahmudi, & Arjuna (2024) menekankan pentingnya strategi digital dalam mengoptimalkan penyebaran pesan dakwah, sementara Hidayat & Nuri (2024) menekankan bahwa literasi digital adalah kunci sukses dakwah di era modern.

Integrasi Etika Dakwah Digital

Salah satu fokus penting workshop adalah penguatan prinsip etika dakwah digital. Peserta belajar menyaring konten, memastikan pesan akurat, menghindari provokasi, dan memoderasi komentar audiens. Hal ini relevan dengan temuan Sukayat (2023) dan Dinia (2024) bahwa etika komunikasi digital sangat penting agar pesan dakwah tidak disalahpahami atau disalahgunakan.

Dalam praktiknya, peserta diajarkan bagaimana membuat konten yang tetap autentik secara keislaman, kreatif secara visual, dan mudah dipahami audiens tanpa mengurangi nilai-nilai moral dan ajaran agama (Dewi & Hidayat, 2024; Nadia & Rifa'i, 2025). Hasil evaluasi menunjukkan bahwa peserta mampu menyeimbangkan kreativitas dan etika, menghasilkan konten yang menarik tetapi tetap sesuai prinsip moderasi Islam.

Pemanfaatan Kecerdasan Buatan (AI)

Workshop juga memperkenalkan AI sebagai alat bantu dalam produksi konten dakwah, seperti pembuatan storyboard otomatis, analisis tren media sosial, dan optimasi caption atau judul agar lebih menarik. Penggunaan AI memungkinkan peserta untuk mempercepat proses produksi konten dan menyesuaikan strategi penyebaran secara real-time (Dewi & Hidayat, 2024; Al Giffari, 2025; Ridwan, 2023).

Meski demikian, fasilitator menekankan bahwa AI hanya alat bantu; kreativitas dan pengelolaan pesan tetap berada di tangan manusia untuk menjaga keaslian dan kesesuaian ajaran Islam. Peserta belajar bagaimana memadukan teknologi dan kreativitas manusia agar konten dakwah tetap otentik, edukatif, dan berdampak (Nadia & Rifa'i, 2025).

Evaluasi Hasil Konten

Hasil konten peserta dievaluasi melalui beberapa indikator: kreativitas, kejelasan pesan, daya tarik visual, penggunaan media digital, dan kesesuaian dengan nilai Islami. Evaluasi dilakukan oleh fasilitator dan peer review antar peserta, sesuai prinsip pembelajaran kolaboratif. Temuan menunjukkan:

1. 85% konten memiliki kualitas visual yang baik, menarik, dan komunikatif.
2. 78% konten mematuhi prinsip etika dakwah digital, menghindari konten provokatif atau ambigu.
3. 70% konten menggunakan strategi digital yang efektif, termasuk pemilihan media, caption, hashtag, dan waktu posting.

Temuan ini sesuai dengan literatur yang menekankan bahwa konten multimedia yang dirancang dengan strategi digital dan prinsip etika dapat meningkatkan engagement dan pemahaman pesan dakwah (Gunawan et al., 2025; Hasanah, 2024; Hidayat & Nuri, 2024).

Diskusi

Hasil workshop menunjukkan bahwa pendekatan praktik langsung (hands-on) lebih efektif dibandingkan metode ceramah atau diskusi semata. Peserta yang langsung membuat konten lebih mampu memahami prinsip komunikasi digital, kreativitas visual, dan etika dakwah (Hasanah, 2024; Dewi & Hidayat, 2024). Pendekatan ini juga meningkatkan rasa

percaya diri peserta dalam menyebarkan pesan Islami melalui media digital, sekaligus menumbuhkan kemampuan berpikir kritis dan analisis audiens (Abokhodair et al., 2020; Nuriana & Salwa, 2024).

Selain itu, workshop ini berhasil memadukan berbagai sumber inspirasi dakwah digital dari tingkat nasional dan internasional. Contohnya, strategi dakwah digital di Nigeria memberikan perspektif praktis tentang keterlibatan generasi muda dalam penyebaran pesan Islami (Abana, 2025), sedangkan studi internasional terkait algoritma media sosial menunjukkan pentingnya desain konten yang strategis agar pesan lebih mudah diterima audiens (Zulkifli, 2023).

Aspek kebaruan workshop ini juga terletak pada integrasi AI dan multimedia kreatif, yang belum banyak diterapkan dalam kegiatan pengabdian masyarakat sebelumnya (Dewi & Hidayat, 2024; Al Giffari, 2025; Ridwan, 2023). Penggunaan AI memungkinkan peserta untuk memahami tren konten digital dan memproduksi konten dengan efisiensi tinggi, namun tetap menjaga kualitas pesan Islami.

Selain itu, hasil workshop memperlihatkan bahwa kombinasi kreativitas, etika, dan strategi digital menghasilkan konten dakwah yang tidak hanya menarik, tetapi juga berpotensi menyebar lebih luas dan meningkatkan pemahaman audiens. Hal ini sejalan dengan temuan Kahfi, Mahmudi, & Arjuna (2024) bahwa dakwah modern harus mengoptimalkan teknologi digital agar pesan dakwah relevan dan efektif.

Workshop ini juga menegaskan pentingnya pemberdayaan komunitas lokal dan generasi muda. Dengan memberikan keterampilan praktis dalam pembuatan konten, peserta menjadi lebih aktif dalam menyebarkan pesan Islami, membentuk jejaring dakwah digital, dan mengembangkan komunitas kreatif yang adaptif terhadap perkembangan teknologi (Gunawan et al., 2025; Hasanah, 2024). Pendekatan ini selaras dengan tujuan pengabdian masyarakat untuk memberdayakan peserta agar mampu menerapkan ilmu dan keterampilan dalam konteks nyata.

Dari perspektif akademik, workshop ini menjadi contoh konkret penerapan literatur dakwah digital dalam praktik. Studi Ulyan (2023), Nuriana & Salwa (2024), dan Sukayat (2023) menekankan pentingnya literasi digital, kreativitas, dan moderasi konten. Workshop ini mengkonfirmasi bahwa teori tersebut dapat diterapkan secara praktis melalui pendekatan berbasis proyek, pelatihan multimedia, dan integrasi strategi digital.

Selain itu, keberhasilan peserta dalam menghasilkan konten kreatif menunjukkan bahwa generasi muda dapat menjadi agen perubahan dalam dakwah digital. Mereka tidak hanya menjadi penerima pesan, tetapi juga produsen konten Islami yang kreatif dan bertanggung jawab. Hal ini penting mengingat tantangan penyebaran konten di era media sosial yang sangat dinamis dan kompetitif (Abokhodair et al., 2020; Abana, 2025; Zulkifli, 2023).

Implikasi dan Rekomendasi

Hasil workshop ini memiliki beberapa implikasi penting:

1. **Kreativitas sebagai kunci efektivitas dakwah digital:** Konten yang menarik secara visual dan naratif lebih mudah diterima audiens, meningkatkan engagement, dan memperluas jangkauan penyebaran pesan (Hasanah, 2024; Gunawan et al., 2025).
2. **Etika sebagai fondasi dakwah digital:** Peserta harus memahami prinsip moderasi, penyaringan konten, dan kesesuaian pesan Islami agar dakwah tetap autentik dan bertanggung jawab (Sukayat, 2023; Dinia, 2024).
3. **Integrasi AI dan multimedia:** Teknologi AI dapat mendukung produksi konten dan strategi digital, namun kreativitas dan pengelolaan pesan tetap harus berada di tangan manusia (Dewi & Hidayat, 2024; Al Giffari, 2025; Ridwan, 2023).
4. **Pemberdayaan komunitas dan generasi muda:** Workshop ini membekali peserta dengan keterampilan praktis untuk menjadi produsen konten dakwah kreatif, membangun jejaring komunitas digital, dan memfasilitasi penyebaran pesan Islami yang relevan (Gunawan et al., 2025; Hasanah, 2024).

Berdasarkan temuan ini, disarankan agar kegiatan sejenis dapat diperluas dan dijadikan program rutin pengabdian masyarakat. Integrasi praktik kreatif, literasi digital, etika dakwah, dan pemanfaatan teknologi akan memastikan keberlanjutan dan efektivitas dakwah digital di masa depan.

4. Kesimpulan

Workshop kreatif dakwah melalui konten multimedia Islami terbukti efektif dalam meningkatkan kemampuan peserta untuk memproduksi konten dakwah digital yang kreatif, menarik, dan sesuai prinsip Islami. Peserta memperoleh keterampilan teknis dalam membuat video, infografis, animasi, dan konten audio, sekaligus memahami strategi penyebaran pesan melalui media digital dan pemanfaatan teknologi untuk mendukung kreativitas.

Selain aspek teknis, workshop ini menekankan pentingnya etika dalam dakwah digital. Peserta belajar menyeimbangkan kreativitas dengan keakuratan pesan, moderasi konten, dan pengelolaan interaksi audiens sehingga konten yang dihasilkan komunikatif, menarik, dan berdampak positif bagi masyarakat.

Kegiatan ini juga memperkuat literasi digital dan kreativitas peserta, membangun jejaring komunitas dakwah yang adaptif terhadap perkembangan teknologi, dan memberdayakan generasi muda sebagai produsen konten Islami yang inovatif. Peserta tidak hanya menjadi penerima pesan, tetapi juga mampu menyebarkan pesan Islami secara kreatif dan bertanggung jawab.

Secara keseluruhan, workshop ini menjadi model pengabdian masyarakat yang inovatif dan praktis, memberikan pengalaman langsung dalam pembuatan konten, mengembangkan kreativitas, dan membekali peserta menjadi agen perubahan dalam dakwah digital. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa kombinasi praktik kreatif, literasi digital, dan etika dakwah mampu menciptakan konten Islami yang efektif, relevan, dan berdampak luas di era digital saat ini.

Daftar Pustaka

- Abana, A. (2025). Leveraging social media as avenues for da'wah among Muslim youths in Nigeria. *Islamic Communication Journal*, 10(1), n.p.
- Abokhodair, N., Elmadany, A., & Magdy, W. (2020). *Holy Tweets: Exploring the sharing of Quran on Twitter*. arXiv preprint. n.p. <https://doi.org/10.48550/arXiv.2008.08372>
- Al-Giffari, H. A. (2025). AI vs. human-led da'wah: A comparative rhetorical analysis. *Dinika: Jurnal Manajemen Dakwah / Komunikasi Islami*, n.p.
- Dewi, S. M., & Hidayat, M. (2024). Incorporating artificial intelligence for da'wah: Defining the state's role. *Jurnal Penelitian*, 21(2), 125–136. <https://doi.org/10.28918/jupe.v21i2.7685>
- Dinia, H. R. (2024). Social media as a platform of moderation in Islamic communication. n.p.
- Gunawan, A. R. G., Gunawan, S., Kartika, R. O., & Anggraeni, N. N. (2025). Analysis of digital technology on da'wah communication strategies in the modern era. *Al-Balagh: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 10(1), 33–64. <https://doi.org/10.22515/albalagh.v10i1.9963>
- Hasanah, R. (2024). Integration of technology in da'wah: Utilization of social media and multimedia content to improve accessibility and da'wah strategies of Gus Iqdam. *Indonesian Journal of Islamic Communication*, 7(1), 14–38. <https://doi.org/10.35719/ijic.v7i1.2144>
- Hidayat, Y. F., & Nuri, N. (2024). Transformation of da'wah methods in the social media era: A literature review on the digital da'wah approach. *IJoIS: Indonesian Journal of Islamic Studies*, 4(2), 67–76. <https://doi.org/10.59525/ijois.v4i2.493>
- Kahfi, A., Mahmudi, K. A., & Arjuna. (2024). Transformation of da'wah in the digital era: Modern strategies in optimizing technology-based da'wah management. *Jurnal Dakwah & Komunikasi (JDK)*, 9(2), 63–79. <https://doi.org/10.29240/jdk.v9i2.11611>

-
- Nadia, N., & Rifa'i, A. (2025). Islamic thought and da'wah transformation in the digital era. *Al-Ulum: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Keislaman*, 12(1), 62–72. <https://doi.org/10.31102/alulum.12.1.2025.62-72>
- Nuriana, Z. I., & Salwa, N. (2024). Digital da'wah in the age of algorithm: A narrative review of communication, moderation, and inclusion. *Sinergi International Journal of Islamic Studies*, 2(4), 242–256. <https://doi.org/10.61194/ijis.v2i4.706>
- Ridwan, A. R. (2023). Transformation of prophetic communication patterns in the era of artificial intelligence: Challenges and opportunities for Islamic preaching in Indonesia. *Al-Balagh: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, n.p.
- Sukayat, T. (2023). Da'wah communication in the contemporary era: Implementing da'wah ethics on social media. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 43(2), 375–390. <https://doi.org/10.21580/jid.v43.2.18465>
- UIN Sunan Gunung Djati Bandung, A. R. (2024). Dakwah dan digital culture: Membangun komunikasi dakwah di era digital. *Lanterana: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 1(1), 74–84. <https://doi.org/10.30999/lanterana.v1i1.2526>
- Ulyan, M. (2023). Digital da'wah and religious authority: A narrative review of Islamic preaching in the social media era. *Sinergi International Journal of Islamic Studies*, 1(3), 100–113. <https://doi.org/10.61194/ijis.v1i3.591>
- Zulkifli, Z. (2023). Islam in the digital era: Shaping the future of digital da'wah. *International Journal of Islamic Studies*, 8(3), n.p.