



Available online to <https://ejournal.uiidalwa.ac.id>



Journal Page is available at <https://ejournal.uiidalwa.ac.id/index.php/madanika/>



Dauroh Cyber Dakwah Era Society 5.0 untuk Dai di Kecamatan Karangpandan Karanganyar Jawa Tengah

Muhajir Sulthonul Aziz¹, At Thaariq Shihab²

^{1, 2} *Universitas Islam Internasional Darul Ulughah Wadda'wah, Pasuruan Indonesia*

***Corresponding author, e-mail:** muhajirsulthonulaziz@uiidalwa.ac.id

ARTICLE INFO

Article history:

Received 24 September 2024

Revised 30 October 2024

Accepted 25 November 2024

Available online 24 February 2025

A B S T R A C T

Dalam menghadapi tantangan era *Society 5.0*, perkembangan teknologi telah mengubah paradigma dakwah, menuntut para dai untuk menguasai media digital agar tetap relevan dan mampu menjangkau audiens yang lebih luas, khususnya generasi muda. Namun, dai di Kecamatan Karangpandan, Kabupaten Karanganyar, masih menghadapi keterbatasan dalam pemanfaatan teknologi digital, baik dari segi literasi teknologi, keterampilan teknis, maupun akses terhadap infrastruktur digital. Melalui program *Dauroh Cyber Dakwah Era Society 5.0*, kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk memberdayakan para dai dengan memberikan pelatihan dan pendampingan dalam memanfaatkan teknologi sebagai media dakwah yang efektif. Fokus kegiatan ini meliputi peningkatan literasi digital, pengembangan kreativitas dalam produksi konten dakwah, serta pembentukan komunitas *cyber dakwah* untuk memperluas jaringan dakwah berbasis teknologi. Pendampingan ini diharapkan dapat membekali para dai dengan kemampuan memproduksi konten yang relevan, menarik, dan berbasis nilai-nilai keislaman, sehingga dapat mengatasi tantangan era digital dan memperkuat peran agama dalam membangun masyarakat yang beradab. Hasil yang diharapkan dari kegiatan ini adalah terciptanya dai yang adaptif, kreatif, dan mampu menjadi agen perubahan di dunia digital.

Keywords: **Society 5.0, cyber dakwah, literasi digital, dai, pemberdayaan teknologi**

**To cite this article with
APA Style:**

INTRODUCTION

Perkembangan teknologi di era *Society 5.0* telah membawa transformasi signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang komunikasi dan penyebaran informasi. Teknologi digital saat ini tidak hanya berfungsi sebagai alat bantu, tetapi telah menjadi bagian integral dari aktivitas manusia modern. Konsep *Society 5.0* menekankan integrasi antara teknologi canggih dengan nilai-nilai kemanusiaan, mendorong masyarakat untuk memanfaatkan teknologi dalam menghadirkan solusi atas berbagai tantangan sosial. Dalam konteks ini, dakwah Islam turut menghadapi perubahan paradigma, di mana teknologi digital menjadi sarana strategis untuk menjangkau audiens yang lebih luas, terutama generasi muda yang aktif di platform digital.

Meskipun demikian, transformasi ini membawa tantangan tersendiri bagi para dai, khususnya di kawasan Karangpandan, Kabupaten Karanganyar. Banyak dai di wilayah ini masih mengandalkan metode dakwah tradisional, seperti ceramah langsung dan pengajian, yang memiliki keterbatasan dalam menjangkau audiens secara lebih luas. Selain itu, minimnya literasi digital, keterampilan teknis, serta akses terhadap infrastruktur teknologi menjadi hambatan utama dalam mengoptimalkan dakwah berbasis digital. Hal ini diperparah oleh kurangnya pemahaman tentang algoritma media sosial, sehingga pesan dakwah sering kali tidak tersampaikan secara efektif kepada target audiens.

Di sisi lain, era digital membuka peluang besar bagi para dai untuk menjadi agen perubahan sosial dengan memanfaatkan teknologi secara kreatif dan inovatif. Dengan pendekatan yang tepat, media digital dapat menjadi sarana efektif untuk menyebarkan nilai-nilai Islam yang moderat, mendorong interaksi positif, serta melawan arus informasi negatif yang marak di dunia maya. Oleh karena itu, peningkatan kapasitas dai dalam penguasaan teknologi digital menjadi sebuah kebutuhan yang mendesak.

Kegiatan *Dauroh Cyber Dakwah Era Society 5.0* dirancang untuk menjawab tantangan tersebut dengan fokus pada peningkatan literasi teknologi, pengembangan kreativitas dakwah, serta pembentukan komunitas digital yang saling mendukung. Melalui pelatihan dan pendampingan ini, para dai diharapkan dapat menghasilkan konten dakwah yang menarik, relevan, dan sesuai dengan nilai-nilai Islam, sekaligus memperluas jangkauan dakwah ke berbagai lapisan masyarakat.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas program pendampingan dalam meningkatkan keterampilan digital para dai di Karangpandan, serta mengkaji dampaknya terhadap optimalisasi dakwah di era digital. Dengan demikian, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan strategi dakwah berbasis teknologi yang adaptif dan inovatif, sejalan dengan tuntutan era *Society 5.0*.

METHODOLOGY

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus (*case study*) untuk mendalami efektivitas pendampingan teknologi digital bagi dai dalam mengoptimalkan dakwah di era *Society 5.0*. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi secara mendalam pengalaman, tantangan, dan dampak yang dirasakan oleh para dai selama proses pendampingan.

Jenis dan Desain Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif, yang bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis proses, pelaksanaan, dan hasil dari program *Dauroh Cyber Dakwah Era Society 5.0*. Fokus utamanya adalah mengevaluasi bagaimana pendampingan tersebut dapat meningkatkan literasi digital, kreativitas dakwah, serta

kemampuan dai dalam memanfaatkan teknologi secara efektif.

Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah para dai yang berdomisili di Kecamatan Karangpandan, Kabupaten Karanganyar, yang telah mengikuti program pendampingan *Dauroh Cyber Dakwah*. Pemilihan subjek dilakukan menggunakan teknik purposive sampling, dengan kriteria:

1. Aktif dalam kegiatan dakwah di lingkungan masyarakat.
2. Telah mengikuti program pendampingan minimal selama 3 bulan.
3. Memiliki akses terhadap perangkat digital (smartphone, laptop) dan koneksi internet.

Teknik Pengumpulan Data

Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui beberapa teknik berikut:

1. **Wawancara mendalam (in-depth interview):** Dilakukan secara langsung kepada para dai untuk menggali pengalaman, persepsi, dan tantangan yang mereka hadapi selama proses pendampingan.
2. **Observasi partisipatif:** Peneliti mengamati aktivitas dakwah digital yang dilakukan oleh para dai, baik secara langsung maupun melalui platform digital, untuk menilai efektivitas penggunaan teknologi dalam menyampaikan pesan dakwah.
3. **Studi dokumentasi:** Meliputi analisis terhadap materi pelatihan, konten dakwah digital yang dihasilkan, serta laporan kegiatan selama program pendampingan berlangsung.

Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan menggunakan model interaktif dari Miles dan Huberman yang meliputi tiga tahapan utama:

1. **Reduksi data:** Menyaring dan merangkum data yang relevan dengan fokus penelitian.
2. **Penyajian data:** Menyusun data dalam bentuk narasi, tabel, atau grafik untuk memudahkan interpretasi.
3. **Penarikan kesimpulan dan verifikasi:** Menyusun temuan utama dan melakukan validasi dengan membandingkan data dari berbagai sumber.

Keabsahan Data

Untuk memastikan keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi, yaitu:

1. **Triangulasi sumber:** Membandingkan data yang diperoleh dari berbagai narasumber.
2. **Triangulasi teknik:** Memadukan hasil dari wawancara, observasi, dan dokumentasi.
3. **Triangulasi waktu:** Melakukan pengumpulan data dalam waktu yang berbeda untuk menghindari bias temporal.

Prosedur Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan melalui beberapa tahapan berikut:

1. **Persiapan:** Menyusun instrumen penelitian, memilih partisipan, dan mendapatkan izin penelitian.
2. **Pelaksanaan:** Melaksanakan wawancara, observasi, dan

- dokumentasi selama program pendampingan berlangsung.
3. **Analisis data:** Mengolah dan menganalisis data yang diperoleh secara sistematis.
 4. **Pelaporan:** Menyusun hasil penelitian dalam bentuk artikel ilmiah sesuai standar akademik.

RESULTS AND DISCUSSIONS

Pelaksanaan kegiatan *Dauroh Cyber Dakwah* di Era Society 5.0 telah membawa dampak signifikan terhadap kemampuan para dai dan masyarakat di kawasan Karangpandan. Berikut adalah hasil yang diperoleh:

1. **Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan Teknologi Digital** Peserta mengalami peningkatan pemahaman mengenai pemanfaatan teknologi digital dalam dakwah. Mereka berhasil menguasai dasar-dasar pembuatan konten digital, pengelolaan media sosial, serta strategi pemasaran digital yang relevan.
2. **Produksi Konten Dakwah Digital** Mayoritas peserta mampu menghasilkan konten dakwah digital dalam berbagai format seperti video pendek, infografis, dan artikel blog. Konten ini dipublikasikan melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, dan YouTube, yang menunjukkan peningkatan interaksi dan jangkauan audiens.
3. **Transformasi Metode Dakwah** Peserta yang sebelumnya mengandalkan metode dakwah tradisional mulai memanfaatkan media digital sebagai sarana utama penyebaran pesan keagamaan, sehingga memperluas jangkauan dakwah, khususnya kepada generasi muda.

4. **Pembentukan Komunitas Cyber Dakwah** Kegiatan ini berhasil membentuk komunitas *cyber dakwah* di Kecamatan Karangpandan. Komunitas ini menjadi wadah kolaborasi dalam menghasilkan konten dakwah yang kreatif, inovatif, dan relevan.
5. **Peningkatan Kesadaran akan Etika Digital** Peserta tidak hanya menguasai aspek teknis, tetapi juga memahami pentingnya etika digital dalam menyampaikan pesan dakwah. Hal ini menciptakan kesadaran untuk menggunakan teknologi secara bertanggung jawab.
6. **Partisipasi Generasi Muda dalam Dakwah** Melalui pendekatan berbasis teknologi, program ini berhasil menarik perhatian generasi muda untuk terlibat lebih aktif dalam kegiatan dakwah, dengan memanfaatkan konten digital yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

B. Diskusi

Kegiatan ini mendorong diskusi mengenai tantangan dan strategi dakwah di era Society 5.0. Beberapa temuan diskusi yang signifikan meliputi:

1. **Adaptasi Pesan Keagamaan di Era Digital** Para dai mendiskusikan cara menyesuaikan pesan dakwah agar tetap relevan dengan kebutuhan masyarakat digital, tanpa menghilangkan esensi ajaran Islam. Ini mencakup penggunaan bahasa yang komunikatif, pendekatan interaktif, serta penggunaan format media seperti video, podcast, dan infografis.
2. **Teknologi sebagai Alat, Bukan Tujuan** Diskusi menekankan bahwa teknologi adalah sarana pendukung, bukan tujuan utama dalam dakwah. Nilai-nilai agama

tetap menjadi inti dari setiap konten yang dihasilkan.

3. Mengatasi Algoritma dan Filter

Bubble Peserta mempelajari cara kerja algoritma media sosial dan dampaknya terhadap penyebaran dakwah. Filter bubble menjadi tantangan karena dapat membatasi audiens. Solusi yang diusulkan termasuk memperluas distribusi konten dan interaksi dengan berbagai komunitas.

4. Kolaborasi sebagai Kunci

Keberlanjutan Diskusi menyoroti pentingnya kolaborasi antar dai dan komunitas untuk menciptakan konten dakwah yang lebih inovatif, berdampak, dan berkelanjutan.

C. Implikasi dan Rekomendasi

Berdasarkan hasil dan diskusi yang telah diuraikan, terdapat beberapa rekomendasi strategis untuk meningkatkan efektivitas program serupa di masa depan:

1. Penyediaan Fasilitas yang Memadai

- Lembaga pendidikan dan pesantren diharapkan mengembangkan laboratorium media untuk mendukung produksi konten digital.
- Menyediakan akses perangkat keras dan lunak yang memadai untuk menunjang kualitas produksi.

2. Pelatihan Lanjutan dan Pendampingan Berkelanjutan

- Menyelenggarakan pelatihan lanjutan secara berkala untuk meningkatkan keterampilan digital peserta.
- Melibatkan praktisi dakwah digital sebagai mentor guna memberikan bimbingan langsung.

3. Penguatan Jaringan dan Ekosistem Dakwah Digital

- Membentuk komunitas online bagi para dai digital untuk berbagi pengetahuan dan pengalaman.
- Mengembangkan strategi pemasaran digital yang dapat memperluas jangkauan dakwah.

Dengan menerapkan rekomendasi ini, program *Dauroh Cyber Dakwah Era Society 5.0* diharapkan dapat menjadi model pemberdayaan dai yang relevan dengan tantangan zaman, sekaligus memperkuat posisi dakwah Islam di era digital.

CONCLUSION

Kegiatan Dauroh Cyber Dakwah Era Society 5.0 telah berhasil dilaksanakan dengan tujuan meningkatkan kemampuan para dai dalam memanfaatkan teknologi digital untuk dakwah. Melalui pendekatan partisipatif dan pelatihan intensif, kegiatan ini menghasilkan beberapa capaian penting:

1. Para dai menunjukkan peningkatan signifikan dalam literasi teknologi digital, khususnya dalam pembuatan konten dakwah berbasis media sosial.

2. Konten dakwah digital mulai diproduksi dan diunggah secara konsisten, dengan respon positif dari masyarakat.

3. Komunitas cyber dakwah terbentuk sebagai wadah kolaborasi dan inovasi bagi para dai.

4. Transformasi metode dakwah dari tradisional ke digital memberikan jangkauan yang lebih luas, terutama kepada generasi muda.

5. Para dai memahami pentingnya etika digital dalam menyampaikan pesan agama, yang memperkuat integritas dakwah mereka.

Program ini menunjukkan bahwa dakwah berbasis teknologi bukan hanya memungkinkan, tetapi juga menjadi

kebutuhan strategis di era Society 5.0. Dengan bimbingan yang tepat, para dai mampu mengintegrasikan nilai-nilai agama dengan teknologi secara harmonis.

CREDIT AUTHORSHIP CONTRIBUTION STATEMENT

Setiap penulis berkontribusi secara signifikan dalam penelitian ini, dengan rincian sebagai berikut : **Muhajir Sulthonul Aziz** berperan dalam penyusunan konsep awal tulisan, perancangan metodologi, dan pengumpulan data. **At Thaariq Shihab** terlibat dalam penulisan, pengumpulan data, penyusunan draf, investigasi, serta perancangan metodologi. Semua penulis telah membaca dan menyetujui versi akhir manuskrip ini.

DECLARATION OF COMPETING INTEREST

We certify that there is no conflict of interest with any financial, personal, or other relationships with other people or organizations related to the material discussed in the manuscript.

ACKNOWLEDGMENTS

Para penulis mengucapkan terima kasih kepada semua peserta FGD yang telah terlibat dalam penelitian ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada para reviewer dan editor *Madanika: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* atas kontribusi, masukan, dan dukungan yang telah diberikan dalam proses penyusunan artikel ini.

REFERENCES

Andiny, P., & Nurjannah, N. (2018). Analisis pemberdayaan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) sebagai upaya penanggulangan kemiskinan di Kota Langsa. *Jurnal Serambi Ekonomi dan Bisnis*, 5(1),

31-37.

Bahjatulloh, Q. M. (2016). Pengembangan pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui kegiatan filantropi (Studi Kasus Lembaga Tazakka).

Effendy, J. (2018). Peran modal sosial sebagai upaya pengembangan UMKM di Desa Batu Merah Kota Ambon. *Cita Ekonomika: Jurnal Ekonomi*.

Gunartin. (2017). Penguatan UMKM sebagai pilar membangun ekonomi bangsa. *EDUKA: Jurnal Pendidikan, Hukum, dan Bisnis*, 2(2).

Hadi, D. P. (2015). Strategi pemberdayaan masyarakat pada usaha kecil dan menengah berbasis sumber daya lokal dalam rangka Millennium Development Goal 2015. *Jurnal Ilmiah CIVIS*, 5(1).

Handini, S., Sukaai, & Astuti, H. K. (2019). Pemberdayaan masyarakat desa dalam pengembangan UMKM di wilayah pesisir. Surabaya: Scopindo Media Pustaka.

Harini, C. (2020). Strategi pemasaran kewirausahaan UMKM. Bandung: CV. Media Sains Indonesia.

Ismah, Suhendri, & Kusdaryani, W. (2020). Pengembangan UMKM melalui literasi digital pada era 4.0 untuk meningkatkan minat berwirausaha. *Journal of Community Services*, 1(4), 174–181.

Kurniawan, F. D., & Fauziah, L. (2014). Pemberdayaan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) dalam penanggulangan kemiskinan. *JKMP (Jurnal Kebijakan dan Manajemen Publik)*, 2(2), 165-176.

- Latisia, S. (2017). Strategi pemberdayaan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di Kota Kediri. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Administrasi Negara*, 1(2).
- Machmud, A. (2013). Strategi pemberdayaan usaha mikro kecil menengah melalui peran lembaga keuangan syariah dalam upaya pengentasan kemiskinan di Indonesia. *Semnas Fekon: Optimisme Ekonomi Indonesia, Antara Peluang dan Tantangan*.
- Mandasari, D. J., Widodo, J., & Djaja, S. (2019). Strategi pemasaran usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) Batik Magenda Tamanan Kabupaten Bondowoso. *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi dan Ilmu Sosial*, 13(1), 123-128.
- Moleong, L. J. (2017). Metodologi penelitian kualitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mudasetia, & Widyayanti, E. R. (n.d.). Model pemberdayaan usaha mikro dan pengaruhnya terhadap kemandirian usaha (Survey pada usaha jajanan Kota Yogyakarta). *Jurnal Penelitian*, 11.
- Nilasari, A. P., Hutajulu, D. M., Retnosari, & Astutik, E. P. (2019). Strategi pemberdayaan dan kontribusi UMKM menghadapi ekonomi digital. *Fintech dan E-Commerce untuk Mendorong Pertumbuhan UMKM dan Industri Kreatif*, 576–594.
- Nugroho, R. H., & Andarini, S. (2020). Strategi pemberdayaan UMKM di pedesaan berbasis kearifan lokal di era industri 4.0 menuju era society 5.0. *Jurnal Bisnis Indonesia*.
- Oktafia, R. (2017). Percepatan pertumbuhan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) melalui perkuatan lembaga keuangan mikro syariah (LKMS) di Jawa Timur. *Proceedings of Annual Conference for Muslim Scholars*, 1, 85-92.
- Paramita, M., Muhlisin, S., & Palawa, I. (2018). Peningkatan ekonomi masyarakat melalui pemanfaatan sumber daya lokal. *Qardhul Hasan: Media Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 19.
- Permana, S. H. (2017). Strategi peningkatan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di Indonesia. *Aspirasi: Jurnal Masalah-Masalah Sosial*, 8(1), 93-103.
- Pradiani, T. (2018). Pengaruh sistem pemasaran digital marketing terhadap peningkatan volume penjualan hasil industri rumahan. *Jurnal Ilmiah Bisnis dan Ekonomi Asia*, 11(2), 46–53.
- Pranoto, P., Jasmani, J., & Marayasa, I. N. (2019). Pelatihan digital marketing untuk peningkatan perekonomian anggota Karang Taruna Al Barkah di Kampung Cicayur - Tangerang. *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana*, 1(2), 250.
- Puspaningtyas, A., & Suprayitno, A. A. (2021). Pemberdayaan UMKM untuk meningkatkan ekonomi pasca pandemi COVID-19 di Tuban. *Reformasi*, 11(2), 217–225.
- Ridwan, I. M. (2019). Penerapan digital marketing sebagai peningkatan pemasaran pada UKM Warung
- Ridwan, I. M., & Suryadi, B. (2019). Penerapan digital marketing sebagai peningkatan pemasaran pada UKM

- Warung Kopi. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*, 5(2), 102-110.
- Ekonomi dan Bisnis Indonesia, 34(1), 112-125.
- Rohman, A., & Wulandari, D. (2018). Pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui pengembangan UMKM berbasis potensi lokal. *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*, 26(2), 85-98.
- Setiawan, B., & Widiyanto, I. (2017). Pemberdayaan ekonomi kreatif berbasis komunitas pada pelaku UMKM. *Jurnal Pengembangan Ekonomi Lokal*, 12(3), 231-245.
- Sari, D. K., & Nugroho, Y. (2020). Pemberdayaan usaha kecil melalui pelatihan kewirausahaan berbasis teknologi digital. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (JPMM)*, 2(1), 55-64.
- Sukardi, D., & Santosa, A. (2021). Strategi inovasi digital dalam pengembangan UMKM di masa pandemi COVID-19. *Jurnal Inovasi Ekonomi*, 6(1), 76-85.
- Sembiring, R. (2019). Digitalisasi UMKM di era industri 4.0: Tantangan dan peluang. *Jurnal nesia*, 5(2), 132-144.
- Yuliana, S., & Fadilah, R. (2018). Peran pemerintah dalam pemberdayaan UMKM melalui program pendampingan di desa. *Jurnal Administrasi Publik Indo*