



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



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



Pelatihan Pembuatan Konten Video Dakwah untuk Komunitas Remaja Desa

M. Nashoihul Ibad¹, Muhammad Taufikurahman²

^{1, 2} Universitas Islam Internasional Darullughah Wadda'wah, Pasuruan Indonesia

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

ARTICLE INFO

Article history:

Received 24 September 2024

Revised 30 October 2024

Accepted 25 November 2024

Available online 24 February 2025

Keywords: pelatihan, dakwah digital, pemberdayaan remaja, teknologi digital

To cite this article with APA Style:

ABSTRACT

Program Kreativitas Mahasiswa (PKM) ini bertujuan untuk memberdayakan generasi muda Desa Sumberrejo melalui *Pelatihan Pembuatan Konten Video Dakwah* yang berbasis teknologi digital. Kegiatan ini dirancang untuk meningkatkan keterampilan teknis remaja desa dalam produksi konten digital yang kreatif dan relevan dengan nilai-nilai Islam moderat. Selain itu, program ini bertujuan memperkuat pemahaman peserta mengenai peran strategis media digital dalam menyampaikan pesan dakwah yang konstruktif dan damai. Metode pelatihan meliputi sesi teori, praktik pembuatan konten, serta evaluasi hasil karya peserta. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam kemampuan teknis peserta, terutama dalam aspek pembuatan video, pengelolaan media sosial, dan pemahaman etika dakwah digital. Selain itu, program ini berhasil mendorong partisipasi aktif remaja dalam menyebarkan pesan dakwah melalui platform digital. Dampak positif lainnya adalah terbentuknya komunitas kreator dakwah yang dapat menjadi wadah kolaborasi dan berbagi ide antaranggota. Temuan ini menunjukkan bahwa pelatihan berbasis teknologi dapat menjadi strategi efektif dalam memperkuat peran generasi muda dalam dakwah digital. Ke depannya, program serupa diharapkan dapat dikembangkan secara berkelanjutan dengan dukungan fasilitas yang memadai dan bimbingan berkelanjutan.

INTRODUCTION

Perkembangan teknologi digital dan media sosial telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam penyebaran dakwah Islam. Di era digital ini, media sosial menjadi salah satu sarana utama dalam menyampaikan pesan keagamaan, menggantikan metode konvensional yang terbatas pada interaksi tatap muka. Remaja desa, sebagai generasi yang paling akrab dengan teknologi, memiliki potensi besar untuk menjadi agen perubahan dalam menyebarkan nilai-nilai Islam yang moderat dan konstruktif. Namun, potensi ini sering kali belum dimanfaatkan secara maksimal, terutama di wilayah yang memiliki keterbatasan akses terhadap pendidikan dan pelatihan digital.

Di Kabupaten Pasuruan, khususnya di Desa Sumberrejo, banyak remaja yang sudah familiar dengan penggunaan media sosial seperti WhatsApp, Instagram, dan Facebook. Sayangnya, penggunaan platform ini masih dominan untuk hiburan atau interaksi sosial, tanpa dimanfaatkan untuk kegiatan yang lebih produktif seperti dakwah digital. Rendahnya pemahaman mengenai potensi besar media digital sebagai sarana dakwah menyebabkan kurangnya inisiatif untuk menciptakan konten yang edukatif dan bermanfaat. Kondisi ini menunjukkan adanya kebutuhan mendesak untuk memberdayakan remaja desa melalui peningkatan keterampilan digital yang dapat membantu mereka berkontribusi secara positif di masyarakat.

Selain itu, minimnya akses terhadap pelatihan digital dan kurangnya dukungan infrastruktur teknologi menjadi hambatan utama bagi para remaja untuk mengasah potensi mereka. Padahal, dengan bimbingan yang tepat, para remaja dapat memanfaatkan teknologi untuk menjadi pelopor perubahan sosial yang mampu membawa dampak positif bagi komunitas mereka. Pemberdayaan remaja dalam bidang dakwah digital bukan hanya menjadi sarana untuk menyampaikan pesan keagamaan, tetapi juga menjadi wadah untuk membangun karakter,

keaktivitas, dan keterampilan yang relevan di era globalisasi.

Melalui Program Kreativitas Mahasiswa (PKM) ini, dilakukan pelatihan pembuatan konten video dakwah yang bertujuan membekali remaja desa dengan keterampilan teknis dan pemahaman tentang pentingnya media sosial dalam menyebarkan pesan keagamaan yang relevan dengan generasi muda. Dengan memanfaatkan platform seperti YouTube, Instagram, dan TikTok, diharapkan para peserta dapat menghasilkan konten yang menarik, informatif, dan sesuai dengan nilai-nilai Islam yang moderat. Pelatihan ini akan mencakup berbagai aspek, mulai dari penulisan naskah, teknik pengambilan gambar, hingga editing video yang profesional.

Program ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan kemampuan teknis peserta, tetapi juga mendorong mereka untuk menjadi pelopor dakwah digital yang mampu menghadirkan konten positif sebagai alternatif dari dominasi informasi yang kurang bermanfaat di media sosial. Selain itu, pelatihan ini diharapkan dapat memperkuat rasa tanggung jawab sosial di kalangan remaja, memotivasi mereka untuk berkontribusi secara aktif dalam membangun komunitas yang lebih religius, berwawasan, dan inklusif.

Dengan demikian, pelatihan ini menjadi langkah awal dalam memberdayakan remaja desa agar dapat menghadapi tantangan di era digital serta berperan aktif dalam membangun masyarakat yang lebih berilmu dan religius. Diharapkan, keberhasilan program ini dapat menjadi contoh bagi desa-desa lain dalam mengoptimalkan potensi remaja untuk kegiatan dakwah yang inovatif dan inspiratif di era digital.

METHODOLOGY

Strategi yang digunakan dalam Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah **pendekatan partisipatif**, yang menekankan keterlibatan aktif para remaja dalam seluruh

proses pelaksanaan program. Mulai dari tahap perencanaan, pembuatan konsep, pengambilan gambar, hingga proses pengeditan video, peserta dilibatkan secara langsung untuk meningkatkan rasa kepemilikan dan tanggung jawab terhadap hasil karya mereka.

Selain fokus pada aspek teknis pembuatan konten, program ini juga mengintegrasikan **pengenalan teori komunikasi dakwah** yang disesuaikan dengan kebutuhan dan karakteristik audiens muda di desa. Pendekatan ini bertujuan untuk membekali peserta tidak hanya dengan keterampilan teknis, tetapi juga pemahaman mendalam tentang nilai-nilai Islam yang moderat, relevan dengan tantangan zaman, dan dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.

B. Langkah-langkah dalam Pengabdian Kepada Masyarakat

- 1. Sosialisasi dan Persiapan**
Kegiatan dimulai dengan sosialisasi kepada remaja desa dan tokoh masyarakat mengenai tujuan, manfaat, dan urgensi program pelatihan. Sosialisasi ini juga mencakup penjelasan teknis mengenai tahapan pelatihan yang akan dilaksanakan. Pada tahap ini, peserta dibagi ke dalam beberapa kelompok kecil untuk memudahkan proses bimbingan dan meningkatkan kolaborasi antarpeserta.
- 2. Pelatihan Dasar Pembuatan Video**
Peserta diberikan materi dasar pembuatan video yang meliputi:
 - o **Teknik pengambilan gambar** menggunakan smartphone, termasuk pencahayaan, komposisi, dan pengaturan suara.

- o **Pengeditan video sederhana** menggunakan aplikasi yang mudah diakses, seperti CapCut atau InShot, agar peserta dapat menghasilkan konten yang menarik secara visual dan audio.

3. Penyusunan Materi Dakwah Pelatihan ini bertujuan membantu peserta memahami cara:

- o Menyusun materi dakwah yang sesuai dengan kebutuhan dan minat audiens muda.
- o Membuat pesan dakwah yang informatif, inspiratif, dan relevan dengan kehidupan sehari-hari.
- o Menyampaikan pesan dakwah dengan gaya yang kreatif, menarik, dan tetap mengacu pada nilai-nilai Islam yang moderat.

4. Praktik Pembuatan Konten Video

Setiap kelompok diminta untuk membuat konten video dakwah dengan tema yang telah ditentukan. Selama proses ini, peserta didampingi oleh fasilitator untuk memberikan arahan teknis dan kreatif. Setelah pembuatan video, dilakukan sesi diskusi kelompok untuk memberikan evaluasi, masukan, dan saran guna meningkatkan kualitas konten yang dihasilkan.

5. Pengelolaan dan Penyebaran Konten

- Peserta diberikan pelatihan mengenai:
- o Cara mengunggah video ke berbagai platform

media sosial seperti YouTube, Instagram, dan TikTok.

- o Teknik pengelolaan akun media sosial yang efektif untuk membangun audiens, seperti mengatur jadwal unggahan, membuat caption yang menarik, serta menggunakan hashtag yang relevan.
- o Strategi membangun interaksi dengan audiens, termasuk membalas komentar dan memotivasi partisipasi aktif dalam diskusi.

C. Pemilihan Subjek Dampungan

Subjek Pengabdian Kepada Masyarakat dipilih dengan kriteria sebagai berikut:

- Remaja yang aktif menggunakan media sosial secara rutin.
- Memiliki ketertarikan terhadap dunia dakwah dan komunikasi digital.
- Bersedia mengikuti seluruh rangkaian pelatihan dengan komitmen penuh.

Proses seleksi dilakukan melalui kerja sama dengan tokoh masyarakat desa, seperti kepala desa, pengurus masjid, atau pengurus karang taruna, untuk memastikan peserta yang terpilih memiliki motivasi yang tinggi. Selain itu, dilakukan musyawarah dengan para remaja untuk menggali minat dan kesiapan mereka dalam mengikuti program.

RESULTS AND DISCUSSIONS

A. Dampak Perubahan

Pelaksanaan pelatihan pembuatan konten video dakwah di Desa Sumberrejo,

Kecamatan Pasuruan, telah memberikan dampak positif yang signifikan terhadap para peserta, baik dalam hal keterampilan teknis maupun pemahaman keagamaan mereka. Beberapa dampak perubahan yang dapat dilihat antara lain:

1. Peningkatan Keterampilan Digital

Remaja yang sebelumnya hanya menggunakan media sosial untuk hiburan dan komunikasi kini memiliki keterampilan baru dalam pembuatan konten video dakwah. Mereka mampu mengoperasikan perangkat perekaman, mengedit video dengan aplikasi sederhana, dan menghasilkan konten yang siap dipublikasikan. Hal ini memberikan mereka keterampilan yang tidak hanya bermanfaat untuk dakwah, tetapi juga untuk keperluan pribadi dan profesional di masa depan.

2. Peningkatan Kepercayaan Diri dalam Menyampaikan Dakwah

Sebelumnya, banyak remaja yang merasa kurang percaya diri untuk menyampaikan pesan dakwah, terutama melalui media sosial. Namun, setelah mengikuti pelatihan ini, mereka lebih berani tampil di depan kamera dan menyampaikan pesan-pesan Islam yang moderat dengan cara yang menarik dan sesuai dengan perkembangan zaman. Kepercayaan diri mereka dalam berkomunikasi melalui video meningkat, sehingga mereka lebih siap menjadi agen perubahan di komunitas mereka.

3. Peningkatan Partisipasi dalam Kegiatan Keagamaan

Pelatihan ini juga membawa dampak pada peningkatan partisipasi remaja dalam kegiatan keagamaan di desa. Banyak dari mereka yang terinspirasi untuk lebih aktif dalam mengadakan kajian, pengajian, atau bahkan acara keagamaan lainnya, baik di tingkat desa maupun di media sosial. Mereka juga berinisiatif untuk membuat konten dakwah yang bisa diakses oleh audiens yang lebih luas.

4. Penyebaran Dakwah yang Lebih Luas dan Menjangkau Audiens Muda

Salah satu hasil yang signifikan adalah terbentuknya beberapa kanal media sosial

yang dikelola oleh para remaja desa untuk tujuan dakwah. Konten video dakwah yang mereka buat berhasil menarik perhatian audiens muda, baik di dalam maupun luar desa, yang sebelumnya sulit dijangkau melalui metode dakwah tradisional. Penyebaran dakwah melalui media sosial menjadi lebih efektif dan relevan dengan kehidupan mereka.

B. Diskusi Keilmuan

Kegiatan pelatihan ini tidak hanya memberikan manfaat praktis bagi remaja, tetapi juga memberikan kontribusi dalam pengembangan teori komunikasi dakwah, khususnya yang berkaitan dengan penggunaan media digital untuk tujuan keagamaan. Beberapa aspek yang dapat dibahas dalam diskusi keilmuan adalah:

1. Penerapan Teori Komunikasi Dakwah

Teori komunikasi dakwah yang digunakan dalam pelatihan ini lebih menekankan pada pendekatan komunikatif yang berbasis pada media digital, khususnya video. Pendekatan ini memanfaatkan teknologi yang sudah dikenal dan digunakan oleh audiens muda untuk menyampaikan pesan-pesan agama dengan cara yang menarik dan mudah dipahami. Dalam konteks ini, dakwah tidak lagi terbatas pada ceramah formal, tetapi juga bisa disampaikan dalam bentuk konten kreatif yang lebih mudah diterima oleh audiens muda.

2. Komunikasi Interpersonal dalam Media Sosial

Salah satu teori yang relevan adalah komunikasi interpersonal melalui media sosial, di mana para peserta tidak hanya menyampaikan pesan dakwah dalam bentuk video, tetapi juga berinteraksi langsung dengan audiens mereka melalui komentar, pesan langsung, atau live session. Hal ini meningkatkan efektivitas dakwah karena adanya komunikasi dua arah yang memungkinkan audiens untuk lebih terlibat dan merasa dihargai.

3. Penguatan Dakwah Moderat melalui Media Digital

Pelatihan ini juga memperlihatkan pentingnya peran media digital dalam

mengembangkan dakwah moderat, yang menjadi tantangan di era digital ini. Dengan banyaknya informasi yang tersebar di media sosial, penting untuk memastikan bahwa pesan dakwah yang disebar tidak hanya sesuai dengan nilai-nilai Islam, tetapi juga mendukung perdamaian, toleransi, dan penguatan nilai-nilai positif di masyarakat. Konten video dakwah yang dihasilkan oleh remaja desa ini dapat menjadi contoh dakwah moderat yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.

4. Pemberdayaan Remaja melalui Teknologi

Pengabdian Kepada Masyarakat ini juga menunjukkan bahwa pemberdayaan remaja desa melalui teknologi digital dapat memperkuat peran mereka dalam kehidupan sosial dan keagamaan. Keterampilan dalam pembuatan konten video dakwah tidak hanya bermanfaat untuk tujuan dakwah, tetapi juga membuka peluang bagi remaja untuk berkarier di industri kreatif atau media digital. Program ini membuktikan bahwa pemberdayaan melalui teknologi dapat memberikan manfaat jangka panjang bagi masyarakat desa.

C. Evaluasi Keberhasilan Program

Dalam mengevaluasi keberhasilan program pelatihan ini, dilakukan beberapa metode pengukuran, termasuk observasi langsung, wawancara dengan peserta, serta analisis keterlibatan mereka dalam media sosial sebelum dan sesudah pelatihan. Dari hasil evaluasi, ditemukan beberapa poin penting:

1. Tingkat Keaktifan Peserta

Setelah mengikuti pelatihan, lebih dari 80% peserta mulai aktif memproduksi konten dakwah secara mandiri. Mereka memanfaatkan berbagai platform seperti YouTube, Instagram, dan TikTok untuk menyebarkan dakwah dengan pendekatan yang lebih menarik dan relevan bagi audiens muda.

2. Kualitas Konten yang Dihasilkan

Berdasarkan hasil penilaian terhadap konten yang diunggah, peserta telah menunjukkan peningkatan dalam aspek teknis seperti pencahayaan, penyuntingan video, serta

penyampaian materi. Hal ini menandakan bahwa keterampilan yang diajarkan dalam pelatihan berhasil diterapkan dengan baik.

3. Dampak pada Audiens

Salah satu indikator keberhasilan program ini adalah meningkatnya jumlah penonton dan interaksi di akun media sosial para peserta. Video-video dakwah yang diunggah oleh peserta memperoleh peningkatan jumlah views dan komentar yang positif dari audiens, menunjukkan bahwa pesan yang disampaikan berhasil menarik perhatian.

4. Tingkat Keberlanjutan Program

Para peserta tidak hanya membuat konten untuk keperluan pelatihan, tetapi juga secara konsisten menghasilkan video dakwah setelah program berakhir. Beberapa peserta bahkan mulai berkolaborasi dalam pembuatan konten dakwah yang lebih luas, termasuk mengundang tokoh agama setempat untuk ikut serta dalam diskusi digital.

Setelah pelaksanaan pelatihan pembuatan konten video dakwah di Desa Sumberrejo, beberapa aspek evaluasi dan tantangan yang dihadapi dalam keberlanjutan program ini dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Keberlanjutan Program dan Kemandirian Peserta

- a. Meskipun peserta telah memperoleh keterampilan dasar dalam pembuatan konten dakwah digital, masih diperlukan upaya untuk memastikan keberlanjutan program. Salah satu tantangan utama adalah bagaimana menjaga semangat dan konsistensi mereka dalam memproduksi konten setelah program berakhir.
- b. Beberapa peserta mulai membentuk komunitas kecil yang berfungsi sebagai wadah kolaborasi dan saling mendukung dalam pembuatan konten dakwah secara berkelanjutan.

2. Kendala Teknis dan Akses terhadap Teknologi

- a. Salah satu tantangan yang dihadapi adalah keterbatasan akses terhadap

peralatan yang memadai. Tidak semua peserta memiliki perangkat perekaman berkualitas tinggi atau perangkat lunak pengeditan yang canggih.

- b. Untuk mengatasi hal ini, beberapa peserta berinisiatif menggunakan perangkat yang tersedia secara kolektif atau memanfaatkan aplikasi gratis yang ada di pasaran.

3. Strategi Pengelolaan dan Distribusi Konten

- a. Meskipun peserta telah mampu membuat konten dakwah, tantangan selanjutnya adalah bagaimana mengelola dan mendistribusikan konten tersebut agar bisa menjangkau audiens yang lebih luas.
- b. Beberapa peserta mulai belajar strategi pemasaran digital, seperti penggunaan tagar, kolaborasi dengan influencer lokal, serta optimasi algoritma media sosial agar konten mereka lebih banyak ditemukan oleh audiens yang relevan.

4. Dampak terhadap Komunitas dan Respon Masyarakat

- a. Respons masyarakat terhadap inisiatif ini cukup positif, terutama dari kalangan orang tua dan tokoh agama desa yang mendukung dakwah berbasis digital sebagai metode dakwah yang lebih relevan dengan generasi muda.
- b. Namun, ada juga tantangan berupa resistensi dari sebagian masyarakat yang masih meragukan efektivitas dakwah digital dibandingkan dengan metode konvensional seperti pengajian dan ceramah langsung.

D. Rekomendasi untuk Pengembangan Program

Berdasarkan hasil evaluasi dan tantangan yang dihadapi, berikut beberapa rekomendasi untuk pengembangan program serupa di masa depan:

1. Peningkatan Infrastruktur dan Akses Teknologi

o Diperlukan dukungan dari pihak desa atau lembaga keagamaan dalam menyediakan fasilitas perekaman dan pengeditan video yang bisa digunakan secara bersama-sama.

o Mengembangkan kerja sama dengan lembaga pendidikan atau organisasi sosial untuk mendapatkan akses ke peralatan yang lebih baik.

2. Pelatihan Lanjutan dan Mentorship

o Mengadakan sesi pelatihan lanjutan secara berkala agar peserta bisa meningkatkan kualitas konten mereka.

o Melibatkan mentor dari kalangan praktisi media digital atau dai yang berpengalaman dalam dakwah online untuk memberikan bimbingan teknis dan strategis.

3. Strategi Monetisasi dan Pengembangan Ekonomi Kreatif

o Mendorong peserta untuk mempelajari strategi monetisasi konten melalui YouTube, Instagram, atau platform digital lainnya agar mereka dapat menjadikan kegiatan ini sebagai sumber penghasilan yang berkelanjutan.

o Mengembangkan model bisnis berbasis komunitas, seperti jasa pembuatan konten keagamaan untuk lembaga dakwah atau institusi pendidikan.

4. Penguatan Jaringan dan Kolaborasi

o Membentuk jaringan komunitas dai digital yang dapat saling berbagi pengalaman dan mendukung pertumbuhan satu sama lain.

o Berkolaborasi dengan organisasi dakwah, lembaga pendidikan, dan komunitas kreatif untuk memperluas jangkauan dakwah digital yang dilakukan oleh para peserta.

Dengan implementasi strategi ini, program pelatihan pembuatan konten video dakwah di Desa Sumberrejo diharapkan dapat berkembang menjadi inisiatif yang berkelanjutan dan memberikan dampak yang lebih luas bagi masyarakat.

D. Kendala dan Tantangan yang Dihadapi

Meskipun program ini menunjukkan keberhasilan, terdapat beberapa tantangan yang dihadapi oleh peserta, antara lain:

1. Keterbatasan Peralatan dan Teknologi
Beberapa peserta mengalami keterbatasan dalam hal peralatan, seperti kamera dan mikrofon yang kurang memadai. Meskipun mereka dapat menggunakan ponsel untuk merekam video, kualitas produksi masih perlu ditingkatkan untuk mencapai hasil yang lebih profesional.

2. Kurangnya Akses Internet Stabil

Beberapa desa mengalami keterbatasan akses internet yang stabil, yang menjadi kendala dalam proses pengunggahan video ke platform digital. Hal ini menghambat peserta dalam mempublikasikan konten secara konsisten.

3. Tantangan dalam Menyusun Materi Dakwah

Meskipun peserta telah dibekali dengan teknik penyampaian pesan yang menarik, beberapa di antaranya masih mengalami kesulitan dalam menyusun materi dakwah yang relevan dan sesuai dengan karakteristik audiens digital.

E. Rekomendasi untuk Pengembangan Program Lebih Lanjut

Untuk meningkatkan efektivitas program serupa di masa depan, beberapa rekomendasi yang dapat dipertimbangkan adalah:

1. Penyediaan Bantuan Peralatan Digital

Dukungan berupa alat rekaman sederhana seperti tripod, mikrofon, atau ring light dapat membantu meningkatkan kualitas produksi video dakwah para peserta.

2. Pelatihan Lanjutan dalam Penyuntingan Video

Selain keterampilan dasar pembuatan video, pelatihan lebih lanjut dalam teknik penyuntingan profesional menggunakan software seperti Adobe Premiere atau CapCut dapat meningkatkan kualitas konten yang dihasilkan.

3. Penyediaan Akses Internet Gratis di Fasilitas Umum

Kerja sama dengan pemerintah desa atau penyedia layanan internet dapat dilakukan untuk menyediakan akses internet gratis di tempat tertentu agar peserta dapat mengunggah konten mereka tanpa hambatan.

4. Pengabdian Kepada Masyarakat Berkelanjutan

Agar peserta tetap termotivasi, disarankan untuk membentuk komunitas kreator dakwah digital yang dapat saling berbagi ilmu dan pengalaman dalam pembuatan konten.

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