

SOSIALISASI DAKWAH MASYARAKAT CYBER DI YAYASAN BHAKTI DERMAWAN INDONESIA KP TANGKIL RT.04 RW.07 KEL CIGUGUR TENGAH KEC CIMAHI TENGAH KOTA CIMAHI JAWA BARAT

Kusnan¹, Rini yati², Romlah³, Umu Wardati⁴, Sobirin⁵

Institut Agama Islam Al-Zxaytun Indonesia

dewaanclong399@gmail.com, ryati2746@gmail.com, romlahr674@gmail.com,
umuwardati53@gmail.com, sobirin@iai-alzaytun.ac.id

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam metode dakwah Islam. Kegiatan sosialisasi dakwah masyarakat cyber di Yayasan YABADI dilakukan sebagai upaya memperkenalkan dan mengembangkan pendekatan dakwah melalui media digital kepada generasi muda dan masyarakat umum. Metode yang digunakan meliputi pelatihan pembuatan konten dakwah digital, pemanfaatan media sosial, serta pendampingan teknis. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa para peserta memiliki antusiasme tinggi dan mampu menghasilkan konten dakwah yang menarik serta relevan dengan zaman. Kesimpulan dari kegiatan ini menunjukkan bahwa dakwah cyber dapat menjadi sarana efektif untuk menyebarkan nilai-nilai keislaman secara luas dan berkelanjutan.

Kata Kunci: Sosialisasi, Dakwa, Cyber;

Abstract:

The advancement of digital technology has significantly transformed various aspects of life, including the methods employed in Islamic preaching (dakwah). This study examines a community outreach initiative on cyber dakwah conducted by the YABADI Foundation, aimed at introducing and promoting digital-based approaches to Islamic propagation among youth and the general public. The program implemented several strategies, including training in digital dakwah content creation, the strategic use of social media platforms, and technical mentoring. The findings indicate a high level of enthusiasm among participants, who demonstrated the ability to produce compelling and contextually relevant dakwah content. The outcomes of this initiative suggest that cyber dakwah presents a promising and effective medium for the widespread and sustainable dissemination of Islamic values.

Keywords: Socialization, Preaching, Cyber;

Article History

Received: Juli 2025

Reviewed: Juli 2025

Published: Juli 2025

Plagirism Checker No
234.KK.443

Prefix DOI :
10.9765/Krepa.V218.3784

Plagirism Checker No 234

Prefix DOI : Prefix DOI :
10.8734/Krepa.v1i2.365

Copyright : Author

Publish by : Krepa



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

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah menciptakan perubahan besar dalam dinamika sosial masyarakat global. Internet, media sosial, dan perangkat digital kini menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari (Nasution, 2020). Di tengah perubahan ini, dakwah sebagai salah satu instrumen penting dalam penyebaran ajaran Islam turut mengalami transformasi. Dakwah yang dahulu terbatas pada mimbar-mimbar masjid dan majelis taklim, kini mulai merambah ke ruang digital yang lebih luas dan menjangkau audiens lintas batas geografis (Azra, 2019).

Fenomena masyarakat cyber—yakni komunitas yang terbentuk melalui interaksi daring—membuka peluang sekaligus tantangan baru dalam aktivitas dakwah. Kecepatan penyebaran informasi, sifat komunikasi dua arah, serta keterbukaan akses menjadikan dunia maya sebagai medan strategis dalam menyampaikan nilai-nilai Islam (Suryadi, 2021). Namun, di sisi lain, konten keislaman juga harus bersaing dengan beragam informasi lain yang belum tentu sejalan dengan nilai-nilai syariat. Oleh karena itu, penting bagi para da'i dan lembaga dakwah untuk menguasai keterampilan digital agar mampu berdakwah secara efektif di ruang cyber (Hasanah, 2020).

Kegiatan dakwah di masyarakat cyber tidak hanya menuntut penguasaan materi keislaman, tetapi juga kemampuan dalam menyajikan pesan secara menarik dan relevan. Generasi muda sebagai pengguna utama media digital lebih tertarik pada konten visual, interaktif, dan komunikatif (Zahra, 2018). Maka, pendekatan dakwah yang konvensional perlu dikembangkan menjadi dakwah digital yang mampu menggabungkan nilai agama dengan kreativitas teknologi komunikasi (Yusuf, 2022). Inilah yang menjadi fokus utama dalam pengembangan dakwah masyarakat cyber.

Salah satu upaya konkret dalam mendukung dakwah digital adalah melalui pelatihan dan pendampingan produksi konten dakwah berbasis media sosial. Yayasan YABADI, sebagai lembaga yang bergerak di bidang pendidikan dan dakwah, telah menginisiasi kegiatan sosialisasi dakwah masyarakat cyber dengan melibatkan generasi muda sebagai agen perubahan (YABADI, 2024). Program ini dirancang untuk membekali peserta dengan keterampilan teknis dan strategis dalam merancang serta menyebarkan pesan-pesan dakwah melalui platform digital seperti Instagram, YouTube, dan TikTok (Rahmatullah, 2023).

Melalui pendekatan ini, dakwah tidak hanya menjadi lebih adaptif terhadap perubahan zaman, tetapi juga mampu merangkul kalangan yang sebelumnya sulit dijangkau oleh metode tradisional (Fauzi, 2021). Kegiatan ini diharapkan dapat menjadi model dalam pengembangan dakwah berbasis digital yang inklusif dan berkelanjutan. Dengan demikian, dakwah masyarakat cyber berpotensi menjadi solusi dalam menjawab tantangan dakwah era modern serta memperkuat syiar Islam di era digital (Munir, 2020).

METODE

Penulisan jurnal ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi pustaka.

TEMPAT DAN WAKTU

Pelaksanaan kegiatan adalah sebagai berikut :

Tempat : Yayasan Bhakti Dermawan Indonesia
YABADI
Kp.Tangkil Rt.04 Rw.07 Kelurahan.Cigugur, Tengah
Kecamatan Cimahi Tengah, Kota Bandung, Jawa Barat

Waktu Pelaksanaan Kegiatan : Jum`at, 23 Mei 2025.

METODE KEGIATAN

Penelitian ini menggunakan metode **kualitatif deskriptif** untuk menggambarkan proses dan hasil dari kegiatan sosialisasi dakwah masyarakat cyber di Yayasan YABADI. Pendekatan ini dipilih agar peneliti dapat memahami secara langsung pengalaman dan respon peserta terhadap dakwah melalui media digital.

Data dikumpulkan melalui tiga cara utama: **observasi**, **wawancara**, dan **dokumentasi**. Observasi dilakukan selama kegiatan berlangsung untuk melihat partisipasi peserta dan metode yang digunakan. Wawancara dilakukan kepada peserta dan panitia pelaksana guna mengetahui pendapat mereka tentang kegiatan tersebut. Dokumentasi berupa foto, video, dan hasil karya peserta juga digunakan sebagai bahan analisis.

Informan dalam penelitian ini dipilih secara **sengaja (purposive sampling)**, yaitu mereka yang ikut dalam pelatihan dakwah digital. Terdapat 10 peserta dan 2 narasumber yang diwawancarai.

Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara **tematik**, yaitu dikelompokkan berdasarkan tema seperti minat peserta, kemampuan membuat konten, dan dampak kegiatan terhadap semangat berdakwah. Untuk memastikan kebenaran data, peneliti membandingkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi (**triangulasi data**).

Dengan metode ini, penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran nyata tentang bagaimana dakwah digital dapat diterima dan dijalankan oleh masyarakat, khususnya generasi muda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan sosialisasi dakwah masyarakat cyber di Yayasan YABADI berjalan dengan lancar dan mendapat respons positif dari peserta. Sebagian besar peserta adalah remaja dan pemuda yang antusias mengikuti pelatihan pembuatan konten dakwah digital.

Peserta mampu membuat konten sederhana berupa video pendek dan poster dakwah, yang kemudian diunggah ke media sosial. Tema yang diangkat antara lain motivasi Islami, pentingnya salat, dan adab sehari-hari. Konten disampaikan dengan bahasa ringan dan desain menarik.

Dari wawancara, peserta mengaku pelatihan ini menambah wawasan dan semangat untuk berdakwah di media sosial. Mereka juga merasa lebih percaya diri dan memahami bahwa dakwah tidak harus dilakukan secara langsung, tapi bisa melalui dunia digital.

Hasil ini menunjukkan bahwa dakwah digital dapat menjadi cara efektif untuk menyebarkan nilai Islam, khususnya kepada generasi muda. Selain itu, kegiatan ini juga mendorong peserta untuk berdakwah dengan cara yang santun dan sesuai etika media sosial.

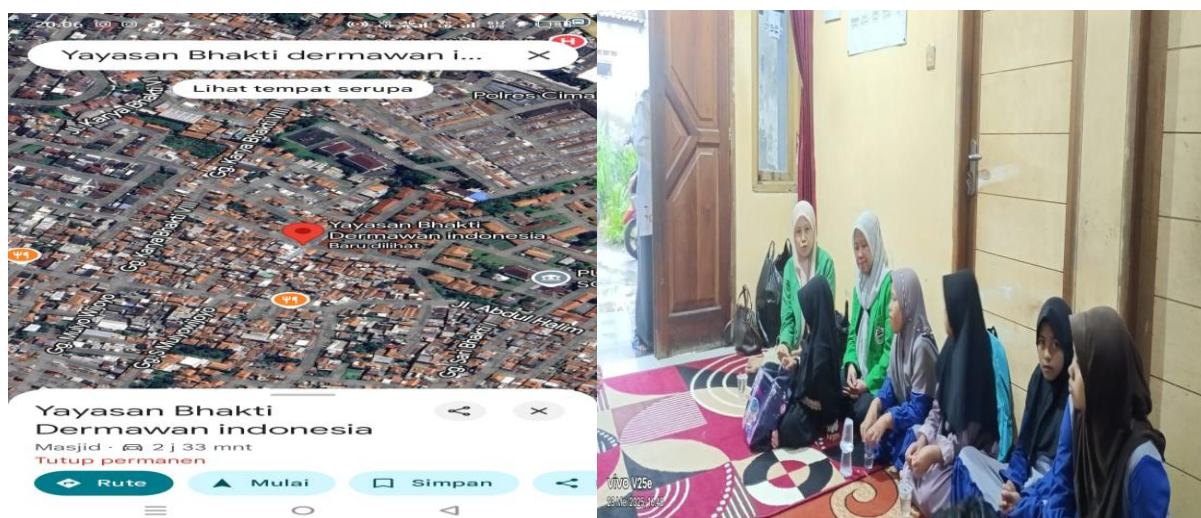
3.1 Survei Lokasi dan Kondisi Lingkungan

Kegiatan sosialisasi dakwah masyarakat cyber dilaksanakan di Yayasan YABADI, yang berlokasi di lingkungan masyarakat padat penduduk namun cukup aktif dalam kegiatan keagamaan dan sosial. Lokasi ini dipilih karena memiliki fasilitas yang memadai seperti ruang pertemuan, akses internet, serta peralatan multimedia yang mendukung kegiatan pelatihan dakwah digital. Selain itu, yayasan ini juga dikenal aktif dalam program pembinaan generasi muda.

Lingkungan sekitar Yayasan YABADI cukup kondusif untuk pelaksanaan kegiatan edukatif. Masyarakat di sekitarnya memiliki semangat kebersamaan yang tinggi dan terbuka terhadap inovasi, termasuk dalam bentuk dakwah berbasis teknologi. Banyak dari warga, khususnya anak

muda, sudah terbiasa menggunakan media sosial, sehingga mendukung pelaksanaan program pelatihan dakwah digital di tempat ini.

Selama kegiatan berlangsung, suasana lingkungan sangat mendukung. Tidak ada gangguan yang berarti, baik dari segi cuaca maupun keamanan. Peserta juga merasa nyaman dan fokus selama mengikuti sesi pelatihan. Hal ini menunjukkan bahwa pemilihan lokasi kegiatan sudah tepat dan relevan dengan tujuan program dakwah masyarakat cyber.



Gambar 1. Lokasi PKM

3.2 Kegiatan Sosialisasi Dakwah Masyarakat Cyber

Kegiatan sosialisasi dakwah masyarakat cyber di Yayasan YABADI dilaksanakan dalam bentuk pelatihan selama dua hari, dengan peserta utama dari kalangan remaja dan pemuda sekitar yayasan. Tujuan dari kegiatan ini adalah memberikan pemahaman dan keterampilan dasar tentang bagaimana berdakwah secara efektif melalui media digital.

Materi yang diberikan meliputi pengenalan konsep dakwah digital, etika bermedia sosial, teknik membuat konten dakwah seperti video pendek, poster islami, dan cara mengunggah konten ke platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube. Pelatihan disampaikan oleh narasumber yang berpengalaman dalam dunia dakwah dan media digital.

Selain sesi teori, peserta juga mengikuti praktik langsung membuat konten dakwah. Mereka dibagi dalam kelompok kecil dan diminta memproduksi konten sesuai tema yang ditentukan. Hasil karya peserta dipresentasikan dan diberikan masukan oleh fasilitator. Kegiatan ini ditutup dengan evaluasi dan motivasi agar peserta terus berdakwah secara kreatif di dunia maya.



Gambar 2 Kegiatan Sosialisasi

3.3 Pertemuan Dengan Pengurus Yayasan YABADI

Tujuan utama pertemuan dengan pengurus Yayasan YABADI dapat mencakup beberapa aspek penting yang fokus pada peningkatan kualitas pendidikan dan pengelolaan yayasan. Berdasarkan informasi yang relevan, berikut adalah beberapa tujuan utama dari pertemuan tersebut:

Pertemuan antara tim pelaksana kegiatan Sosialisasi Dakwah Masyarakat Cyber dengan pengurus Yayasan YABADI memiliki beberapa tujuan penting sebagai berikut:

1. Menyampaikan secara resmi maksud dan rencana kegiatan sosialisasi dakwah masyarakat cyber, termasuk latar belakang, manfaat, dan target peserta yang diharapkan mengikuti kegiatan tersebut.
2. Memohon dukungan dan kerja sama dari pihak Yayasan YABADI, khususnya dalam hal penyediaan tempat, sarana pendukung seperti proyektor, jaringan internet, serta logistik yang dibutuhkan selama kegiatan berlangsung.
3. Menjalin koordinasi awal untuk memastikan kesiapan lokasi dan waktu pelaksanaan, agar kegiatan dapat berjalan efektif tanpa mengganggu aktivitas rutin yang ada di lingkungan yayasan.
4. Mengidentifikasi potensi peserta dari lingkungan yayasan, seperti santri, pemuda, dan masyarakat sekitar yang aktif di media sosial, untuk dilibatkan dalam pelatihan dakwah digital.
5. Mendapatkan masukan, arahan, dan saran dari pengurus yayasan, baik terkait isi materi, pendekatan dakwah, maupun strategi pelibatan masyarakat agar program lebih sesuai dengan kondisi lokal.

6. Menegaskan pentingnya kolaborasi jangka panjang antara tim pelaksana dan Yayasan YABADI dalam pengembangan dakwah berbasis teknologi, sebagai respon terhadap perkembangan zaman dan media dakwah modern.
7. Menjalin hubungan kelembagaan yang produktif dan berkelanjutan, sehingga Yayasan YABADI dapat menjadi mitra strategis dalam kegiatan dakwah digital yang bersifat edukatif, kreatif, dan menyasar generasi muda.

Dengan tujuan-tujuan tersebut, pertemuan dengan pengurus Yayasan YABADI diharapkan dapat menghasilkan keputusan yang konstruktif dan bermanfaat bagi pengembangan pendidikan di yayasan tersebut.



Gambar 3 Foto Bersama kelompok pkm

3.4 Penyaluran Bantuan

Program penyaluran bantuan dilaksanakan pada hari Jumat 22 November 2024 diberikan Secara Simbolik Kepada Ketua Yayasan YABADI dan Penyalurannya diserahkan ke pihak Lembaga .

Penyaluran Bantuan untuk Anak Anak Remaja

1 Sebagai bagian dari kegiatan Sosialisasi Dakwah Masyarakat Cyber, tim pelaksana bersama pengurus Yayasan YABADI melaksanakan penyaluran bantuan sosial kepada masyarakat sekitar yayasan. Kegiatan ini bertujuan untuk menerapkan nilai-nilai dakwah dalam bentuk kepedulian sosial, sekaligus mempererat hubungan antara yayasan dan lingkungan sekitarnya.

2 Bantuan ditujukan kepada warga yang membutuhkan, seperti lansia, janda, keluarga kurang mampu, serta masyarakat terdampak secara ekonomi. Data penerima bantuan diperoleh melalui kerja sama antara panitia pelaksana dan tokoh masyarakat setempat agar bantuan dapat disalurkan secara tepat sasaran.

3 Jenis bantuan yang diberikan berupa paket sembako, terdiri dari beras, minyak goreng, gula pasir, mie instan, dan bahan pokok lainnya. Sebanyak 20 paket disiapkan dan dibagikan langsung kepada penerima manfaat di halaman Yayasan YABADI dalam suasana yang tertib dan penuh kekeluargaan.

4 Warga yang menerima bantuan menyambutnya dengan antusias dan rasa syukur. Mereka merasa terbantu dengan adanya kegiatan ini, apalagi di tengah situasi ekonomi yang masih belum stabil. Kegiatan ini juga menunjukkan bahwa dakwah dapat diwujudkan dalam bentuk aksi nyata, bukan hanya lewat ceramah atau media digital.

5 Penyaluran bantuan ini diharapkan menjadi inspirasi bagi peserta dan masyarakat untuk terus menghidupkan semangat berbagi. Dakwah yang disertai dengan tindakan sosial nyata akan lebih

mudah diterima dan dirasakan manfaatnya oleh masyarakat luas, sehingga nilai-nilai Islam dapat menyentuh hati dan kehidupan umat secara langsung.



Gambar 4 Penyaluran bantuan

KESIMPULAN

Kegiatan Sosialisasi Dakwah Masyarakat Cyber di Yayasan YABADI berjalan dengan lancar dan memberikan dampak positif bagi peserta maupun masyarakat sekitar. Melalui pelatihan pembuatan konten dakwah digital, peserta dibekali pengetahuan dan keterampilan untuk berdakwah secara kreatif dan relevan dengan perkembangan teknologi saat ini.

Antusiasme peserta menunjukkan bahwa dakwah melalui media digital sangat diminati oleh generasi muda. Mereka mampu menghasilkan konten dakwah yang informatif, menarik, dan sesuai dengan nilai-nilai Islam. Hal ini membuktikan bahwa dakwah di era cyber memiliki potensi besar dalam menjangkau audiens yang lebih luas.

Selain pelatihan, kegiatan ini juga dilengkapi dengan penyaluran bantuan sosial kepada masyarakat yang membutuhkan. Hal ini menjadi bentuk nyata dari penerapan dakwah bil hal, yaitu dakwah melalui perbuatan baik yang langsung dirasakan manfaatnya oleh masyarakat.

Secara keseluruhan, kegiatan ini berhasil memperkuat pemahaman peserta tentang dakwah modern serta menumbuhkan semangat berbagi dan peduli terhadap sesama. Diharapkan kegiatan serupa dapat terus dikembangkan dan dijadikan program berkelanjutan, baik oleh yayasan maupun oleh komunitas dakwah lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- 1 Hidayatullah, A. (2021). *Dakwah Digital di Era Milenial*. Jakarta: Kencana.
- 2 Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- 3 Sulaiman, A. (2020). "Peran Media Sosial dalam Transformasi Dakwah Islam." *Jurnal Komunikasi Islam*, 10(2), 150-165.
- 4 Zuhri, S. (2019). *Strategi Dakwah di Era Digital: Tantangan dan Peluang*. Yogyakarta: Deepublish.
- 5 Lubis, A. Y. (2018). "Pemanfaatan YouTube Sebagai Media Dakwah oleh Kalangan Muda." *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 12(1), 45-58.

- 6 Rahmawati, I. (2022). "Dakwah Cyber dan Etika Komunikasi di Media Sosial." *Al-Balagh: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 7(1), 33-41.
- 7 Maulana, M. A. (2023). *Generasi Z dan Dakwah Kreatif di Media Digital*. Bandung: CV. Widya Padjadjaran.
- 8 Kementerian Agama RI. (2020). *Pedoman Dakwah di Era Digital*. Jakarta: Direktorat Jenderal Bimas Islam.
- 9 Hasanah, N. (2021). "Dakwah Bil Hal: Praktik Sosial Sebagai Media Penyebaran Nilai Keislaman." *Jurnal Ilmu Dakwah*, 15(2), 120-132.
- 10 Wahyudi, A. (2022). "Efektivitas Konten Dakwah Digital di Instagram dan TikTok." *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 5(3), 75-88