

## **Pendampingan Dakwah Digital Berbasis Service Learning melalui Optimalisasi Media Sosial TikTok di CV. Nizam Indo Media**

**Ahmad Arif Ulin Nuha<sup>1</sup>, Ela Fanuristiya<sup>1</sup>, Hilwatul Fuadah<sup>1</sup>, Sulimah Susilowati<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>Universitas Islam Syarifuddin Lumajang, Indonesia

\*<sup>1</sup> Corresponding Author: [a.arifulinuha@gmail.com](mailto:a.arifulinuha@gmail.com)

### **ABSTRACT**

Perkembangan media sosial telah membuka ruang baru bagi praktik dakwah Islam yang adaptif terhadap perubahan zaman. Namun, masih banyak lembaga dan pelaku usaha berbasis keislaman yang belum mengoptimalkan media digital sebagai sarana dakwah yang efektif dan berkelanjutan. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mendampingi penguatan dakwah digital melalui optimalisasi media sosial TikTok pada CV. Nizam Indo Media sebagai mitra pengabdian. Metode yang digunakan adalah *Service Learning*, yang mengintegrasikan pembelajaran akademik mahasiswa dengan pelayanan nyata kepada mitra melalui kegiatan Praktik Pengalaman Lapangan (PPL). Pendampingan dilakukan melalui tahapan persiapan, aksi pelayanan, refleksi, dan evaluasi keberlanjutan. Bentuk pendampingan meliputi perancangan pesan dakwah digital, produksi konten edukatif Islami, pendampingan strategi publikasi, serta penguatan interaksi dakwah dengan audiens. Hasil pengabdian menunjukkan adanya peningkatan kapasitas mitra dalam mengelola dakwah digital, ditandai dengan konsistensi produksi konten Islami, meningkatnya interaksi audiens, serta meluasnya jangkauan dakwah melalui media sosial. Selain itu, kegiatan ini memberikan dampak pedagogik berupa peningkatan kompetensi mahasiswa dalam praktik dakwah digital berbasis media baru. Kegiatan pengabdian ini menegaskan bahwa pendekatan *Service Learning* efektif digunakan sebagai model pendampingan dakwah digital yang kolaboratif, aplikatif, dan berkelanjutan di era media sosial.

### **Keywords:**

*Dakwah Digital;  
Service Learning;  
Media Sosial; TikTok;  
Pengabdian kepada  
Masyarakat.*



*ABDIMAN: Jurnal  
Pengabdian dan  
Pemberdayaan  
Masyarakat Nusantara*

*Volume 04, Issue 02, Sept  
2025, pp. 110-121*

---

### **Article History**

Received August 1, 2025 / Accepted Sept 3, 2025 / First Published: Sept 10, 2025

## **PENDAHULUAN**

Transformasi teknologi komunikasi dalam dua dekade terakhir telah membawa perubahan mendasar dalam cara manusia berinteraksi, memperoleh informasi, dan membangun makna sosial (Rachman, 2022). Perkembangan teknologi digital, khususnya internet dan media sosial, telah menggeser pola komunikasi publik dari yang semula bersifat satu arah menjadi interaktif, partisipatif, dan berbasis jaringan. Perubahan ini tidak hanya berdampak pada ranah sosial, ekonomi, dan politik, tetapi juga secara signifikan memengaruhi praktik dakwah Islam sebagai aktivitas komunikasi keagamaan yang bertujuan menyampaikan nilai, ajaran, dan pesan moral kepada masyarakat luas (Rachman, 2019).

Secara historis, dakwah Islam berkembang melalui medium-medium konvensional seperti khutbah, pengajian, majelis taklim, ceramah keagamaan, serta media cetak dan elektronik. Model dakwah tersebut memiliki kekuatan dalam membangun relasi langsung antara dai dan mad'u, namun pada saat yang sama memiliki keterbatasan jangkauan, waktu, dan audiens. Memasuki era digital, dakwah mengalami proses transformasi menuju ruang virtual, di mana pesan-pesan keislaman dapat disampaikan tanpa batasan geografis dan temporal. Dakwah digital kemudian muncul sebagai respons adaptif terhadap perubahan perilaku masyarakat yang semakin bergantung pada teknologi digital dalam kehidupan sehari-hari.

Media sosial menjadi salah satu medium paling strategis dalam pengembangan dakwah digital. Karakteristik media sosial yang interaktif, personal, dan berbasis partisipasi memungkinkan audiens tidak hanya berperan sebagai penerima pesan, tetapi juga sebagai produsen, penyebar, dan penafsir pesan dakwah. Melalui media sosial, dakwah dapat dikemas secara lebih kreatif, kontekstual, dan relevan dengan kebutuhan masyarakat kontemporer. Hal ini sejalan dengan prinsip dakwah Islam yang menekankan pendekatan hikmah, mau'idhah hasanah, dan dialog yang persuasif sesuai dengan konteks sosial mad'u.

Di antara berbagai platform media sosial yang berkembang pesat, TikTok menempati posisi yang sangat signifikan. TikTok merupakan platform berbasis video pendek yang menekankan kekuatan visual, audio, dan narasi singkat dengan dukungan algoritma yang mampu menyebarkan konten secara masif dalam waktu relatif singkat. Popularitas TikTok di Indonesia menunjukkan potensi besar platform ini sebagai medium dakwah digital, terutama untuk menjangkau generasi muda dan kelompok masyarakat yang aktif mengonsumsi konten digital. Format video pendek yang ditawarkan TikTok menuntut pesan dakwah disampaikan secara ringkas, padat, dan menarik tanpa kehilangan substansi nilai keislaman.

Meskipun memiliki potensi besar, pemanfaatan TikTok sebagai media dakwah tidak terlepas dari berbagai tantangan. Tantangan tersebut antara lain keterbatasan literasi dakwah digital, kecenderungan konten hiburan yang dominan, serta risiko penyederhanaan pesan keagamaan yang berlebihan. Selain itu, tidak semua lembaga atau pelaku dakwah memiliki kapasitas sumber daya manusia yang memadai dalam merancang, memproduksi, dan mengelola konten dakwah berbasis algoritma media sosial. Akibatnya, dakwah digital sering kali berjalan tanpa perencanaan strategis, tidak berkelanjutan, dan kurang optimal dalam menjangkau audiens yang lebih luas.

CV. Nizam Indo Media merupakan salah satu mitra berbasis keislaman yang bergerak di bidang produksi dan pengelolaan konten digital. Sebagai entitas yang memiliki orientasi pada nilai-nilai Islam, CV. Nizam Indo Media memiliki potensi besar untuk

berperan sebagai media dakwah digital. Namun, berdasarkan hasil identifikasi awal, mitra masih menghadapi kendala dalam mengoptimalkan media sosial TikTok sebagai sarana dakwah yang terstruktur dan berkelanjutan. Kendala tersebut meliputi belum optimalnya perencanaan pesan dakwah, keterbatasan variasi konten Islami, serta belum maksimalnya pemanfaatan fitur dan algoritma TikTok untuk memperluas jangkauan dakwah.

Kondisi tersebut menunjukkan adanya kebutuhan akan pendampingan dakwah digital yang tidak hanya berfokus pada aspek teknis produksi konten, tetapi juga pada penguatan pemahaman konseptual tentang dakwah digital, strategi komunikasi keislaman, serta etika dakwah di ruang digital. Pendampingan menjadi penting agar mitra mampu memanfaatkan media sosial secara optimal sebagai sarana dakwah yang edukatif, persuasif, dan berorientasi pada nilai-nilai Islam. Dalam konteks ini, pengabdian kepada masyarakat berperan sebagai jembatan antara pengetahuan akademik dan kebutuhan praktis mitra di lapangan.

Pendekatan yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini adalah *Service Learning*, yaitu model pembelajaran yang mengintegrasikan kegiatan akademik dengan pelayanan kepada masyarakat atau mitra. *Service Learning* menempatkan mahasiswa sebagai subjek pembelajar yang aktif melalui keterlibatan langsung dalam pemecahan masalah nyata di masyarakat, sekaligus memberikan kontribusi sosial yang bermakna. Pendekatan ini sejalan dengan visi pendidikan tinggi yang menekankan pada pembelajaran kontekstual, reflektif, dan berorientasi pada penguatan kompetensi mahasiswa.

Dalam konteks Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, *Service Learning* memiliki relevansi yang kuat karena memungkinkan mahasiswa menerapkan teori dakwah, komunikasi Islam, dan media digital yang dipelajari di kelas ke dalam praktik nyata. Melalui kegiatan Praktik Pengalaman Lapangan (PPL), mahasiswa tidak hanya belajar tentang konsep dakwah digital secara teoritis, tetapi juga terlibat langsung dalam proses perancangan pesan dakwah, produksi konten Islami, serta interaksi dengan audiens di media sosial. Proses ini mendorong terbentuknya pembelajaran reflektif, di mana mahasiswa dapat mengevaluasi efektivitas pesan dakwah dan menyesuaikannya dengan dinamika audiens.

Bagi dosen, kegiatan pengabdian berbasis *Service Learning* memberikan ruang untuk mengimplementasikan peran tridharma perguruan tinggi secara terpadu, yaitu pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat. Dosen berperan sebagai fasilitator, pendamping, dan evaluator yang memastikan kegiatan pengabdian berjalan sesuai dengan kerangka akademik dan nilai-nilai keislaman. Kolaborasi antara dosen, mahasiswa, dan mitra menjadi elemen kunci dalam menciptakan dakwah digital yang tidak hanya efektif, tetapi juga berkelanjutan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, kegiatan pengabdian ini dirancang untuk mendampingi penguatan dakwah digital melalui optimalisasi media sosial TikTok di CV. Nizam Indo Media dengan menggunakan pendekatan *Service Learning*. Fokus utama pengabdian adalah pada peningkatan kapasitas mitra dalam merancang dan mengelola konten dakwah digital yang edukatif, kreatif, dan relevan dengan kebutuhan audiens. Selain itu, kegiatan ini bertujuan memberikan pengalaman pembelajaran kontekstual bagi mahasiswa dalam praktik dakwah digital, sehingga mereka memiliki kompetensi adaptif dalam menghadapi tantangan dakwah di era media baru.

Dengan demikian, pengabdian ini diharapkan tidak hanya memberikan manfaat praktis bagi mitra, tetapi juga berkontribusi pada pengembangan model pendampingan dakwah digital berbasis *Service Learning* yang dapat direplikasi pada konteks mitra dakwah lainnya. Penguatan dakwah digital melalui kolaborasi dosen, mahasiswa, dan mitra diharapkan mampu menjawab tantangan dakwah Islam di era media sosial serta memperluas jangkauan nilai-nilai keislaman secara inklusif dan berkelanjutan.

## METODE PELAKSANAAN

### Pendekatan Service Learning

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan *Service Learning*, yaitu model pembelajaran yang mengintegrasikan kegiatan akademik dengan pelayanan nyata kepada masyarakat atau mitra melalui proses reflektif yang terstruktur. Pendekatan *Service Learning* dipilih karena relevan dengan karakter kegiatan Praktik Pengalaman Lapangan (PPL) mahasiswa serta sejalan dengan tujuan pengabdian untuk memperkuat kapasitas mitra dakwah digital secara berkelanjutan. Dalam perspektif pedagogik, *Service Learning* menempatkan mahasiswa sebagai subjek pembelajar yang aktif melalui keterlibatan langsung dalam pemecahan masalah nyata, sekaligus memberikan kontribusi sosial yang bermakna (Eyler & Giles, 1999).

Secara konseptual, *Service Learning* berakar pada gagasan pembelajaran berbasis pengalaman (*experiential learning*) yang menekankan keterkaitan antara aksi, refleksi, dan pembelajaran. Giles dan Eyler (1994) menjelaskan bahwa *Service Learning* tidak hanya berorientasi pada penyelesaian masalah praktis, tetapi juga pada proses refleksi kritis agar pengalaman pelayanan dapat dikonversi menjadi pengetahuan dan kompetensi. Oleh karena itu, pendekatan ini dipandang tepat untuk mengintegrasikan teori dakwah dan komunikasi Islam dengan praktik pendampingan dakwah digital di lapangan.

Dalam konteks pengabdian ini, *Service Learning* dioperasionalkan melalui kolaborasi antara dosen, mahasiswa, dan mitra pengabdian. Dosen berperan sebagai perancang program, pendamping akademik, serta evaluator kegiatan, sementara mahasiswa bertindak sebagai pelaksana layanan dakwah digital. Mitra, yaitu CV. Nizam Indo Media, berperan sebagai subjek dampingan sekaligus mitra belajar yang terlibat aktif dalam setiap tahapan kegiatan. Pola kolaboratif ini mencerminkan prinsip resiprositas dalam *Service Learning*, di mana seluruh pihak memperoleh manfaat dan pembelajaran secara timbal balik.

### Lokasi dan Subjek Pengabdian

Pengabdian dilaksanakan di CV. Nizam Indo Media, sebuah entitas yang bergerak di bidang produksi dan pengelolaan konten digital berbasis nilai-nilai keislaman. Mitra ini dipilih karena memiliki potensi besar sebagai media dakwah digital, khususnya melalui pemanfaatan platform media sosial TikTok. Subjek pengabdian meliputi pengelola dan tim kreatif CV. Nizam Indo Media sebagai mitra dampingan, mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Syarifuddin Lumajang sebagai pelaksana kegiatan, serta dosen sebagai pendamping dan penanggung jawab akademik.

Mahasiswa yang terlibat merupakan peserta PPL yang telah memperoleh bekal teori komunikasi dakwah, komunikasi digital, serta etika penyiaran Islam. Keterlibatan

mahasiswa dalam pengabdian ini tidak hanya bertujuan untuk memenuhi capaian pembelajaran kurikuler, tetapi juga untuk mengembangkan kompetensi praktis dalam dakwah digital yang relevan dengan kebutuhan masyarakat dan perkembangan media baru.

### **Tahapan Pelaksanaan Service Learning**

Pelaksanaan pengabdian berbasis *Service Learning* ini dilakukan melalui empat tahapan utama, yaitu persiapan (*preparation*), aksi pelayanan (*action*), refleksi (*reflection*), serta evaluasi dan keberlanjutan (*evaluation and sustainability*).

#### **1. Tahap Persiapan (*Preparation*)**

Tahap persiapan diawali dengan identifikasi kebutuhan mitra dan pemetaan permasalahan dakwah digital yang dihadapi CV. Nizam Indo Media. Kegiatan ini dilakukan melalui diskusi awal, observasi terhadap pengelolaan akun TikTok mitra, serta telaah terhadap jenis dan karakter konten yang telah diproduksi sebelumnya. Pemetaan ini bertujuan untuk memperoleh gambaran komprehensif mengenai kondisi awal mitra, baik dari aspek perencanaan pesan dakwah, variasi konten, maupun strategi distribusi konten.

Berdasarkan hasil pemetaan tersebut, dosen dan mahasiswa menyusun rancangan program pendampingan dakwah digital yang disesuaikan dengan kebutuhan mitra.

Rancangan program meliputi tujuan pengabdian, materi pendampingan, indikator keberhasilan, serta jadwal kegiatan. Pada tahap ini, mahasiswa juga dibekali penguatan konseptual mengenai dakwah digital, karakteristik platform TikTok, serta etika komunikasi keislaman di ruang digital. Tahap persiapan menjadi fondasi penting untuk memastikan bahwa kegiatan pengabdian berjalan terarah dan relevan dengan konteks mitra.

#### **2. Tahap Aksi Pelayanan (*Action*)**

Tahap aksi merupakan inti dari kegiatan *Service Learning*, di mana mahasiswa dan dosen melakukan pendampingan langsung kepada mitra. Bentuk aksi pelayanan dalam pengabdian ini meliputi perancangan pesan dakwah digital, produksi konten edukatif Islami, pendampingan strategi publikasi konten, serta penguatan interaksi dakwah dengan audiens melalui media sosial TikTok.

Mahasiswa terlibat aktif dalam seluruh proses produksi konten, mulai dari penentuan tema dakwah, penyusunan naskah atau *script*, pengambilan gambar, pengolahan visual dan audio, hingga proses pengunggahan konten. Dosen berperan memberikan arahan konseptual dan supervisi akademik agar konten yang dihasilkan tetap selaras dengan nilai-nilai dakwah Islam dan tujuan pengabdian. Pendampingan juga mencakup pemanfaatan fitur TikTok, seperti penggunaan *hashtag*, pengaturan durasi video, serta penjadwalan unggahan untuk meningkatkan jangkauan dakwah.

Selain produksi konten, tahap aksi juga menekankan pendampingan pada aspek interaksi dengan audiens. Mahasiswa dan mitra didorong untuk merespons komentar audiens secara etis dan komunikatif sebagai bagian dari praktik dakwah dialogis. Interaksi ini dipandang penting karena dakwah digital tidak hanya bersifat satu arah, tetapi juga membangun relasi dan kedekatan emosional dengan audiens.

#### **3. Tahap Refleksi (*Reflection*)**

Tahap refleksi dilakukan secara berkala selama proses pengabdian berlangsung. Refleksi dilakukan melalui diskusi evaluatif antara mahasiswa, dosen, dan mitra untuk menilai efektivitas kegiatan yang telah dilaksanakan. Dalam kerangka *Service Learning*, refleksi merupakan elemen kunci yang memungkinkan mahasiswa mengaitkan pengalaman praktik dengan teori yang dipelajari di kelas (Eyler et al., 2001).

Refleksi difokuskan pada beberapa aspek, antara lain keberhasilan pesan dakwah yang disampaikan, respons dan keterlibatan audiens, kendala teknis yang dihadapi, serta pembelajaran yang diperoleh mahasiswa dari proses pendampingan. Melalui refleksi ini, mahasiswa didorong untuk berpikir kritis terhadap praktik dakwah digital dan mengembangkan kesadaran etis serta profesional dalam mengelola media dakwah.

#### **4. Tahap Evaluasi dan Keberlanjutan (*Evaluation and Sustainability*)**

Tahap evaluasi dilakukan untuk menilai dampak pengabdian terhadap peningkatan kapasitas mitra dalam pengelolaan dakwah digital. Evaluasi mencakup penilaian terhadap konsistensi produksi konten dakwah, peningkatan interaksi audiens, serta kemampuan mitra dalam mengelola akun TikTok secara mandiri. Data evaluasi diperoleh melalui dokumentasi aktivitas pengabdian, pengamatan terhadap performa konten, serta umpan balik dari mitra.

Sebagai bagian dari tahap keberlanjutan, tim pengabdian menyusun rekomendasi tindak lanjut agar mitra dapat melanjutkan praktik dakwah digital secara berkelanjutan setelah kegiatan pengabdian berakhir. Rekomendasi ini meliputi penyusunan kalender konten dakwah, penguatan peran tim internal mitra, serta pengembangan variasi format konten Islami. Dengan demikian, pengabdian ini tidak berhenti pada capaian jangka pendek, tetapi diarahkan pada penguatan kapasitas jangka panjang mitra dakwah digital.

Pendekatan *Service Learning* yang diterapkan dalam pengabdian ini diharapkan mampu menjembatani kebutuhan praktis mitra dengan tujuan pembelajaran akademik mahasiswa. Integrasi antara teori, praktik, dan refleksi menjadikan metode ini tidak hanya efektif dalam pemberdayaan mitra, tetapi juga relevan dalam pengembangan kompetensi mahasiswa sebagai calon praktisi dakwah digital di era media sosial.

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berfokus pada pendampingan penguatan dakwah digital melalui optimalisasi media sosial TikTok di CV. Nizam Indo Media. Tahap pelaksanaan dirancang sebagai implementasi konkret dari pendekatan *Service Learning*, di mana mahasiswa tidak hanya menjalankan tugas teknis, tetapi juga terlibat dalam proses pembelajaran reflektif yang terintegrasi dengan kebutuhan mitra. Seluruh rangkaian pelaksanaan diarahkan untuk menjawab permasalahan utama mitra, yaitu belum optimalnya pemanfaatan TikTok sebagai sarana dakwah digital yang terencana, konsisten, dan berkelanjutan.

## **PELAKSANAAN DAN HASIL PENGABDIAN**

### **Pelaksanaan Pendampingan Dakwah Digital**

Pelaksanaan pendampingan diawali dengan penguatan pemahaman bersama antara mahasiswa, dosen pendamping, dan mitra mengenai konsep dakwah digital. Pada tahap awal ini, dilakukan diskusi intensif untuk menyamakan persepsi tentang tujuan dakwah,

karakter audiens yang ingin dijangkau, serta nilai-nilai keislaman yang menjadi landasan utama dalam setiap konten yang diproduksi. Diskusi ini penting untuk memastikan bahwa seluruh aktivitas pendampingan tidak semata-mata berorientasi pada peningkatan keterlihatan (*visibility*), tetapi juga menjaga substansi dan etika dakwah Islam.



**Gambar 1.**

Kegiatan orientasi dan pengarahan awal mahasiswa oleh pihak CV. Nizam Indo Media sebagai tahap awal pemetaan kebutuhan dan perencanaan pendampingan dakwah digital.

Berdasarkan hasil diskusi tersebut, tim pengabdian bersama mitra menyusun peta konten dakwah digital yang akan dikembangkan melalui platform TikTok. Peta konten ini mencakup penentuan tema-tema dakwah yang relevan dengan kebutuhan audiens, seperti edukasi ibadah, nilai-nilai akhlak, motivasi keislaman, serta pesan moral yang kontekstual dengan kehidupan sehari-hari. Penyusunan peta konten bertujuan untuk membangun konsistensi pesan dakwah dan menghindari produksi konten yang bersifat sporadis atau reaktif terhadap tren semata.

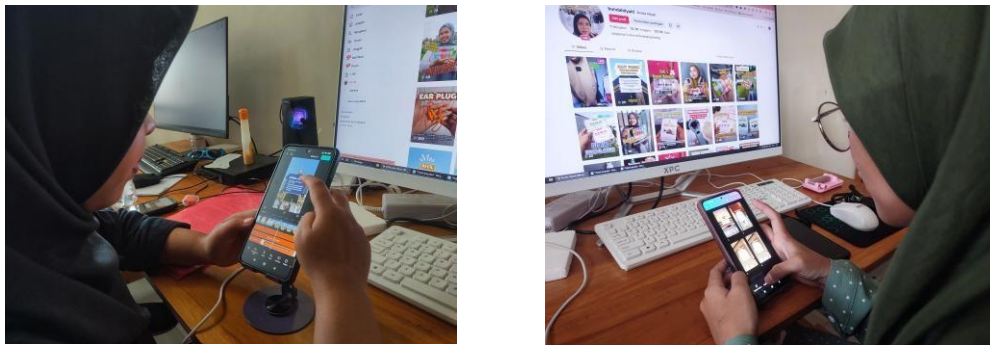
Mahasiswa sebagai pelaksana utama pendampingan kemudian terlibat dalam proses produksi konten dakwah digital. Proses ini meliputi penyusunan naskah dakwah (*script writing*), pengambilan gambar, pengolahan visual dan audio, serta pengemasan pesan dakwah dalam format video pendek yang sesuai dengan karakteristik TikTok. Dalam proses ini, mahasiswa tidak hanya mengasah keterampilan teknis produksi media, tetapi juga belajar menerjemahkan materi dakwah ke dalam bahasa visual yang sederhana, menarik, dan mudah dipahami oleh audiens digital.



**Gambar 2.**

Proses pendampingan produksi konten dakwah digital, meliputi penyusunan pesan dakwah dan pengambilan gambar untuk konten TikTok Islami

Dosen pendamping berperan memberikan supervisi akademik dan penguatan konseptual agar konten yang dihasilkan tetap selaras dengan prinsip dakwah Islam. Supervisi dilakukan melalui evaluasi naskah, diskusi pesan dakwah, serta peninjauan konten sebelum dipublikasikan. Pendekatan ini memastikan bahwa setiap konten dakwah yang diunggah tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga memiliki kedalaman makna dan ketepatan pesan.



**Gambar 3.**

Aktivitas penyuntingan (*editing*) konten dakwah digital oleh mahasiswa dengan supervisi dosen sebagai bagian dari penguatan kompetensi dakwah berbasis media baru

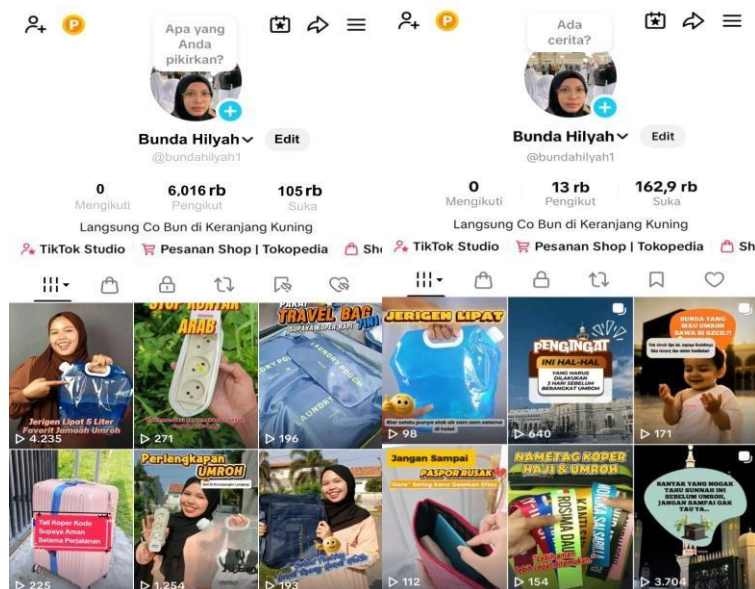
Selain aspek produksi, pendampingan juga mencakup strategi publikasi konten dakwah digital. Mahasiswa bersama mitra didampingi untuk memahami mekanisme algoritma TikTok secara praktis, seperti pemilihan waktu unggah, penggunaan *hashtag*

yang relevan, serta pemanfaatan fitur interaksi untuk meningkatkan jangkauan konten. Pendampingan strategi publikasi ini bertujuan agar pesan dakwah tidak berhenti pada proses produksi, tetapi mampu menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam.

### Hasil Pengabdian terhadap Mitra

Hasil utama dari kegiatan pengabdian ini terlihat pada peningkatan kapasitas mitra dalam mengelola dakwah digital melalui media sosial TikTok. Setelah melalui proses pendampingan, CV. Nizam Indo Media menunjukkan perubahan positif dalam perencanaan dan pengelolaan konten dakwah digital. Mitra mulai menerapkan perencanaan konten yang lebih sistematis melalui penyusunan kalender konten dakwah, sehingga unggahan konten menjadi lebih konsisten dan terarah.

Selain itu, variasi konten dakwah yang diproduksi juga mengalami peningkatan. Jika sebelumnya konten yang diunggah cenderung terbatas pada jenis tertentu, setelah pendampingan mitra mampu mengembangkan berbagai format konten, seperti konten edukatif singkat, pesan motivasi keislaman, serta penguatan nilai-nilai akhlak dalam kehidupan sehari-hari. Variasi format ini membantu mitra menjangkau audiens dengan preferensi konsumsi konten yang beragam.



Gambar 4.

Hasil pelaksanaan pengabdian berupa peningkatan performa akun TikTok mitra yang ditunjukkan melalui peningkatan interaksi dan jangkauan dakwah digital.

Peningkatan kapasitas mitra juga terlihat pada aspek interaksi dengan audiens. Melalui pendampingan, mitra didorong untuk merespons komentar audiens secara aktif dan etis sebagai bagian dari praktik dakwah dialogis. Respons terhadap audiens tidak hanya dipandang sebagai strategi meningkatkan keterlibatan (*engagement*), tetapi juga sebagai bentuk dakwah yang menekankan dialog, empati, dan kedekatan emosional. Praktik ini memperkuat relasi antara mitra dan audiens serta membangun citra positif dakwah digital yang ramah dan inklusif.

### **Dampak Pengabdian terhadap Mahasiswa**

Selain memberikan manfaat bagi mitra, kegiatan pengabdian ini juga memberikan dampak signifikan terhadap pengembangan kompetensi mahasiswa. Melalui pendekatan *Service Learning*, mahasiswa memperoleh pengalaman pembelajaran kontekstual yang tidak dapat sepenuhnya diperoleh melalui pembelajaran di kelas. Mahasiswa belajar menghadapi persoalan nyata dalam praktik dakwah digital, mulai dari keterbatasan sumber daya, tantangan teknis produksi, hingga dinamika respons audiens.

Pengalaman tersebut mendorong mahasiswa untuk mengembangkan kemampuan berpikir kritis dan kreatif dalam merancang pesan dakwah. Mahasiswa tidak hanya dituntut untuk memahami materi dakwah secara normatif, tetapi juga mampu mengemasnya secara komunikatif dan relevan dengan karakter audiens digital. Proses ini memperkuat integrasi antara teori dakwah dan praktik komunikasi digital.

Selain itu, keterlibatan mahasiswa dalam pendampingan juga meningkatkan kemampuan kerja kolaboratif dan komunikasi interpersonal. Mahasiswa belajar bekerja dalam tim, berkoordinasi dengan mitra, serta berinteraksi dengan audiens yang beragam. Kompetensi ini menjadi bekal penting bagi mahasiswa sebagai calon praktisi dakwah dan komunikasi Islam di era media baru.

### **Refleksi atas Pelaksanaan Pengabdian**

Refleksi merupakan bagian integral dari pendekatan *Service Learning* yang diterapkan dalam pengabdian ini. Refleksi dilakukan secara berkala melalui diskusi antara mahasiswa, dosen, dan mitra untuk mengevaluasi proses dan hasil kegiatan. Melalui refleksi, tim pengabdian dapat mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan pelaksanaan pendampingan, sekaligus merumuskan perbaikan untuk kegiatan selanjutnya.

Salah satu temuan reflektif penting adalah perlunya keseimbangan antara tuntutan algoritma media sosial dan substansi pesan dakwah. Meskipun optimalisasi algoritma penting untuk memperluas jangkauan dakwah, tim pengabdian menegaskan bahwa substansi pesan keislaman tidak boleh dikorbankan demi keterlihatan semata. Refleksi ini menjadi pembelajaran berharga bagi mahasiswa dan mitra dalam mengelola dakwah digital secara etis dan bertanggung jawab.

Refleksi juga menunjukkan bahwa pendampingan yang berkelanjutan lebih efektif dibandingkan intervensi sesaat. Proses pendampingan yang berlangsung secara bertahap memungkinkan mitra dan mahasiswa untuk belajar dari pengalaman, melakukan penyesuaian strategi, dan memperkuat kapasitas secara bertahap. Hal ini menegaskan pentingnya pengabdian yang berorientasi pada proses, bukan hanya hasil jangka pendek.

### Sintesis Hasil Pengabdian

Secara keseluruhan, pelaksanaan pengabdian ini menunjukkan bahwa pendekatan *Service Learning* efektif digunakan dalam pendampingan dakwah digital berbasis media sosial. Integrasi antara aksi pelayanan, pembelajaran akademik, dan refleksi kritis menghasilkan dampak positif bagi mitra dan mahasiswa. Bagi mitra, pengabdian ini memperkuat kapasitas pengelolaan dakwah digital yang lebih terencana dan berkelanjutan. Bagi mahasiswa, pengabdian ini menjadi ruang pembelajaran kontekstual yang memperkaya pemahaman dan keterampilan dakwah digital.

Hasil pengabdian ini juga menegaskan bahwa dakwah digital melalui TikTok tidak hanya berpotensi sebagai sarana penyebaran pesan keislaman, tetapi juga sebagai ruang pembentukan relasi sosial dan dialog keagamaan. Dengan pendampingan yang tepat, media sosial dapat dimanfaatkan sebagai medium dakwah yang edukatif, inklusif, dan adaptif terhadap dinamika masyarakat digital. Oleh karena itu, model pengabdian ini memiliki potensi untuk direplikasi pada konteks mitra dakwah lainnya dengan karakteristik yang serupa.

### KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menunjukkan bahwa pendekatan *Service Learning* efektif digunakan sebagai model pendampingan dakwah digital berbasis media sosial. Melalui integrasi antara pembelajaran akademik, aksi pelayanan, dan refleksi kritis, pengabdian ini mampu menjembatani kebutuhan praktis mitra dengan tujuan pendidikan mahasiswa. Pendampingan dakwah digital melalui optimalisasi media sosial TikTok di CV. Nizam Indo Media tidak hanya berorientasi pada peningkatan keterlihatan konten, tetapi juga menekankan penguatan substansi pesan, etika dakwah, dan keberlanjutan praktik dakwah Islam di ruang digital.

Hasil pengabdian menunjukkan adanya peningkatan kapasitas mitra dalam mengelola dakwah digital secara lebih terencana dan konsisten. Mitra mampu menyusun perencanaan konten dakwah, memproduksi variasi konten Islami yang relevan dengan kebutuhan audiens, serta membangun interaksi yang lebih dialogis dan etis dengan pengguna media sosial. Perubahan ini mengindikasikan bahwa pendampingan yang bersifat partisipatif dan berkelanjutan lebih efektif dibandingkan pendekatan pelatihan teknis sesaat.

Dari sisi mahasiswa, pendekatan *Service Learning* memberikan pengalaman pembelajaran kontekstual yang bermakna. Mahasiswa tidak hanya mengaplikasikan teori dakwah dan komunikasi Islam yang dipelajari di kelas, tetapi juga mengembangkan keterampilan praktis dalam produksi media digital, kerja kolaboratif, serta kemampuan reflektif dalam menghadapi dinamika dakwah di era algoritmik. Pengalaman ini berkontribusi pada pembentukan kompetensi mahasiswa sebagai calon praktisi dakwah digital yang adaptif, kritis, dan bertanggung jawab.

Secara keseluruhan, pengabdian ini menegaskan bahwa media sosial, khususnya TikTok, dapat dimanfaatkan sebagai sarana dakwah Islam yang edukatif dan inklusif

apabila dikelola dengan strategi yang tepat dan berlandaskan nilai-nilai keislaman. Model pendampingan dakwah digital berbasis *Service Learning* yang diterapkan dalam kegiatan ini berpotensi direplikasi pada mitra dakwah lainnya dengan karakteristik serupa. Ke depan, diperlukan pengabdian lanjutan yang mengeksplorasi inovasi format dakwah digital serta penguatan literasi media dan etika dakwah agar pesan keislaman dapat terus disampaikan secara relevan dan berkelanjutan di tengah perkembangan media sosial yang dinamis.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Bhandari, A., & Bimo, S. (2022). Why's everyone on TikTok now? The algorithmized self and the future of self-making on social media. *Social Media + Society*, 8(1), 1–11.  
<https://doi.org/10.1177/20563051221086241>
- Campbell, H. A. (2017). Surveying theoretical approaches within digital religion studies. *New Media & Society*, 19(1), 15–24.  
<https://doi.org/10.1177/1461444816649912>
- Eyler, J., & Giles, D. E., Jr. (1999). *Where's the learning in service-learning?* Jossey-Bass.
- Eyler, J., Giles, D. E., Jr., & Braxton, J. (1997). The impact of service-learning on college students. *Michigan Journal of Community Service Learning*, 4(1), 5–15.
- Giles, D. E., Jr., & Eyler, J. (1994). The theoretical roots of service-learning in John Dewey: Toward a theory of service-learning. *Michigan Journal of Community Service Learning*, 1(1), 77–85.
- Rachman, Rio Febriannur (2022). *Buku Ajar Pengantar Ilmu Komunikasi*. Surabaya: CV. Murta Media Karya
- Rachman, Rio Febriannur (2019). *Pengantar Ilmu Komunikasi Islam: Esai-Esai Pendek*. Surabaya: CV. Murta Media Karya
- van Dijck, J. (2013). *The culture of connectivity: A critical history of social media*. Oxford University Press.
- Zaid, B. (2022). Digital Islam and Muslim millennials: Online religious practices in the age of social media. *Religions*, 13(3), 234.  
<https://doi.org/10.3390/rel13030234>
- Zhang, M. (2021). A commentary of TikTok recommendation algorithms. *Information Processing & Management*, 58(1), 102607.  
<https://doi.org/10.1016/j.ipm.2020.102607>