

Transformasi Digital Majelis Ta'lim Melalui Pelatihan Pembuatan Konten Produk Digital Berbasis Kecerdasan Buatan

Siti Ernawati¹, Lilyani Asri Utami^{2*}, Eka Rini Yulia³

^{1,2,3}Universitas Nusa Mandiri

Jl. Raya Jatiwaringin No.2, RT.8/13, Cipinang Melayu, Kec. Makasar, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 13620, Indonesia

email korespondensi: lilyani.lau@nusamandiri.ac.id(*)

Submit: 14-08-2025 | Revisi : 05-09-2025 | Terima : 12-11-2025 | Publikasi: 18-12-2025

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah membuka peluang besar bagi masyarakat untuk beradaptasi dalam berbagai bidang, termasuk ekonomi kreatif dan keagamaan. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mendukung transformasi digital di lingkungan Majelis Ta'lim Az Zahra melalui pelatihan pembuatan konten produk digital berbasis kecerdasan buatan (Artificial Intelligence/AI). Metode pelaksanaan terdiri dari tiga tahap, yaitu persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi. Peserta diberikan pemahaman mengenai literasi digital, praktik penggunaan aplikasi AI untuk pembuatan desain, teks promosi, serta editing gambar. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa 59% peserta menilai tema kegiatan "Update", 55% menilai narasumber "Bagus", dan 64% menyatakan "Setuju" bahwa kegiatan memberikan manfaat nyata. Kegiatan ini berhasil meningkatkan keterampilan peserta dalam membuat konten digital yang menarik dan profesional serta menumbuhkan kesadaran pentingnya pemanfaatan teknologi dalam promosi produk lokal. Dengan demikian, pelatihan ini berkontribusi pada peningkatan literasi digital dan pemberdayaan ekonomi anggota majelis ta'lim di era transformasi digital.

Kata Kunci : Pengabdian Masyarakat, Kecerdasan Buatan, Konten Digital, Literasi Digital, Majelis Ta'lim

Abstracts

The rapid development of digital technology has opened new opportunities for communities to adapt in various sectors, including creative economy and religious education. This community service activity aims to support the digital transformation of Majelis Ta'lim Az Zahra through a training program on creating digital product content using Artificial Intelligence (AI). The implementation method consisted of three stages: preparation, implementation, and evaluation. Participants received training on digital literacy, practical use of AI-based applications for design creation, promotional text generation, and image editing. The results showed that 59% of participants rated the activity theme as "Updated," 55% rated the speakers as "Good," and 64% agreed that the program provided real benefits. The activity successfully enhanced participants' skills in creating engaging and professional digital content while raising awareness of the importance of technology utilization in product promotion. Therefore, this training contributes to improving digital literacy and empowering the economic potential of Majelis Ta'lim members in the era of digital transformation.

Keywords : Community Service, Artificial Intelligence, Digital Content, Digital Literacy, Majelis Ta'lim

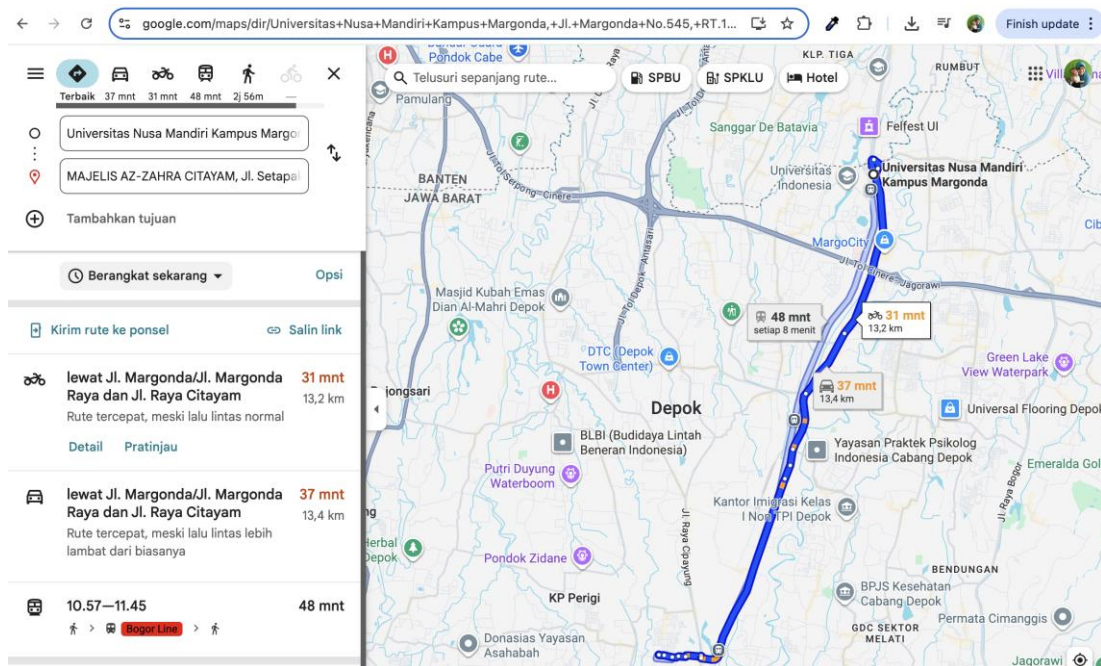
1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital saat ini telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang ekonomi dan sosial. Salah satu peluang besar yang muncul adalah pemanfaatan kecerdasan buatan (Artificial Intelligence/AI) dalam mendukung aktivitas ekonomi kreatif masyarakat (Jaran et al., 2025)(Liliana et al., 2025). Pemanfaatan teknologi digital, khususnya kecerdasan buatan (AI), belum dioptimalkan dalam proses bisnis padahal transformasi digital merupakan kebutuhan untuk meningkatkan efisiensi, kualitas, dan daya saing (Cahyana et al., 2025). AI tidak hanya digunakan di sektor industri besar, tetapi juga dapat dimanfaatkan oleh pelaku usaha skala kecil dan rumah tangga, termasuk anggota majelis ta'lim, untuk mengembangkan konten produk digital secara lebih efektif, cepat, dan menarik (Budiarti et al., 2025).

Transformasi digital yang dapat membuka peluang baru untuk meningkatkan efisiensi, inovasi, dan akses pasar di industri (Bangsawan, 2023). Strategi yang dapat diterapkan untuk memanfaatkan potensi transformasi digital dan pemberdayaan masyarakat meliputi peningkatan akses dan literasi digital (Priyadi et al., 2022). Majelis Ta'lim sebagai wadah pembinaan umat memiliki potensi besar untuk berperan dalam pemberdayaan



ekonomi anggotanya. Banyak anggota majelis ta'lim yang memiliki usaha rumahan atau produk lokal, namun keterbatasan dalam literasi digital serta kurangnya pengetahuan mengenai strategi pemasaran berbasis teknologi menjadi tantangan tersendiri. Produk yang dihasilkan sering kali belum mampu bersaing di era digital karena minimnya promosi yang kreatif dan berbasis teknologi. Seperti yang dirasakan oleh Majelis Ta'lim Az Zahara, mereka merasakan akan pentingnya belajar mengenai pemanfaatan teknologi untuk membuat desain, gambar, maupun teks promosi yang menarik dan profesional dengan cara yang sederhana. Majelis Ta'lim ini berdiri sejak bulan Agustus 2027, anggotanya terdiri dari Ibu - ibu warga Perumahan, yang berjumlah kurang lebih 37 orang. Majelis Ta'lim Az Zahra ini terletak di Perumahan Royal Citayam Desa Susukan Kecamatan Bojonggede Bogor. Peta lokasi mitra dan kampus Universitas Nusa Mandiri dapat dilihat pada gambar 1. Dalam gambar tersebut dapat dilihat jarak kampus dengan mitra, jika ditempuh menggunakan kendaraan motor sekitar 13,2 km (31 menit), mobil 13,4 km (37 menit) dan jika menggunakan kereta jarak tempuh dapat dilalui 48 menit. Majelis Ta'lim Az Zahara aktif dalam melakukan berbagai aktifitas, tidak hanya pengajian pekanan, sudah ada kegiatan Jum'at berbagi, santunan yatim dan dhuafa, donasi dunia Islam dan perpustakaan.



Gambar 1. Peta Lokasi Mitra dan kampus Universitas Nusa Mandiri

Melalui pelatihan pembuatan konten produk digital dengan memanfaatkan AI, anggota majelis ta'lim dapat memperoleh keterampilan praktis dalam membuat desain, gambar, maupun teks promosi yang menarik dan profesional dengan cara yang sederhana. Pemanfaatan AI akan membantu mengurangi hambatan teknis, sehingga masyarakat yang belum terbiasa dengan teknologi tetap dapat menghasilkan konten berkualitas (Sidoarjo, 2025). Hal ini sejalan dengan upaya meningkatkan transformasi digital dan literasi teknologi (Fahdillah et al., 2024), sekaligus mendorong kemandirian ekonomi masyarakat berbasis keagamaan.

Kecerdasan buatan kedepannya bukan hanya sebuah teori tetapi akan banyak digunakan di pelbagai bidang untuk dapat membantu menyelesaikan permasalahan-permasalahan yang ada (Atmaja, 2024). Beberapa studi lapangan menunjukkan bahwa pelatihan konten berbasis AI di berbagai bidang, salah satunya kesehatan berhasil menjadi fondasi dalam optimalisasi komunikasi publik di sektor kesehatan melalui pemanfaatan teknologi digital, ditandai dengan peningkatan kemampuan peserta dalam membuat konten informatif menggunakan AI (Frobenius et al., 2025). Bagi UMKM, workshop teknis kecerdasan buatan berpotensi besar untuk mengoptimalkan adopsi teknologi di sektor UMKM dan meningkatkan eksistensi pasar mereka (Ilham et al., 2025). Teknologi AI untuk konten pariwisata berperan sebagai inovasi yang dapat menciptakan awareness tentang potensi teknologi AI untuk pengembangan ekonomi lokal (Hamdi et al., 2025). Dalam dunia pendidikan, pemanfaatan kecerdasan buatan (AI) di era digital telah menjadi topik yang semakin penting. AI menawarkan berbagai manfaat yang dapat meningkatkan kualitas pembelajaran dan aksesibilitas pendidikan (Wutsqo, 2024) serta meningkatkan kompetensi teknis guru dan mendorong pengembangan pendekatan pembelajaran yang lebih interaktif, kontekstual, dan relevan dengan kebutuhan pendidikan (Marzuqi et al., 2025).

Dengan demikian, kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa pelatihan pembuatan konten produk digital berbasis kecerdasan buatan untuk majelis ta'lim diharapkan dapat menjadi langkah nyata dalam mendukung transformasi digital, sehingga mampu meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha serta memperkuat

branding produk lokal (Girfita et al., 2024)serta memperkuat peran majelis ta'lim dalam pemberdayaan ekonomi umat di era digital.

2. Metode

Metode pengabdian kepada Masyarakat yang diterapkan dalam kegiatan ini meliputi tiga tahapan, yaitu persiapan, pelaksanaan dan evaluasi, yang disajikan dalam gambar 2 di bawah ini.



Gambar 2. Metode Pengabdian Kepada Masyarakat

Metode pengabdian kepada Masyarakat yang diterapkan dalam kegiatan ini meliputi tiga tahapan sebagaimana terlihat pada Gambar 2, yaitu:

- Persiapan:** Pada tahapan ini dimulai dengan mengidentifikasi kebutuhan mitra, dengan cara melakukan survey langsung dan pemetaan skill, kemudian panitia mulai menyusun proposal kegiatan, modul pelatihan dan materi praktis, serta persiapan perangkat (laptop/smartphone) dan aplikasi berbasis AI yang akan digunakan dalam pelatihan.
- Pelaksanaan:** tahapan kedua yaitu pemaparan materi mengenai literasi digital, pentingnya konten produk, dan pengenalan teknologi AI. Demo aplikasi AI (contoh: desain otomatis, pembuatan teks promosi, editing gambar). Praktik langsung peserta membuat konten produk digital dengan pendampingan. Diskusi & sharing session terkait kendala yang dirasakan peserta dan memberikan Solusi atas kendala tersebut.
- Evaluasi:** Tahapan terakhir yaitu menyebarkan kuesioner kepada peserta untuk diisi, yang berfungsi untuk mengukur peningkatan keterampilan peserta sesudah pelatihan. Memberikan penilaian kualitas konten produk yang dihasilkan. Membuat laporan akhir dari kegiatan ini.

3. Hasil dan Pembahasan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan pada tanggal 11 Oktober 2025 bertempat di Perumahan Royal Citayam Desa Susukan Kecamatan Bojonggede Bogor dengan dihadiri 12 peserta dari ibu-ibu Majelis Ta'lim Az Zahra. Kegiatan diawali dengan pembukaan oleh ketua panitia dan sambutan perwakilan mitra. Pada Gambar 1 menunjukkan tutor sedang memberikan materi kepada para peserta dengan didampingi oleh tim tutor.



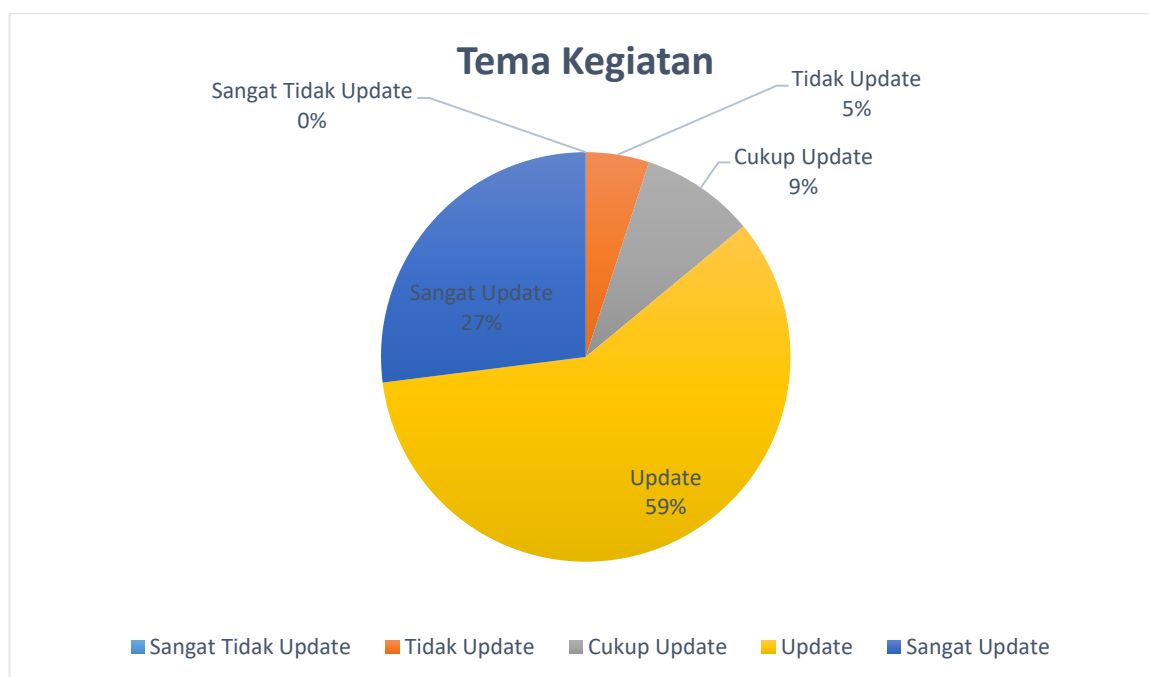
Gambar 1. Penyampaian materi oleh tutor

Adapun manfaat yang telah dicapai melalui kegiatan pengabdian masyarakat yang disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Manfaat Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

No	Permasalahan	Solusi	Manfaat
1.	Anggota majelis ta'lim sebagian besar memiliki usaha rumahan atau produk lokal, namun masih minim dalam pemanfaatan teknologi digital untuk promosi.	Menyelenggarakan pelatihan pembuatan konten produk digital berbasis AI yang praktis dan aplikatif	Peserta memperoleh wawasan dan keterampilan baru dalam memanfaatkan teknologi terkini
2.	Keterbatasan literasi digital menyebabkan anggota kesulitan membuat konten produk yang menarik dan kompetitif.	Memberikan pendampingan langsung dalam penggunaan aplikasi AI (misalnya untuk desain, copywriting, maupun editing konten).	Peserta mampu menghasilkan konten produk yang lebih menarik, berkualitas, dan profesional.
3.	Kurangnya pengetahuan mengenai pemanfaatan kecerdasan buatan (AI) sebagai alat bantu pembuatan konten digital.	Membekali peserta dengan keterampilan dasar dalam literasi digital dan strategi promosi produk melalui media sosial.	Peserta memahami pentingnya branding dan pemasaran digital untuk produk mereka.
4.	Produk lokal yang dihasilkan belum mampu bersaing di pasar digital karena keterbatasan promosi dan branding.	Mendorong terciptanya konten produk yang kreatif, menarik, dan sesuai dengan target pasar.	Kualitas promosi produk meningkat sehingga daya tarik terhadap konsumen lebih besar.

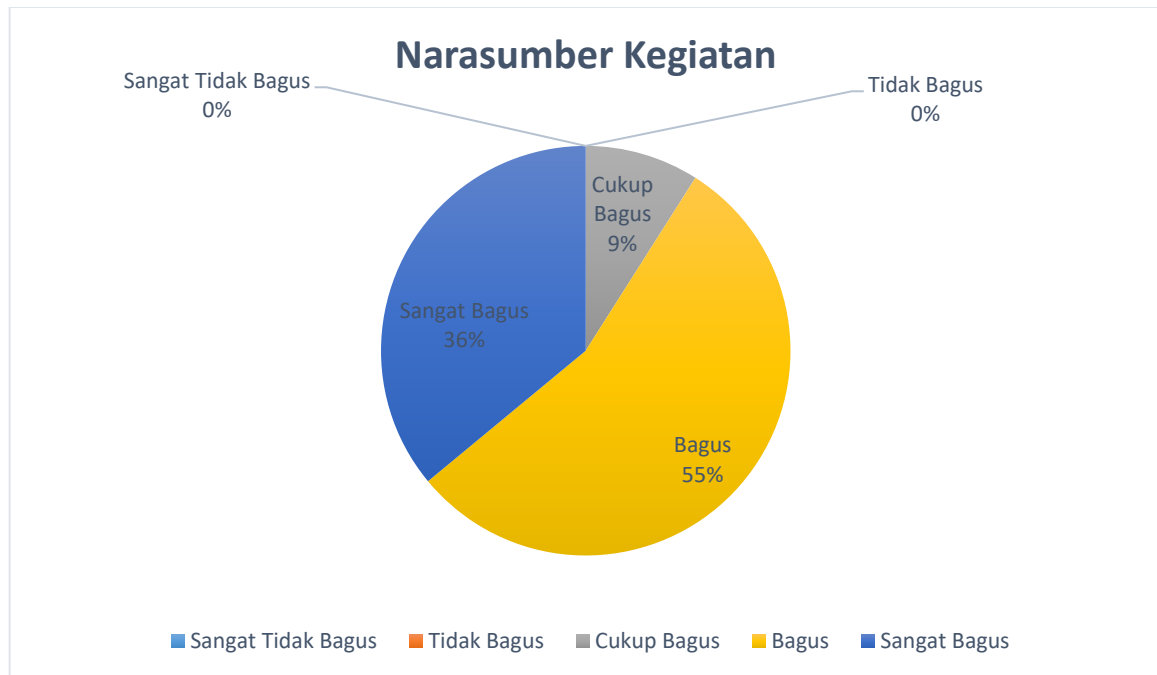
Para peserta terlihat antusias dalam mengikuti praktik pembuatan konten produk digital melalui smartphone dan berdiskusi bersama tim tutor untuk mengembangkan ide desain yang menarik. Evaluasi dilakukan melalui pengisian kuesioner oleh para peserta agar diketahui penilaian dan saran untuk pengembangan materi selanjutnya. Tingkat kepuasan mitra terlihat berdasarkan hasil olah data kuesioner yang telah dirangkum menjadi 3 (tiga) aspek yaitu tema kegiatan, narasumber kegiatan, dan manfaat keseluruhan yang disajikan dalam grafik.



Gambar 2. Tanggapan Peserta Terhadap Tema Kegiatan

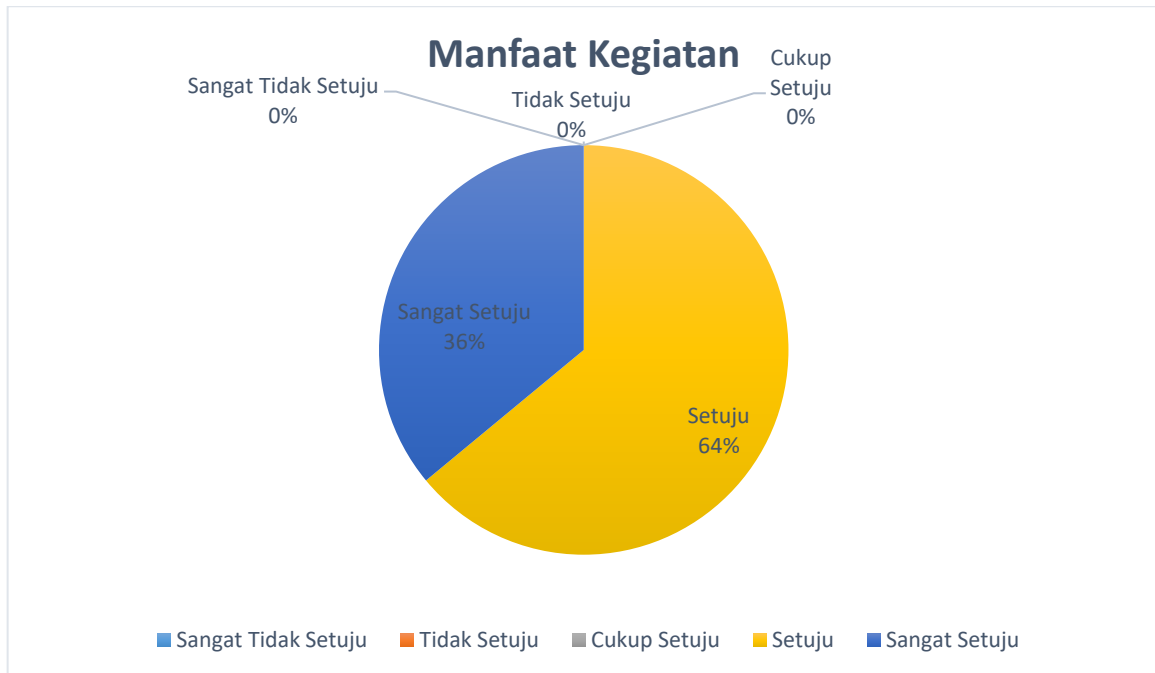
Berdasarkan hasil evaluasi terhadap tema kegiatan pengabdian kepada masyarakat, diperoleh data seperti yang ditunjukkan pada Gambar 2. Mayoritas responden menilai bahwa tema kegiatan tergolong "Update" dengan

persentase 59%, diikuti oleh kategori “Sangat Update” sebesar 27%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar peserta menilai tema kegiatan yang diangkat sudah relevan dengan perkembangan zaman dan kebutuhan masyarakat saat ini. Sementara itu, 9% responden menilai tema kegiatan “Cukup Update”, menandakan bahwa meskipun tema tergolong baik, masih ada ruang untuk peningkatan agar lebih sesuai dengan tren terbaru atau isu aktual di masyarakat. Adapun kategori “Tidak Update” hanya memperoleh 5%, dan “Sangat Tidak Update” bahkan tidak ada (0%). Ini memperlihatkan bahwa hampir seluruh peserta merasa tema yang diangkat telah mencerminkan isu-isu kontemporer dan penting bagi masyarakat.



Gambar 3. Penilaian Peserta Terhadap Narasumber Kegiatan

Berdasarkan Gambar 3, diperoleh data bahwa mayoritas peserta menilai kualitas narasumber berada pada kategori “Bagus” dengan persentase 55%. Selain itu, sebanyak 36% responden memberikan penilaian “Sangat Bagus”, yang menunjukkan bahwa sebagian besar peserta merasa narasumber memiliki kompetensi, kemampuan penyampaian materi, dan penguasaan topik yang sangat baik. Sementara itu, hanya 9% responden yang menilai “Cukup Bagus”, sedangkan kategori “Tidak Bagus” dan “Sangat Tidak Bagus” sama sekali tidak dipilih (masing-masing 0%). Hal ini menggambarkan bahwa tidak ada peserta yang merasa kurang puas terhadap performa narasumber selama kegiatan berlangsung. Secara keseluruhan, hasil evaluasi ini memperlihatkan bahwa narasumber dinilai efektif, komunikatif, dan mampu menyampaikan materi dengan jelas dan menarik. Penilaian positif ini menjadi indikator bahwa narasumber berperan besar dalam keberhasilan kegiatan pengabdian kepada masyarakat, baik dalam hal peningkatan pemahaman peserta maupun relevansi materi dengan kebutuhan audiens.



Gambar 4. Kepuasan Peserta Terhadap Manfaat Kegiatan

Berdasarkan Gambar 4, dapat disimpulkan bahwa seluruh responden memberikan penilaian positif. Sebagian besar peserta, yakni 64%, menyatakan “Setuju” bahwa kegiatan ini memberikan manfaat nyata bagi mereka, baik dari segi peningkatan wawasan, keterampilan, maupun relevansi dengan kebutuhan masyarakat. Selain itu, 36% responden bahkan “Sangat Setuju” bahwa kegiatan ini bermanfaat, menandakan bahwa program pengabdian telah memberikan dampak positif yang dirasakan langsung oleh peserta. Tidak ada responden yang memilih kategori “Cukup Setuju”, “Tidak Setuju”, ataupun “Sangat Tidak Setuju” (masing-masing 0%), yang memperlihatkan tingkat kepuasan dan penerimaan yang sangat tinggi terhadap kebermanfaatannya kegiatan.

Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa kegiatan pengabdian kepada masyarakat dinilai sangat relevan, berdampak positif, dan mampu memberikan kontribusi nyata bagi peningkatan pengetahuan serta keterampilan peserta. Evaluasi ini menjadi indikator bahwa kegiatan telah berhasil mencapai tujuannya dan memberikan nilai tambah bagi masyarakat sasaran.



Gambar 5. Foto Bersama Mitra Pengabdian Kepada Masyarakat

Kegiatan diakhiri dengan foto bersama yang terlihat pada Gambar 5. Mitra berharap kegiatan ini dapat dilaksanakan secara berkelanjutan dan materi dapat disesuaikan dengan kebutuhan mitra agar menjadi solusi yang tepat guna serta kerjasama yang baik antara mitra dengan Universitas Nusa Mandiri.

4. Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema Transformasi Digital Majelis Ta'lim melalui Pelatihan Pembuatan Konten Produk Digital Berbasis Kecerdasan Buatan telah dilaksanakan dengan sukses dan mendapat apresiasi yang tinggi dari para peserta. Pelaksanaan kegiatan berjalan efektif mulai dari tahap persiapan, penyampaian materi, praktik pembuatan konten digital berbasis AI, hingga tahap evaluasi.

Berdasarkan hasil evaluasi yang dilakukan melalui kuesioner, sebanyak 59% peserta menilai bahwa tema kegiatan tergolong "Update", sementara 27% menilai "Sangat Update", menandakan relevansi kegiatan dengan kebutuhan masyarakat saat ini. Dari aspek penyampaian materi, 55% peserta memberikan penilaian "Bagus" dan 36% menilai "Sangat Bagus", menunjukkan bahwa narasumber mampu menyampaikan materi dengan jelas dan menarik. Selain itu, pada aspek manfaat kegiatan, 64% peserta menyatakan "Setuju" dan 36% "Sangat Setuju" bahwa kegiatan ini memberikan manfaat langsung terhadap peningkatan keterampilan mereka dalam membuat konten digital.

Secara keseluruhan, hasil tersebut mencerminkan bahwa kegiatan pengabdian ini berhasil mencapai tujuan, yaitu meningkatkan literasi digital, kreativitas, dan kemampuan anggota majelis ta'lim dalam memanfaatkan teknologi berbasis kecerdasan buatan untuk promosi produk lokal. Diharapkan kegiatan ini dapat dilaksanakan secara berkelanjutan dengan pengembangan materi yang lebih luas agar semakin memperkuat transformasi digital masyarakat berbasis keagamaan.

Referensi

- Atmaja, S. (2024). Pemanfaatan Artificial Intelligence (Ai) Dalam Transformasi Digital Untuk Pelayanan Publik. *Jurnal JUMANIS-BAJA*, 06(1), 9–21.
- Bangsawan, G. (2023). Kebijakan Akselerasi Transformasi Digital di Indonesia: Peluang dan Tantangan untuk Pengembangan Ekonomi Kreatif. *JSKP: Jurnal Studi Kebijakan Publik*, 2, 27–40.
- Budiarti, L., Permata, A. D., Al-lust, I. D., Koerunnissa, G. P., Pertiwi, A. H., Studi, P., Sains, M., & Ekonomi, F. (2025). Peningkatan Daya Saing UMM Melalui Strategi Pemasaran Berbasis Kecerdasan Buatan. *Jurnal BUDIMAS*, 07(01), 5–13.
- Cahyana, N. H., Simanjuntak, O. S., Kusumo, Y. W., Sri, Y., & Prabowo, A. (2025). Transformasi Digital pada UMKM Luthfi Handcraft : Meningkatkan Daya Saing dan Branding Produk Melalui Pemasaran Digital. *Jurnal IKRAITH-ABDIMAS*, 9(3), 388–394.
- Fahdillah, Y., Kadar, M., & Hassandi, I. (2024). Implementasi Transformasi Digital dan Kecerdasan Buatan Sebagai Inovasi Untuk UMKM pada Era Revolusi. 3(1), 266–273.
- Frobenius, A. C., Indriyatmoko, T., Yaqin, A., Ferdiansyah, P., Saputra, E., Hidayat, R. S., & Hartanti, N. T. (2025). Transformasi Komunikasi Instansi Pemerintah melalui Literasi Digital: Program Pelatihan Pembuatan Konten Berbasis AI di Balai Penyelenggara Jaminan Kesehatan Sosial Dinas Kesehatan DIY. *Innovative Action for Community Empowerment*, 1(2), 101–109. <https://nastech.co.id/publication/iace>
- Girfita, S. N., Siswanti, W., & Altiarika, E. (2024). Pemanfaatan Teknologi Artificial Intelligence (AI) Dalam Digitalisasi UMKM Di Desa Namang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara (JPkMN)*, 5(4), 5609–5615.
- Hamdi, S., Chaniago, D. S., Rani, A. P., & Haromain, N. (2025). Pelatihan Pengembangan Konten Berbasis Artificial Intelligence dalam Mendukung Pariwisata Lombok. *Jurnal Ilmiah Pengabdian Dan Inovasi*, 4(1), 51–60.
- Ilham, B., Agunawan, & Ifani, A. Z. (2025). Peningkatan Kapasitas Pemasaran Digital UMKM Sulawesi Selatan melalui Workshop Teknis Kecerdasan Buatan. *Jurnal Pustaka Mitra*, 5(2), 55–59.
- Jaran, P., Pondok, P., Jaisyul, P., & An, Q. U. R. (2025). Pelatihan pembuatan konten digital dalam upaya promosi dan pembela jaran pada pondok pesantren jaisyul qur'an. 3(4).
- Liliana, D. Y., Nalawati, R. E., Marcheta, N., & Huzaifa, M. (2025). Pemanfaatan Artificial Intelligence dalam Digital Marketing : Transformasi UMKM di Kota Depok. 5, 2169–2180.
- Marzuqi, Y., Megawati, & Reality, A. (2025). Pemanfaatan Media Digital dan Kecerdasan Buatan untuk Inovasi Pembelajaran Nilai-Nilai Islam. *Wahana Dedikasi*, 8(1), 60–69.
- Priyadi, Z. A., Dewi, I. R., & Wulandari, O. A. D. (2022). Transformasi Digital dan Pemberdayaan Masyarakat Menuju Ekonomi Kreatif Berkelanjutan di Era Society 5.0. *Ekraf: Jurnal Ekonomi Kreatif Dan Inovatif Indonesia*, 1(2), 84–90.
- Sidoarjo, M. (2025). Pelatihan Pembuatan Produk Digital (Video Kreatif) Dengan Pemanfaatan Kecerdasan Buatan Di SMA Muhammadiyah 2 Sidoarjo. *Jurnal Penamas Adi Buana*, 9(01), 11–20.
- Wutsqo, M. A. (2024). Pemanfaatan Kecerdasan Buatan Untuk Transformasi Pembelajaran Di Era Digital. *Sosaintek*, 257–264.