

Sosialisasi Etika dan Strategi Membuat Konten Digital di Media Sosial Bagi Santriwati di Kota Malang

Ahmad Hasan Ubaid^{1✉}, Mahira Sandria Rahmatiana², Gertha Maria Gultom³,
Taufik Akbar⁴, Yusli Effendi⁵

^{1,2,3,4,5}Universitas Brawijaya

✉¹hasanubaid82@ub.ac.id, ²mhrsandria@gmail.com, ³gerthagultom13@gmail.com,
⁴takbar@ub.ac.id, ⁵y.effendi@ub.ac.id

ARTICLE INFO

Article History:

Submitted: 23 Apr. 2026

Revised: 11 Jun. 2026

21 Jun. 2026

Accepted: 8 Jul. 2026

Published: 29 Jul. 2026

Kata Kunci:

Media Sosial,
Netiquette, PCNU,
Pesantren, Santri,
Tiktok

Keywords:

Netiquette, PCNU,
Santri, Social Media,
Tiktok

Doi:

[10.35931/ak.v6i3.6654](https://doi.org/10.35931/ak.v6i3.6654)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan meningkatkan pemahaman etika digital dan keterampilan produksi konten Islami pada santri di Kota Malang melalui program sosialisasi yang dilaksanakan oleh Universitas Brawijaya bekerja sama dengan PCNU. Metode yang digunakan adalah pre-test dan post-test terhadap 29 santri dengan instrumen kuesioner berisi 10 pertanyaan menggunakan skala Likert lima poin. Variabel yang diukur meliputi kesadaran etika bermedia sosial, pemahaman risiko penyalahgunaan data pribadi, kesadaran terhadap jejak digital, serta kemampuan membuat konten Islami yang relevan bagi generasi muda. Hasil penelitian menunjukkan adanya peningkatan signifikan pada hampir semua indikator. Peningkatan paling mencolok terlihat pada kemampuan membuat konten Islami yang kreatif, dari 17,2% responden pada skala tertinggi sebelum intervensi menjadi 55,2% sesudahnya. Temuan ini menunjukkan bahwa program sosialisasi tidak hanya menambah pengetahuan normatif, tetapi juga memperkuat kapasitas praktis santri. Kontribusi utama penelitian ini adalah memperlihatkan potensi intervensi berbasis kolaborasi pendidikan dan organisasi keagamaan dalam membentuk generasi santri yang adaptif, etis, dan produktif di ruang digital.

ABSTRAK

This study aims to enhance digital ethics awareness and Islamic content creation skills among santri in Malang City through a socialization program implemented by Universitas Brawijaya in collaboration with PCNU. The method employed was a pre-test and post-test design involving 29 santri, using a questionnaire of 10 items on a five-point Likert scale. The measured variables included awareness of ethical social media use, understanding of personal data misuse risks, consciousness of digital footprints, and the ability to create Islamic content relevant to young audiences. The findings indicate significant improvements across nearly all indicators. The most notable increase was observed in the ability to produce creative Islamic content, rising from 17.2% of respondents at the highest scale before the intervention to 55.2% afterwards. These results demonstrate that the program not only strengthened normative knowledge but also enhanced practical capacities of santri. The main contribution of this study is to highlight the potential of educational-religious collaboration in shaping a generation of santri who are adaptive, ethical, and productive in the digital sphere.

PENDAHULUAN

Kota Malang sejak lama dikenal sebagai salah satu pusat pendidikan di Indonesia. Julukan “Kota Pendidikan” berhasil disanjung berkat keberadaan berbagai jenjang lembaga pendidikan formal maupun nonformal berdiri di wilayah ini, mulai dari pendidikan anak usia dini hingga perguruan tinggi. Dari sisi sarana, pada tahun ajaran 2019/2020 Kota Malang memiliki 337 sekolah dasar, 141 sekolah menengah pertama, dan 125 sekolah menengah atas, dengan dukungan tenaga pendidik yang memadai.¹ Fakta ini semakin mengokohkan posisi Kota Malang sebagai kota pendidikan yang tidak hanya menjadi magnet bagi pelajar lokal, tetapi juga pelajar dari berbagai daerah di Indonesia. Keberadaan pondok pesantren turut menambah kekayaan ekosistem pendidikan di Kota Malang. Berdasarkan data Kementerian Agama RI pada tahun 2024, terdapat 84 pondok pesantren dengan total 6.962 santri.² Kehadiran pesantren ini tidak hanya melahirkan generasi yang menguasai ilmu-ilmu agama, tetapi juga berperan dalam mencetak kader bangsa yang diharapkan mampu menghadapi tantangan zaman.³

Santri sebagai bagian dari generasi Z hidup dalam era digital yang penuh dengan keterhubungan global. Kehidupan mereka tidak bisa dilepaskan dari perkembangan teknologi informasi, internet, dan media sosial.⁴ Jika dahulu santri identik dengan stigma keterisolasian dari dunia luar karena rutinitas pesantren, maka kini hal itu semakin memudar. Para santri sama seperti remaja lain yang aktif menggunakan media sosial sebagai sarana komunikasi, hiburan, bahkan pencarian identitas. Media sosial, terutama TikTok, telah menjadi ruang baru di mana santri ikut berpartisipasi dan mengekspresikan diri.⁵

Perkembangan TikTok sebagai salah satu platform media sosial paling populer semakin menegaskan fenomena ini. Berdasarkan laporan *We Are Social* dan Meltwater pada tahun 2024, jumlah pengguna TikTok secara global mencapai 1,58 miliar. Indonesia bahkan menempati posisi pertama sebagai negara dengan jumlah pengguna TikTok terbanyak di dunia, yakni sekitar 157,6 juta pengguna.⁶ Data ini menunjukkan betapa besar penetrasi TikTok dalam kehidupan masyarakat Indonesia, termasuk kalangan muda di pesantren. Dengan jumlah pengguna sebesar itu, TikTok tidak hanya menjadi sarana hiburan semata, melainkan juga ruang interaksi sosial, distribusi informasi, serta arena pembentukan opini publik.

¹ Badan Pusat Statistik Kota Malang, *Statistik Pendidikan Kota Malang 2020* (2022), <https://malangkota.bps.go.id/publication/2022/07/05/8614c2f73ef426b6c8393687/statistik-pendidikan-kota-malang-2020.html>.

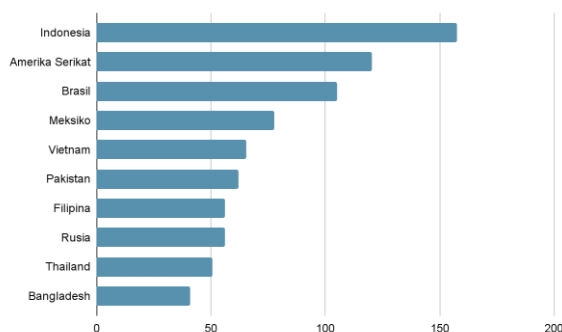
² Kementerian Agama, *Data Pondok Pesantren Dan Jumlah Santri Di Kota Malang* (2024), <https://satudata.kemenag.go.id/dataset/detail/jumlah-pondok-pesantren-menurut-tipe>.

³ Gatot Krisdiyanto et al., “Sistem Pendidikan Pesantren Dan Tantangan Modernitas,” *Tarbawi : Jurnal Ilmu Pendidikan* 15, no. 1 (June 2019), <https://doi.org/10.32939/tarbawi.v15i1.337>.

⁴ Khoirul Adib and Brilliant Nurin Nada, “Santri Generasi Z Sebagai Navigator Nilai Agama Dan Tradisi Di Era Digitalisasi,” *Robbayana: Jurnal Pendidikan Agama Islam* 2, no. 1 (June 2024), <https://doi.org/10.71029/robbayana.v2i1.40>.

⁵ Khoirul Adib and Brilliant Nurin Nada.

⁶ Raisya Aliya Fatika, *10 Negara Dengan Pengguna TikTok Terbesar, Indonesia Urutan Berapa?*, n.d., <https://data.goodstats.id/statistic/10-negara-dengan-pengguna-tiktok-terbesar-indonesia-urutan-berapa-xFOgI>.



Grafik 1. 10 Negara dengan Pengguna TikTok Terbesar di Dunia

Sumber: GoodStats⁷

Namun, pesatnya arus digitalisasi ini tidak serta merta membawa dampak positif. Terlepas dari eksistensinya yang mampu mengekspansi aksesibilitas masyarakat terhadap ilmu pengetahuan, aplikasi ini kerap dipenuhi dengan berbagai konten negatif seperti penyebaran hoaks, tantangan berbahaya, hingga konten yang menjurus pada ranah sensual. Seperti halnya media sosial lain, penggunaan aplikasi Tiktok memiliki pengaruh buruk atau baik tergantung pada penggunaannya. Hal ini dikarenakan adanya algoritma yang tergantung dari minat, kebiasaan, dan jejak pencarian pengguna. Jejaring media sosial dalam kalangan remaja merupakan bagian dari mereka, sehingga pengaruh positif atau negatif merupakan bagian yang lekat pada perkembangan teknologi saat ini.⁸

Tabel 1. Tren Peningkatan Pengguna Internet di Indonesia 2020-2025

Tahun	Jumlah Pengguna Internet (Juta)	Persentase Penetrasi (%)	Pertumbuhan Tahunan (%)
2020	175,4	64	8,5
2021	190	69	8,3
2022	204,7	74	7,7
2023	212,9	77	4
2024	220	79,5	3,3
2025	230	82	4,5

Sumber: Herco Digital⁹

⁷ Fatika, *10 Negara Dengan Pengguna TikTok Terbesar, Indonesia Urutan Berapa?*

⁸ Jayme Waddington, "Social Networking: The Unharnessed Educational Tool," *URJ-UCCS: Undergraduate Research Journal at UCCS* 4, no. 1 (January 2011), <https://urj.uccs.edu/index.php/urj/article/view/113>.

⁹ Herco Digital, "Tren Peningkatan Internet Di Indonesia Hingga Tahun 2025," *Herco Digital*, January 1, 2025, <https://www.herco-digital.id/trend-peningkatan-internet-di-indonesia-hingga-tahun-2025-analisis-mendalam-berbasis-data/>.

Permasalahan etika digital ini semakin mendesak untuk ditangani karena berkaitan langsung dengan tren meningkatnya jumlah pengguna internet di Indonesia. Data dalam Tabel 1 menunjukkan bahwa pengguna internet Indonesia terus mengalami peningkatan dari 175,4 juta pada tahun 2020 menjadi 230 juta pada 2025, dengan penetrasi mencapai 82% dari total penduduk. Pertumbuhan ini membuka peluang sekaligus risiko dimana semakin banyak masyarakat terpapar konten negatif yang tidak sesuai dengan nilai-nilai moral dan norma sosial. Fenomena ini tidak lepas pula dari kehidupan santri di Indonesia, seperti yang ramai di Tiktok beberapa waktu lalu, bermunculan konten-konten dari santri yang dianggap kurang etis, seperti konten pembahasan fathul izzar yang bukannya membahas substansi yang edukatif justru terlalu fokus pada bagian-bagian yang menjurus ke arah seksual, terdapat pula konten-konten menari santri disaat sholat yang diposting dengan caption “goyang ulekan sambel” di acara pengajian. Hal ini tentunya jauh dari peran kaum santri yang seharusnya bisa menyampaikan pesan agama yang *salih li kulli zaman wa makan* yaitu baik untuk segala waktu dan tempat.¹⁰



Dalam konteks ini, etika bermedia sosial menjadi pondasi penting. Etika merupakan hal yang penting untuk membentuk individu yang saling menghormati hingga terbentuk masyarakat yang saling menghormati.¹¹ Maraknya aktivitas masyarakat di internet telah memunculkan istilah *netiquette*, konsep *netiquette* (*network etiquette*) menekankan pentingnya sikap sopan, santun, dan penuh rasa hormat dalam interaksi digital.¹² Kepatuhan terhadap etika digital bukan hanya soal formalitas, melainkan bagian dari menciptakan ruang virtual yang sehat, produktif, dan saling menghargai.¹³ Tanpa etika, media sosial

¹⁰ Noval Setiawan and Arifatul Khiyaroh, “Urgensi Dan Strategi Dakwah Santri Di Era Digitalisasi,” *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 7, no. 2 (November 2022), <https://doi.org/10.29240/jdk.v7i2.5774>.

¹¹ Candra Zonyfar et al., “Literasi Digital: Penguatan Etika Dan Interaksi Siswa Di Media Sosial,” *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)* 6, no. 2 (April 2022), <https://doi.org/10.31764/jmm.v6i2.7274>.

¹² Uğur Oral, “Netiquette: Fundamentals of Etiquette in Digital Communication,” *European Journal of Theoretical and Applied Sciences* 1, no. 5 (September 2023), [https://doi.org/10.59324/ejtas.2023.1\(5\).70](https://doi.org/10.59324/ejtas.2023.1(5).70).

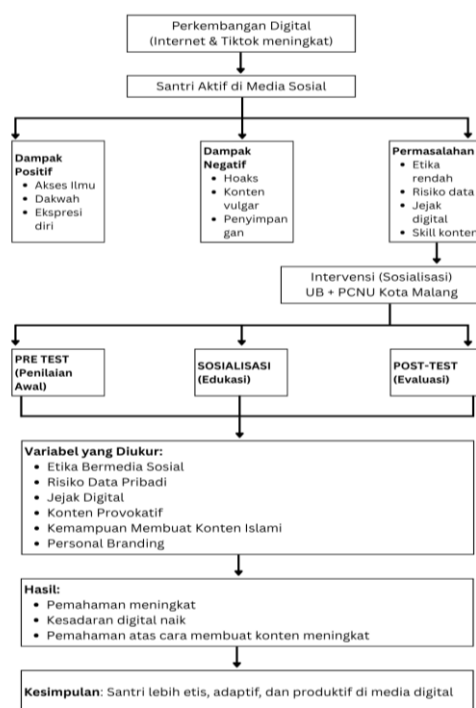
¹³ Uğur Oral, “Netiquette: Fundamentals of Etiquette in Digital Communication,” *European Journal of Theoretical and Applied Sciences* 1, no. 5 (2023), [https://doi.org/10.59324/ejtas.2023.1\(5\).70](https://doi.org/10.59324/ejtas.2023.1(5).70).

berpotensi melahirkan konflik, kesalahpahaman, dan degradasi moral di kalangan generasi muda, termasuk santri.¹⁴ Oleh sebab itu, kemampuan santri dalam memahami etika digital serta strategi produksi konten kreatif yang sesuai syariat dan nilai sosial menjadi kebutuhan yang sangat mendesak.¹⁵

Melihat urgensi ini, PCNU (Pengurus Cabang Nahdlatul Ulama) Kota Malang sebagai salah satu organisasi keagamaan lokal memiliki peran penting untuk memberikan edukasi etika digital kepada para santri. Sinergi dengan perguruan tinggi menjadi langkah strategis untuk menyelenggarakan program pengabdian masyarakat yang terarah. Oleh karena itu, tim pengabdian Universitas Brawijaya bekerja sama dengan PCNU Kota Malang berinisiatif melaksanakan program “Sosialisasi Etika dan Strategi Membuat Konten Digital di Media Sosial bagi Santri di Kota Malang”. Program ini tidak hanya berfokus pada peningkatan kesadaran etika bermedia sosial, tetapi juga memberikan keterampilan praktis dalam pembuatan konten digital yang kreatif, edukatif, dan inspiratif.

METODE PENGABDIAN

Pelaksanaan kegiatan ini akan dilakukan melalui beberapa metode dan pendekatan sesuai tujuan akhirnya, yakni terbekalinya santri di Kota Malang dengan pengetahuan mengenai etika bermedia sosial dan strategi membuat konten media sosial yang bermanfaat untuk dibagikan di media sosial. Kegiatan ini akan dilakukan melalui beberapa rangkaian kegiatan bersama dengan santri Kota Malang.



Gambar 6. Kerangka Pengabdian Etika Digital & Strategi Konten Santri di Media Sosial

¹⁴ Naila Dwi Afwiyana, “Langkah Cerdas Bermedia Sosial Di Kalangan Santri Milenial,” *SAINTEKBU* 11, no. 2 (September 2019), <https://doi.org/10.32764/saintekbu.v11i2.361>.

¹⁵ Moch. Fauzie Said and Novy Setya Yunas, “Edukasi Kebijakan Pemanfaatan Media Sosial (Internet) Guna Membangun Jiwa Berintegritas Pada Santri,” *Jurnal Abdi Insani* 12, no. 3 (March 2025), <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v12i3.2341>.

Berdasarkan permasalahan yang diidentifikasi dalam peta konsep, penelitian ini merumuskan sejumlah pernyataan yang digunakan sebagai instrumen dalam pre-test dan post-test untuk mengukur tingkat pemahaman dan kesadaran santri terhadap etika bermedia sosial. Pernyataan-pernyataan tersebut disusun berdasarkan variabel utama, yaitu Etika bermedia sosial, pemahaman risiko data pribadi, kesadaran terhadap jejak digital, kemampuan mengenali konten negatif, keterampilan membuat konten islami, serta pemahaman terkait personal branding. Secara operasional, pernyataan yang diajukan meliputi kemampuan santri dalam menyampaikan pendapat secara etis tanpa merugikan pihak lain, kesadaran dalam menjaga dan melindungi data pribadi saat beraktivitas di media sosial, serta pemahaman terhadap jangka panjang dari jejak digital yang ditinggalkan. Selain itu, instrumen juga memuat pernyataan terkait kemampuan santri dalam mengidentifikasi konten yang bersifat provokatif, vulgar, atau menyesatkan, serta kemampuan memanfaatkan tren media sosial secara positif. Untuk aspek keterampilan, pernyataan difokuskan pada kemampuan santri dalam membuat konten yang relevan dengan generasi muda tanpa meninggalkan nilai-nilai agama dan norma sosial. Lebih lanjut, terdapat pula pernyataan yang mengukur pemahaman santri mengenai pentingnya membangun personal branding yang baik dibandingkan sekadar viralitas instan, serta persepsi mereka terhadap media sosial sebagai sarana penyebaran ilmu dan dakwah.

Untuk melakukan intervensi tersebut, pada tahap pertama kami melakukan pre-test yang dirancang untuk menilai pemahaman dasar para santri terkait etika bermedia sosial. Kegiatan ini berfungsi sebagai langkah awal untuk mengumpulkan informasi penting dari partisipan sebelum intervensi sosialisasi diberikan.¹⁶ Instrumen pre-test yang disiapkan oleh Tim Pengabdian berupa kuesioner singkat dengan sepuluh pertanyaan umum. Setiap item memiliki opsi jawaban menggunakan skala lima poin untuk mengidentifikasi pola penggunaan media sosial serta tingkat pengetahuan santri. Target partisipan berjumlah 20 santri, yang ditentukan berdasarkan pertimbangan kelayakan dan pencapaian tujuan program.

Tahap kedua adalah sesi sosialisasi yang berfokus pada etika bermedia sosial dan strategi pembuatan konten digital, dipandu oleh seorang ahli di bidangnya. Sebagai mitra pelaksana, PCNU berperan aktif dengan menyediakan fasilitas dan sarana pendukung, sekaligus memfasilitasi keikutsertaan santri. Tahap ini dirancang dengan pendekatan partisipatif serta memanfaatkan beragam teknik pembelajaran aktif untuk memastikan santri tidak hanya mendengarkan, tetapi juga berinteraksi serta terlibat dalam diskusi langsung.¹⁷ Sosialisasi merupakan proses pembelajaran yang dilalui individu untuk memperoleh pengetahuan, keterampilan, nilai, serta norma yang diperlukan agar mampu berperan dan berpartisipasi sebagai anggota dalam kehidupan bermasyarakat.¹⁸ Sesi ini ditutup dengan segmen tanya jawab terbuka setelah penyampaian materi.

¹⁶ Tomáš Kozík and Jozefína Slivová, "Netiquette in Electronic Communication," *International Journal of Engineering Pedagogy (IJEP)* 4, no. 3 (2014), <https://doi.org/10.3991/ijep.v4i3.3570>.

¹⁷ Kun Sila Ananda et al., "Peningkatan Kesadaran Beretika Di Media Sosial Bagi Peserta Didik Pada Sekolah Menengah Atas Di Kota Malang," *Aptekmas Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 4, no. 4 (2021).

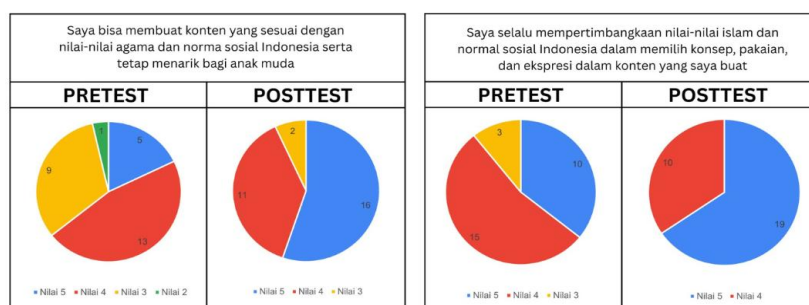
¹⁸ Jauharil Maknuni and Ishaq, "Peningkatan Literasi Digital Dan Etika Bermedia Sosial Bagi Santri Dayah Darul Muta'alimin," *BA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 2, no. 1 (2024), <https://doi.org/10.58477/ba.v2i1.227>.

Tahap terakhir adalah post-test yang dilaksanakan untuk mengevaluasi perubahan pengetahuan dan sikap santri. Instrumen yang digunakan sama dengan pre-test guna memungkinkan perbandingan yang objektif. Evaluasi ini menjadi bukti adanya peningkatan pemahaman terhadap etika bermedia sosial serta kesadaran dalam berinteraksi digital secara bertanggung jawab.¹⁹ Hasil yang diperoleh diharapkan menunjukkan bahwa program berhasil membekali peserta dengan pengetahuan mengenai praktik digital yang etis serta strategi untuk menghasilkan konten digital yang konstruktif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang diselenggarakan oleh Tim Pengabdian Universitas Brawijaya menargetkan terciptanya perubahan positif terkait pemahaman dan kesadaran santri mengenai etika bermedia sosial. Kegiatan ini dilakukan bersama dengan PCNU Kota Malang dengan harapan mampu menyelesaikan permasalahan akan kerentanan para santri sebagai bagian dari generasi muda terhadap paparan pengaruh negatif dari perkembangan teknologi yang pesat. Dalam pelaksanaannya, Tim Pengabdian menjalankan sebuah sosialisasi yang disertai dengan kegiatan *pre test* dan *post test* sebagai sarana evaluasi yang akan memproyeksikan perubahan sebelum dan sesudah sosialisasi dilakukan terhadap pemahaman dan kesadaran para santri terhadap pemakaian media sosial sebagaimana tujuan fundamental dari pengabdian ini.

Sebelum pemateri memulai pemaparan informasi dan sesi diskusi, peserta diarahkan untuk mengerjakan kuis singkat yang merupakan tahapan *pre test* dari pengabdian ini. Setiap pertanyaan dari *pre test* tersebut dirangkai berdasarkan aspek-aspek yang menjadi tolak ukur utama dari pemetaan awal dan evaluasi akhir terkait pemahaman dan kesadaran para santri terhadap penggunaan media sosial.



¹⁹ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2021).



Gambar 8. Hasil *Pre Test* dan *Post Test* Para Santri, Peserta Sosialisasi Mengenai Etika Bermedia Sosial dan Strategi Membuat Konten Digital

Sumber: Data diolah Peneliti

Berdasarkan hasil *pre test*, secara umum, para santri telah memiliki kesadaran dasar terhadap pentingnya menjaga etika digital tetapi masih terdapat sejumlah responden yang berada di kategori menengah (skala 2-3). Misalnya, dalam aspek batasan menyampaikan pendapat, meskipun mayoritas responden sudah berada pada kategori tinggi dengan 44,8% memilih skala 4 dan 51,7% skala 5, masih terdapat 3,4% yang menilai dirinya pada tingkat menengah. Begitu pula pada pemahaman risiko penyalahgunaan data pribadi 58,6% responden berada di skala 5 dan 27,6% di skala 4 dengan keberadaan

13,8% berada di skala 3. Kondisi serupa terlihat pada kesadaran terhadap dampak jangka panjang jejak digital dengan 10,3% responden masih berada di tingkat menengah.

Kelemahan paling menonjol terlihat pada kemampuan membuat konten Islami yang relevan dengan anak muda. Para santri yang berada di kategori tinggi berkisar 17,2% dari total keseluruhan 29 santri yang hadir, sementara 31% lainnya masih menilai dirinya di skala 3 dan 3,4% di skala 2. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun dasar pemahaman etika bermedia sosial sudah dimiliki, masih terdapat ketimpangan dalam kepercayaan terhadap kredibilitas diri dan keterampilan santri untuk menerapkannya secara nyata. Meskipun demikian, keberadaan sejumlah responden yang menempatkan dirinya pada tingkat pemahaman menengah menandakan adanya ruang peningkatan dalam aspek pemahaman maupun kepercayaan diri mereka untuk menerapkan etika bermedia sosial secara konsisten.

Hal ini mengindikasikan bahwa kesadaran normatif belum sepenuhnya diikuti oleh kemampuan praktis, sehingga intervensi program perlu difokuskan pada peningkatan keterampilan produksi konten Islami yang relevan sekaligus memperkuat kepercayaan diri santri sebagai aktor digital.



Gambar 9. Dokumentasi Pelaksanaan Sosialisasi Mengenai Etika Bermedia Sosial dan Strategi Membuat Konten Digital

Sosialisasi yang diberikan melalui program pengabdian masyarakat ini kemudian hadir sebagai bentuk intervensi yang dirancang untuk memberdayakan ruang peningkatan tersebut. Intervensi ini tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membekali santri dengan wawasan praktis, pengalaman diskusi, dan refleksi kritis sehingga mereka memiliki kepercayaan diri lebih kuat untuk menempatkan etika digital secara konsisten. Dengan kontribusi aktif dari PCNU Kota Malang sebagai mitra sekaligus pemateri, santri diarahkan untuk memahami aspek-aspek krusial dalam bermedia sosial antara lain etika

menyampaikan pendapat, pengelolaan data pribadi, kesadaran terhadap konten provokatif, hingga kemampuan memproduksi konten yang selaras dengan nilai Islam tetapi tetap menarik. Intervensi ini menekankan bahwa ruang digital tidak hanya tempat interaksi, tetapi juga arena dakwah, edukasi, dan pembentukan citra diri yang berkelanjutan.

Hasil post-test memperlihatkan adanya perubahan signifikan setelah sosialisasi dilakukan sebagaimana ditampilkan pada Gambar 8. Pada aspek batasan menyampaikan pendapat, terjadi lonjakan dari 51,7% di skala 5 menjadi 68,9%, dan tidak ada lagi responden yang berada di bawah skala 4. Pemahaman mengenai risiko penyalahgunaan data pribadi juga menguat dengan peningkatan responden di skala 5 dari 58,6% menjadi 69%, sementara responden di skala 3 berkurang drastis dari 13,8% menjadi hanya 3,4%. Kesadaran akan konten provokatif, vulgar, atau menyesatkan yang sebelumnya masih menyisakan 3,4% responden di tingkat menengah kini meningkat seragam dimana terdapat 65,5% di skala 5 dan 34,5% di skala 4. Begitu pula pada kesadaran dampak jangka panjang jejak digital, yang naik dari 51,7% menjadi 69% pada skala 5, dengan hilangnya responden di skala menengah.

Perubahan paling mencolok terjadi pada aspek kemampuan membuat konten Islami yang relevan dengan anak muda. Dari yang semula hanya 17,2% responden menempatkan diri pada kategori tertinggi, setelah sosialisasi meningkat pesat menjadi 55,2%. Jumlah responden yang masih di skala 3 berkurang signifikan dari 31% menjadi hanya 6,9%, dan tidak ada lagi yang berada di skala 2. Perubahan ini sangat signifikan karena mencerminkan tercapainya tujuan utama pengabdian yaitu, membekali santri agar tidak hanya mengonsumsi, tetapi juga memproduksi konten digital dengan kualitas Islami yang mampu menarik generasi muda. Peningkatan ini menandai transformasi dari keraguan menjadi keyakinan diri yang lebih kuat dalam memanfaatkan media sosial secara kreatif dan etis.

Aspek lain yang juga menunjukkan peningkatan adalah pemahaman tentang penggunaan tren atau viral content dengan nilai positif. Dari 24,1% responden di skala 5 pada pre-test, hasil post-test melonjak hingga 69%. Santri yang sebelumnya berada di skala rendah (2 dan 3) berkurang signifikan, menyisakan hanya 10,3% di skala 3. Begitu pula dalam hal mempertimbangkan nilai Islam dan norma sosial dalam memilih konsep atau ekspresi konten, terjadi peningkatan jumlah responden di skala 5 dari 37,9% menjadi 65,5%. Pada pemahaman cara melaporkan atau menghindari konten yang tidak sesuai etika Islam, meskipun masih tersisa 10,3% responden di skala 3, jumlah responden yang berada di skala 5 meningkat dari 34,5% menjadi 55,2%.

Sementara itu, pandangan tentang media sosial sebagai sarana efektif untuk menyebarkan ilmu juga menunjukkan perbaikan signifikan. Responden yang berada di skala 5 meningkat dari 55,2% menjadi 72,4%, dan tidak ada lagi yang berada di tingkat menengah. Pada aspek terakhir, pemahaman tentang pentingnya personal branding dibanding sekadar viralitas instan, hasil post-test memperlihatkan penguatan yang jelas yaitu, dari 48,3% di skala 5 menjadi 72,4%. Hal ini menunjukkan semakin matangnya perspektif santri dalam memandang media sosial sebagai ruang pembentukan citra diri berjangka panjang.

Sosialisasi yang diberikan melalui program pengabdian masyarakat ini kemudian hadir sebagai bentuk intervensi yang dirancang untuk memberdayakan ruang peningkatan tersebut. Intervensi ini tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membekali santri dengan wawasan praktis, pengalaman diskusi, dan refleksi kritis sehingga mereka memiliki kepercayaan diri lebih kuat untuk menempatkan etika digital secara konsisten. Dengan kontribusi aktif dari PCNU Kota Malang sebagai mitra sekaligus pemateri, santri diarahkan untuk memahami aspek-aspek krusial dalam bermedia sosial antara lain etika menyampaikan pendapat, pengelolaan data pribadi, kesadaran terhadap konten provokatif, hingga kemampuan memproduksi konten yang selaras dengan nilai Islam tetapi tetap menarik. Intervensi ini menekankan bahwa ruang digital tidak hanya tempat interaksi, tetapi juga arena dakwah, edukasi, dan pembentukan citra diri yang berkelanjutan.

Hasil post-test memperlihatkan adanya perubahan signifikan setelah sosialisasi dilakukan sebagaimana ditampilkan pada Gambar 8. Pada aspek batasan menyampaikan pendapat, terjadi lonjakan dari 51,7% di skala 5 menjadi 68,9%, dan tidak ada lagi responden yang berada di bawah skala 4. Pemahaman mengenai risiko penyalahgunaan data pribadi juga menguat dengan peningkatan responden di skala 5 dari 58,6% menjadi 69%, sementara responden di skala 3 berkurang drastis dari 13,8% menjadi hanya 3,4%. Kesadaran akan konten provokatif, vulgar, atau menyesatkan yang sebelumnya masih menyisakan 3,4% responden di tingkat menengah kini meningkat seragam dimana terdapat 65,5% di skala 5 dan 34,5% di skala 4. Begitu pula pada kesadaran dampak jangka panjang jejak digital, yang naik dari 51,7% menjadi 69% pada skala 5, dengan hilangnya responden di skala menengah.

Program sosialisasi yang dilaksanakan bersama PCNU Kota Malang terbukti efektif sebagai intervensi dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan digital para santri. Hasil post-test menunjukkan peningkatan signifikan pada hampir semua indikator, mulai dari etika menyampaikan pendapat, kesadaran terhadap risiko penyalahgunaan data pribadi, hingga pemahaman tentang jejak digital. Pergeseran responden dari kategori menengah ke kategori tinggi memperlihatkan bahwa intervensi tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga berhasil membekali santri dengan pengalaman praktis, refleksi kritis, dan kepercayaan diri untuk menempatkan etika digital secara konsisten.

Peningkatan paling mencolok terlihat pada kemampuan membuat konten islami yang relevan dengan anak muda, yang melonjak dari 17,2% ke 55,2% responden di kategori tertinggi. Santri juga menunjukkan kemajuan dalam memanfaatkan tren positif, mempertimbangkan norma Islam dalam ekspresi konten, serta memahami pentingnya personal branding disbanding sekadar viralitas instan.

Peningkatan literasi digital di kalangan santri tidak dapat dilepaskan dari semakin luasnya peran media sosial sebagai ruang produksi dan distribusi pengetahuan keagamaan. Dalam konteks ini, kemampuan untuk tidak hanya mengakses, tetapi juga memproduksi konten yang berkualitas menjadi indikator penting dari literasi digital yang matang. Menurut UNESCO, literasi digital mencakup

kemampuan kognitif, teknis, dan sosial yang memungkinkan individu untuk menggunakan teknologi secara kritis, kreatif, dan bertanggungjawab.²⁰

Keberhasilan intervensi yang dilakukan oleh Tim Pengabdian Universitas Brawijaya dan PCNU Kota Malang menunjukkan bahwa Ketika aspek kognitif dan teknis dipadukan, kepercayaan diri santri meningkat secara signifikan. Hal ini terlihat jelas pada lonjakan kemampuan pembuatan konten Islami yang relevan bagi anak muda, dari angka 17,2% menjadi 55,2% pada kategori tertinggi. Perubahan ini menandakan bahwa santri mulai mampu mengontekstualisasikan nilai-nilai keagamaan ke dalam format digital yang lebih cair, populer, dan mudah diterima oleh generasi sebaya mereka melalui strategi digital storytelling yang efektif.²¹

Peningkatan literasi ini tidak hanya berhenti pada estetika konten, tetapi juga merambah pada tanggung jawab sosial dan etika berdigital. Hasil post-test yang menunjukkan hilangnya responden di skala menengah pada aspek etika berpendapat serta pemahaman risiko penyalahgunaan data pribadi mengindikasikan adanya internalisasi kesadaran akan keamanan digital.²² Santri kini memahami bahwa setiap aktivitas di ruang siber meninggalkan rekam jejak permanen yang dapat memengaruhi citra diri mereka serta institusi pesantren di masa depan. Kesadaran ini merupakan bentuk moderasi beragama di ruang digital, di mana mereka menjadi agen yang aktif menyaring konten provokatif sebelum menyebarkannya. Selain itu, lonjakan pemahaman penggunaan konten viral untuk tujuan positif hingga 69% menunjukkan bahwa santri tidak lagi pasif terhadap tren, melainkan mampu menjadikannya instrumen dakwah yang strategis sesuai dengan pilar budaya digital.²³

Lebih lanjut, penguatan pemahaman mengenai personal branding yang mencapai 72,4% mengonfirmasi kematangan perspektif santri dalam memandang media sosial sebagai ruang pembentukan citra diri yang berkelanjutan, bukan sekadar mengejar viralitas instan. Sinergi antara akademisi Universitas Brawijaya yang menyediakan kerangka metodologis dengan PCNU Kota Malang sebagai pemegang legitimasi kultural terbukti efektif dalam mentransformasi lanskap kesadaran digital santri. Secara keseluruhan, kegiatan ini telah berhasil membekali santri dengan kompetensi yang memungkinkan mereka bertransformasi dari sekadar konsumen informasi menjadi aktor utama yang kreatif, kritis, dan bertanggung jawab. Literasi digital yang matang pada akhirnya membentuk karakter santri yang tidak hanya saleh secara ritual, tetapi juga saleh secara digital (*digital citizenship*) di tengah pesatnya perkembangan teknologi global.²⁴

²⁰UNESCO, *Digital Literacy Framework*, 2018, <https://unevoc.unesco.org/home/Digital+Competence+Frameworks/lang=en/id=5>.

²¹ Nikita Renovich Burju Sibarani, "Defining Digital Literacy. What Young People Need to Know About Digital Media," paper presented at Conference: Defining Digital Literacy, October 2021.

²² Kementerian Kominfo RI, *Peta Jalan Literasi Digital Indonesia 2021-2024*, (Jakarta), 2021.

²³ Rulli Nasrullah, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015).

²⁴ Nancy Law et al., "A Global Framework of Reference on Digital Literacy Skills for Indicator 4.4.2," UIS Information Paper: UNESCO, 2018.

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa santri di Kota Malang memiliki kesadaran dasar mengenai etika digital, namun masih lemah dalam keterampilan memproduksi konten Islami yang relevan dengan generasi muda. Melalui program sosialisasi Universitas Brawijaya–PCNU, terjadi peningkatan signifikan dalam pemahaman etika bermedia sosial, kesadaran terhadap risiko jejak digital, serta kemampuan menciptakan konten Islami yang kreatif dan inspiratif. Intervensi ini berhasil mentransformasi santri dari sekadar konsumen pasif menjadi produsen konten digital yang lebih etis, adaptif, dan mampu memanfaatkan media sosial sebagai ruang dakwah dan edukasi.

Untuk penelitian selanjutnya, perlu dilakukan kajian longitudinal guna melihat konsistensi perubahan perilaku santri pasca intervensi, serta perbandingan lintas daerah untuk memahami pengaruh konteks sosial dan budaya. Analisis berbasis gender dan generasi juga penting untuk menangkap dinamika pengalaman bermedia sosial yang lebih spesifik. Selain itu, penelitian dapat diarahkan pada eksplorasi strategi produksi konten Islami yang lebih inovatif serta evaluasi efektivitas kolaborasi multi-aktor, termasuk pesantren, perguruan tinggi, pemerintah, dan platform digital, dalam membentuk ekosistem media sosial yang sehat dan produktif bagi santri.

DAFTAR PUSTAKA

- Afwiyana, Naila Dwi. “Langkah Cerdas Bermedia Sosial Di Kalangan Santri Milenial.” *SAINTEKBU* 11, no. 2 (September 2019). <https://doi.org/10.32764/saintekbu.v11i2.361>.
- Ananda, Kun Sila, Megasari Noer Fatanti, Rani Prita Prabawangi, and Ananda Dwitha Yuniar. “Peningkatan Kesadaran Beretika Di Media Sosial Bagi Peserta Didik Pada Sekolah Menengah Atas Di Kota Malang.” *Aptekmas Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 4, no. 4 (2021).
- Badan Pusat Statistik Kota Malang. *Statistik Pendidikan Kota Malang 2020*. 2022. <https://malangkota.bps.go.id/publication/2022/07/05/8614c2f73ef426b6c8393687/statistik-pendidikan-kota-malang-2020.html>.
- Candra Zonyfar, Maharina Maharina, Sihabudin Sihabudin, and Khusaeri Ahmad. “Literasi Digital: Penguatan Etika Dan Interaksi Siswa Di Media Sosial.” *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)* 6, no. 2 (April 2022). <https://doi.org/10.31764/jmm.v6i2.7274>.
- Digital, Herco. “Tren Peningkatan Internet Di Indonesia Hingga Tahun 2025.” *Herco Digital*, January 1, 2025. <https://www.hercoigital.id/trend-peningkatan-internet-di-indonesia-hingga-tahun-2025-analisis-mendalam-berbasis-data/>.
- Fatika, Raisya Aliya. *10 Negara Dengan Pengguna TikTok Terbesar, Indonesia Urutan Berapa?* n.d. <https://data.goodstats.id/statistic/10-negara-dengan-pengguna-tiktok-terbesar-indonesia-urutan-berapa-xFOgI>.
- Jauharil Maknuni and Ishaq. “Peningkatan Literasi Digital Dan Etika Bermedia Sosial Bagi Santri Dayah Darul Muta’alimin.” *BA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 2, no. 1 (May 2024). <https://doi.org/10.58477/ba.v2i1.227>.
- Kementerian Agama. *Data Pondok Pesantren Dan Jumlah Santri Di Kota Malang*. 2024. <https://satudata.kemenag.go.id/dataset/detail/jumlah-pondok-pesantren-menurut-tipe>.
- Kementerian Kominfo RI. *Peta Jalan Literasi Digital Indonesia 2021-2024*. (Jakarta), 2021.

- Khoirul Adib and Brillian Nurin Nada. "Santri Generasi Z Sebagai Navigator Nilai Agama Dan Tradisi Di Era Digitalisasi." *Robbayana: Jurnal Pendidikan Agama Islam* 2, no. 1 (June 2024). <https://doi.org/10.71029/robbayana.v2i1.40>.
- Kozík, Tomáš, and Jozefína Slivová. "Netiquette in Electronic Communication." *International Journal of Engineering Pedagogy (iJEP)* 4, no. 3 (June 2014). <https://doi.org/10.3991/ijep.v4i3.3570>.
- Krisdiyanto, Gatot, Muflikha Muflikha, Elly Elvina Sahara, and Choirul Mahfud. "Sistem Pendidikan Pesantren Dan Tantangan Modernitas." *Tarbawi : Jurnal Ilmu Pendidikan* 15, no. 1 (June 2019). <https://doi.org/10.32939/tarbawi.v15i1.337>.
- Law, Nancy, David Woo, Jimmy de la Torre, and Gary Wong. "A Global Framework of Reference on Digital Literacy Skills for Indicator 4.4.2." UIS Information Paper: UNESCO, 2018.
- Mulyana, Deddy. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2021.
- Nasrullah, Rulli. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015.
- Oral, Uğur. "Netiquette: Fundamentals of Etiquette in Digital Communication." *European Journal of Theoretical and Applied Sciences* 1, no. 5 (September 2023). [https://doi.org/10.59324/ejtas.2023.1\(5\).70](https://doi.org/10.59324/ejtas.2023.1(5).70).
- Said, Moch. Fauzie, and Novy Setya Yunas. "Edukasi Kebijakan Pemanfaatan Media Sosial (Internet) Guna Membangun Jiwa Berintegritas Pada Santri." *Jurnal Abdi Insani* 12, no. 3 (March 2025). <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v12i3.2341>.
- Setiawan, Noval, and Arifatul Khiyaroh. "Urgensi Dan Strategi Dakwah Santri Di Era Digitalisasi." *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 7, no. 2 (November 2022). <https://doi.org/10.29240/jdk.v7i2.5774>.
- Sibarani, Nikita Renovich Burju. "Defining Digital Literacy. What Young People Need to Know About Digital Media." Paper presented at Conference: Defining Digital Literacy. October 2021.
- UNESCO. *Digital Literacy Framework*. 2018. <https://unevoc.unesco.org/home/Digital+Competence+Frameworks/lang=en/id=5>.
- Waddington, Jayme. "Social Networking: The Unharnessed Educational Tool." *URJ-UCCS: Undergraduate Research Journal at UCCS* 4, no. 1 (January 2011). <https://urj.uccs.edu/index.php/urj/article/view/113>.