

PELATIHAN PEMANFAATAN TEXT MINING DAN COPYWRITING UNTUK PENINGKATAN CITRA MADARIS JIC DI MEDIA SOSIAL

Arif Hidayat ¹, Mila Desi Anasanti ², Fatimah Azzahro ³

Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Nusa Mandiri
Jakarta, Indonesia

Email : arif.aft@nusamandiri.ac.id¹
mila.mld@nusamandiri.ac.id²
fatimah.ftz@nusamandiri.ac.id³

ABSTRAK

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini bertujuan meningkatkan kapasitas literasi digital para anggota Majelis Pemuda dan Remaja Masjid (Madaris) di bawah naungan Jakarta Islamic Centre (JIC) melalui pelatihan pemanfaatan *text mining* dan *copywriting* untuk pengelolaan citra keagamaan di media sosial. Pelatihan dilaksanakan pada 1 November 2025 di Universitas Nusa Mandiri, kampus Margonda dan terbagi menjadi dua sesi utama. Sesi pertama mengenalkan konsep dasar *text mining* dan *sentiment analysis* sebagai teknik analisis teks untuk memahami persepsi publik, termasuk tahapan pengumpulan data, pra-pemrosesan, dan interpretasi hasil berbasis platform gratis. Sesi kedua membahas teknik *copywriting* Islami menggunakan pola AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) dengan penekanan pada penyusunan narasi persuasif, beretika, dan bernilai dakwah untuk publik digital. Evaluasi pelatihan dilakukan melalui kuesioner pasca-kegiatan terhadap 10 peserta. Hasilnya menunjukkan 60% peserta sangat puas terhadap fasilitas dan materi, 70% menilai tema pelatihan relevan dengan perkembangan digital, 80% menyatakan materi bermanfaat, dan 70% merasa memperoleh wawasan baru. Temuan ini menunjukkan bahwa pelatihan berkontribusi signifikan dalam memperluas keterampilan peserta dalam memanfaatkan analisis data berbasis teks dan strategi komunikasi digital berbasis nilai Islami. Kegiatan ini diharapkan menjadi model pendampingan literasi digital bagi komunitas masjid dalam rangka memperkuat peran dakwah di media sosial.

Kata Kunci : pengabdian masyarakat, *text mining*, *copywriting*, *remaja masjid*.

ABSTRACT

This Community Outreach Program aims to enhance the digital literacy capacity of members of the Majelis Pemuda dan Remaja Masjid (Madaris) under the Jakarta Islamic Centre (JIC) through training on the use of text mining and copywriting for managing religious image on social media. The training was held on 1 November 2025 at Nusa Mandiri University, Margonda campus, and was divided into two main sessions. The first session

Article History

Received: November 2025
Reviewed: November 2025
Published: November 2025

Plagiarism Checker No
234.KK.443

Prefix DOI :

10.9765/Krepa.V218.3784

Plagiarism 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](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)
[Attribution-NonCommercial](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)
[4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

introduced the basic concepts of text mining and sentiment analysis as text-analysis techniques to understand public perception, including the stages of data collection, pre-processing, and result interpretation using free online platforms. The second session focused on Islamic copywriting techniques using the AIDA model (Attention, Interest, Desire, Action), emphasizing the creation of persuasive, ethical, and dakwah-oriented narratives for digital audiences. The training evaluation was conducted through a post-event questionnaire involving 10 participants. The results show that 60% of participants were very satisfied with the facilities and materials, 70% stated that the theme was relevant to current digital developments, 80% found the material beneficial, and 70% felt that the program provided new insights. These findings indicate that the training made a significant contribution to expanding participants' skills in utilizing text-based data analysis and Islamic value based digital communication strategies. This program is expected to serve as a model for digital literacy assistance for mosque communities in strengthening the role of dakwah in social media.

Keywords: *community outreach, text mining, copywriting, mosque youth organization.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola komunikasi dan interaksi sosial masyarakat, terutama di kalangan generasi muda. Media sosial kini menjadi ruang utama untuk mengekspresikan identitas, menyampaikan gagasan, serta membangun citra publik. Fenomena ini juga memberikan peluang strategis bagi komunitas keagamaan seperti remaja masjid untuk memperluas dakwah, menumbuhkan solidaritas, serta memperkuat citra positif mereka di ruang digital. Namun, pemanfaatan media sosial yang efektif memerlukan kemampuan analisis data dan strategi komunikasi yang tepat agar pesan yang disampaikan dapat diterima secara luas dan berdampak positif pada persepsi masyarakat.

Dalam konteks pengelolaan citra digital, *text mining* berperan penting untuk memahami opini publik terhadap suatu entitas, termasuk komunitas keagamaan. *Text mining* adalah proses ekstraksi informasi berharga dari data teks yang tidak terstruktur dan digunakan untuk mengidentifikasi pola, tren, serta sentimen masyarakat di media sosial (Mauliza & Sipayung, 2024). Teknik ini memungkinkan analisis otomatis terhadap data teks untuk mengekstrak pendapat dan emosi pengguna terhadap suatu topik (Mauliza & Sipayung, 2024). Melalui pendekatan ini, komunitas remaja masjid dapat mengukur sejauh mana citra mereka diterima di ruang digital, apakah unggahan mereka menimbulkan sentimen positif, netral, atau negatif di kalangan pengguna media sosial.

Selain *text mining*, pengelolaan komunikasi publik yang efektif memerlukan keterampilan copywriting yang persuasif dan kreatif. *Copywriting* adalah upaya menghasilkan tulisan yang menarik perhatian publik dengan tujuan membujuk atau memengaruhi audiens melalui pesan-pesan yang disusun secara strategis. *Copywriting* adalah kegiatan menulis teks pemasaran yang berorientasi pada tindakan (*action-oriented writing*) untuk mencapai tujuan tertentu, seperti peningkatan citra atau penjualan (Rachmawati et al., 2023). Pada konteks

remaja masjid, keterampilan ini dapat digunakan untuk merancang narasi positif, inspiratif, dan relevan dengan nilai-nilai keislaman yang dekat dengan kehidupan remaja modern. Oleh sebab itu literasi tentang *text mining* dan *copywriting* perlu diberikan kepada pusat-pusat pembinaan agama Islam, dalam hal ini Jakarta Islamic Center.

Jakarta Islamic Center adalah salah satu organisasi yang berinteraksi langsung dengan pengembangan dan pembinaan remaja masjid. Maka, pembekalan pengetahuan tentang *text mining* dan *copywriting* terhadap Jakarta Islamic Center dinilai sebagai strategi yang efektif. Adapun Jakarta Islamic Center sudah berdiri sejak lama, dan mendapat surat keputusan Gubernur semenjak tahun 2003. Jakarta Islamic Center berlokasi di Jalan Kramat Jaya Raya RW 1, Kelurahan Tugu Utara, Kecamatan Koja, Jakarta Utara, 14260. Oleh sebab itu, Majelis Pemuda dan Remaja Masjid (Madaris) di bawah naungan Jakarta Islamic Centre (JIC) menjadi mitra yang strategis dan sesuai dengan topik penelitian.

Pengenalan teknik *text mining* dan *copywriting* secara terpadu di Jakarta Islamic Center dapat menjadi solusi inovatif untuk memperkuat citra remaja masjid. Melalui *text mining*, komunitas dapat menganalisis persepsi publik dan menemukan isu yang sedang berkembang di media sosial. Hasil analisis tersebut kemudian dapat menjadi dasar bagi penyusunan konten berbasis *copywriting* yang relevan, menarik, dan efektif di media sosial dalam membangun hubungan positif dengan masyarakat luas. Pendekatan berbasis data seperti ini juga mendukung upaya *branding* dakwah digital yang lebih modern, terukur, dan berkelanjutan khususnya di media sosial (Parhan Pauzi, 2025).

Berdasarkan uraian tersebut, penting dilakukan penelitian dan pelatihan mengenai pemanfaatan *text mining* dan *copywriting* untuk meningkatkan citra remaja masjid di media sosial. Melalui kombinasi analisis data dan strategi komunikasi kreatif, diharapkan remaja masjid mampu mengoptimalkan peran media sosial sebagai sarana dakwah, pemberdayaan, dan pembentukan citra positif generasi muda Islam di era digital.

METODE

Pengabdian ini menggunakan pendekatan penelitian lapangan, dengan survey sebagai langkah dokumentasi kebutuhan mitra. Langkah dokumentasi atau teknik dokumentasi melibatkan identifikasi, klasifikasi dan kategorisasi (Ali, 2018). Dengan demikian, penelitian ini melakukan identifikasi masalah mitra, kemudian melakukan klasifikasi terhadap masalah mitra untuk kemudian merencanakan kegiatan yang menjadi kebutuhan mitra. Adapun hasil penelitian ini adalah deskriptif. Artinya kegiatan pengabdian terhadap masyarakat yang dilakukan melalui sosialisasi dan pembinaan, kemudian eksplanasi hasilnya dideskripsikan.

TEMPAT DAN WAKTU

Pelaksanaan kegiatan adalah sebagai berikut :

Tempat : Universitas Nusa Mandiri, Jl. Margonda Pondok Cina,
Kecamatan Beji, Kota Depok, Jawa Barat 16424
Waktu Pelaksanaan Kegiatan : Sabtu, 1 November 2025.

METODE KEGIATAN

Metode pelaksanaan kegiatan akan disajikan melalui penjelasan dibawah ini :

1. Survei Tempat Pelaksanaan Kegiatan

Pada tahap awal anggota pengabdian masyarakat melakukan survey terhadap mitra Majelis Pemuda dan Remaja Masjid (Madaris) di bawah naungan Jakarta Islamic Centre (JIC) untuk mengetahui situasi yang ada di lingkungan mitra yang dijadikan obyek pengabdian. Hal

ini dilakukan untuk dapat mengidentifikasi situasi dan kondisi, serta permasalahan yang dihadapi oleh mitra.

2. Persiapan Sarana dan Prasarana

Setelah melakukan survey dan telah diketahui situasi di lingkungan mitra, selanjutnya anggota menganalisis permasalahan yang dialami mitra dan hasil menemukan bahwa mitra membutuhkan pengetahuan (literasi) *text mining* dan *copywriting* untuk meningkatkan citra remaja masjid di media sosial. Oleh sebab itu, selanjutnya direncanakan solusi dengan melakukan kegiatan pelatihan pemanfaatan *text mining* dan *copywriting* untuk meningkatkan citra remaja masjid di media sosial bagi mitra. Sebelum melaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat kelompok pengabdian masyarakat melakukan perencanaan dan kesepakatan dengan mitra terkait waktu pelaksanaan kegiatan pelatihan.

3. Pelaksanaan Kegiatan

Kelompok pengabdian dan mitra melakukan kegiatan pada hari Sabtu, 1 November 2025 dimulai pada pukul 09.00-12.00 WIB. Peserta yang terlibat sebanyak 10 peserta. Adapun untuk tempat pelaksanaan disepakati bahwa pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat diadakan secara luring di Universitas Nusa Mandiri, Kampus Margonda, Depok.

4. Materi Pembinaan dan Penyuluhan Kegiatan

Materi kegiatan adalah mengenai pemanfaatan *text mining* dan *copywriting* untuk meningkatkan citra remaja masjid di media sosial. Materi pelatihan terbagi menjadi dua bagian: pertama adalah mengenai *text mining* yang meliputi tentang apa itu *text mining*, *sentiment analysis*, pengenalan *platform* gratis, pengumpulan data, langkah praktis, demonstrasi dan interpretasi hasil. Bagian kedua adalah mengenai *copywriting* yang meliputi prinsip dasar *copywriting*, struktur rilis kegiatan dengan *copywriting*, dan teknik bahasa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini dilaksanakan selama 1 hari, yaitu pada tanggal 1 November 2025. Kegiatan ini melibatkan Majelis Pemuda dan Remaja Masjid (Madaris) di bawah naungan Jakarta Islamic Centre (JIC). Kegiatan pelatihan yang dilakukan adalah mengenai pemanfaatan dua bidang, yaitu '*Text Mining*' dan '*Copywriting*'. Peserta diberikan pengetahuan untuk memanfaatkan teknologi analisis sentimen media sosial untuk dapat memahami persepsi publik dan dibekali teknik menulis persuasif (*copywriting*) dalam bentuk narasi Islami positif yang menarik di *platform digital*.

Berdasarkan hasil kuesioner, diketahui bahwa 60% dari 10 peserta menyatakan sangat puas terhadap sarana-prasarana kegiatan dan juga materi pelatihan. Kemudian 70% peserta menyatakan bahwa tema kegiatan sangat kekinian (*update*). Selanjutnya 80% peserta berpendapat tema kegiatan bermanfaat bagi peserta dan 70% menyatakan bahwa kegiatan ini memberikan persepektif serta wawasan baru bagi peserta terkait tema. Hasil ini menunjukkan, bahwa kegiatan ini telah berperan signifikan dalam membangun pengetahuan dan wawasan para peserta terkait tema, yaitu pemanfaatan *text mining* dan *copywriting* untuk meningkatkan citra remaja masjid. Adapun deskripsi pelaksanaan kegiatan adalah sebagai berikut.

Pelaksanaan kegiatan dilakukan sesuai waktu dan tempat yang telah disepakati. Pelaksanaan pembahasan materi yang disampaikan terbagi menjadi dua bagian, yaitu *text mining* dan *copywriting*. Materi pertama menjelaskan konsep dasar *text mining* sebagai proses mengekstraksi informasi terstruktur dari teks tidak terstruktur, serta *sentiment analysis* yang berfungsi mengklasifikasikan opini publik menjadi positif, negatif, atau netral. Materi kemudian berfokus pada cara mengumpulkan data dari media sosial, seperti mengunduh arsip pribadi Twitter/X atau menggunakan dataset publik. Proses pra-pemrosesan data juga dijelaskan, mulai dari pembersihan teks, sampai penghapusan *stop words*. Pelatihan menekankan bahwa analisis dapat dilakukan menggunakan *platform* gratis. Panduan langkah demi langkah diberikan, termasuk contoh interpretasi hasil pada dataset komentar yang dikategorikan menjadi positif, netral, dan negatif.



Gambar 1.



Gambar 2

Pada bagian kedua, pelatihan berfokus pada teknik penulisan rilis kegiatan berbasis *copywriting* agar informasi tidak hanya bersifat laporan, tetapi juga mampu membangun ketertarikan, partisipasi, dan rasa kepedulian masyarakat. Pada materi disebutkan bahwa *copywriting* Islami harus mengikuti empat prinsip: kejujuran (*sidq*), kejelasan (*bayān*), kepedulian (*ukhuwwah*), dan inspirasi dakwah. Rilis kegiatan dianjurkan mengikuti struktur AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*), dengan contoh judul, kalimat pembuka, manfaat kegiatan, dan ajakan langsung untuk hadir. Pembahasan bagian ini juga menjelaskan teknik bahasa yang digunakan mencakup kalimat aktif, diksi positif bernuansa Islami, penyisipan dalil atau kutipan, serta penggunaan angka untuk memperkuat informasi. Setelah pembahasan materi, kegiatan kemudian diakhiri dengan foto bersama sebagai penutup rangkaian kegiatan pelatihan.

KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang berlangsung pada 1 November 2025 ini berhasil memberikan peningkatan pengetahuan dan keterampilan kepada peserta dari Majelis Pemuda dan Remaja Masjid (Madaris) JIC melalui pelatihan mengenai pemanfaatan *text mining* dan *copywriting*. Pelatihan ini tidak hanya membekali peserta dengan kemampuan teknis analisis sentimen untuk membaca persepsi publik di media sosial, tetapi juga membimbing mereka menulis konten persuasif bernuansa Islami yang efektif dalam membangun citra positif remaja masjid di ruang digital.

Hasil kuesioner menunjukkan tingkat kepuasan yang tinggi dari peserta, di mana sebagian besar menyatakan puas terhadap pelaksanaan kegiatan, relevansi tema, serta manfaat pengetahuan yang diperoleh. Persentase kepuasan yang mencapai 60-80% menegaskan bahwa pelatihan ini dinilai bermanfaat, aktual, serta mampu memberikan wawasan baru terkait pengelolaan informasi dan komunikasi digital.

Secara keseluruhan, kegiatan ini telah terlaksana dengan baik sesuai rencana, materi tersampaikan secara sistematis, dan tujuan utama pelatihan tercapai, yaitu meningkatkan

kompetensi peserta dalam mengelola citra remaja masjid melalui pendekatan teknologi dan komunikasi persuasif Islami. Kegiatan ditutup dengan dokumentasi bersama sebagai penanda selesainya rangkaian pelatihan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, A. J. K. N. (2018). *Metodologi penelitian sastra*. Gunadarma.
- Mauliza, R. N., & Sipayung, Y. R. (2024). Penerapan Text Mining Dalam Menganalisis Pendapat Masyarakat Terhadap Pemilu 2024 Pada Media Sosial X Menggunakan Metode Naive Bayes. *Technomedia Journal*, 9(1), 1-16. <https://doi.org/10.33050/tmj.v9i1.2212>
- Parhan Pauzi. (2025). Literature Review: Peran Media Sosial dalam Pembentukan Citra Masjid di Masyarakat. *JDARISCOMB: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 5(2), 135-148. <https://doi.org/10.30739/jdariscomb.v5i2.4126>
- Rachmawati, S., Pramularso, E. Y., Sari, I., & Shahyuni, D. (2023). Pelatihan Copywriting For Marketing. *Jurnal Abdimas Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 27-36. <https://doi.org/10.31294/abdiekbis.v3i1.1893>