



PENDAMPINGAN PEMANFAATAN MEDIA INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA DAKWAH PRM KARANGREJO

Maulana Arif Muhibbin¹, Muhammad Zainur Ridlo², Putra Kurniawan³

¹Prodi Psikologi, Universitas Muhammadiyah Jember, Jember, Indonesia

²Prodi Teknik Mesin, Universitas Muhammadiyah Jember, Jember,
Indonesia

³Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Jember, Jember,
Indonesia

Korespondensi : maulanaarif@unmuhjember.ac.id

Tanggal diterima:
15 April 2026

Tanggal Publikasi:
15 Mei 2026

Volume: 10

Nomor : 1

Bulan : Mei

DOI

<https://doi.org/10.32696/ajpkm.v8i1.6308>

Abstrak

Kegiatan pengabdian masyarakat diselenggarakan di Pimpinan Ranting Muhammadiyah Karangrejo bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada pengurus Muhammadiyah di Kelurahan Karangrejo mengenai pemanfaatan teknologi sebagai media dalam menyampaikan dakwah Islam di era Industri 4.0. Platform digital yang diajarkan adalah media sosial instagram sebab intagram memiliki fitur yang lengkap dan banyak digunakan oleh pemuda saat ini. Program ini dilaksanakan dengan pendekatan partisipatif melalui beberapa tahap pelaksanaan, yaitu: 1) pertemuan awal untuk menyepakati kerja sama kegiatan pengabdian dengan mitra, 2) pemetaan kebutuhan dakwah digital, 3) pembuatan konten digital, dan 4) pelaksanaan pendampingan. Kegiatan ini berhasil menambah keterampilan pengurus tentang dakwah digital dan menghasilkan akun serta konten dakwah menggunakan platform Instagram. Dengan digitalisasi dakwah diharapkan PRM Karangrejo dapat berkontribusi terhadap syiar Islam yang modern dan berkemajuan.

Kata kunci: Dakwah, Digital, Muhammadiyah

Abstract

The community service activity was held at the Muhammadiyah Branch Leadership of Karangrejo with the aim of providing an understanding to the Muhammadiyah administrators in Karangrejo Village about the use of technology as a medium for delivering Islamic da'wah in the Industry 4.0 era. The digital platform taught was the Instagram social media because it has complete features and is widely used by young people today. This program was carried out with a participatory approach through several stages of implementation, namely: 1) an initial meeting to agree on a collaboration for the community service activity with partners, 2) mapping the needs for digital da'wah, 3) creating digital content, and 4) providing guidance. This activity successfully enhanced the administrators' skills in digital da'wah and resulted in accounts and da'wah content using the Instagram platform. With the digitization of da'wah, it is hoped that PRM Karangrejo can contribute to modern and progressive Islamic propagation.

Keywords: Dakwah, Digital, Muhammadiyah

1. PENDAHULUAN

Dakwah merupakan ajakan, seruan, memanggil, dan menyebarkan agama Islam. Sebagai umat muslim yang tau dan taat agama haruslah saling menyebarkan kebenaran kepada semua orang. Tidak hanya untuk sesama muslim. Akan lebih baik pula dengan non muslim, karena agama Islam adalah agama toleran. Dimana agama yang menjunjung tinggi nilai toleransi baik agama Kristen, Budha, Katolik dan sebagainya guna menjaga perdamaian dunia. Seperti hadist yang diriwayatkan oleh Bukhori yaitu Dari Abdullah bin Amr Radhiyallahu Ta'ala 'Anhu bahwa Nabi Shalallaahu 'Alaihi Wassalam bersabda "Sampaikanlah dariku walau hanya satu ayat". Berdasarkan hadist tersebut memerintahkan bahwasannya kita sebagai umat muslim diwajibkan untuk menyebarkan ilmu agama semampunya walau hanya sedikit (Ramadhan dkk, 2024). Tujuan dari dakwah adalah agar umat manusia dapat berjalan menuju jalan kebenaran yang diridhai oleh Allah SWT. Di tengah perkembangan zaman, khususnya pada era generasi milenial (Fajrussalam dkk, 2022), banyak perubahan yang terjadi, salah satunya adalah pesatnya kemajuan teknologi yang mempengaruhi hampir setiap aspek kehidupan. Teknologi yang terus berkembang dengan cepat ini turut memberikan dampak besar dalam cara kita berinteraksi, belajar, dan menyebarkan informasi, termasuk dalam hal penyebaran dakwah (Al Walidah, 2017)

Kemajuan pesat dalam teknologi membawa perubahan signifikan di berbagai sektor. Segala bidang, seperti ilmu pengetahuan dan teknologi, sosial budaya, pendidikan, dan aspek kehidupan lainnya, mengalami transformasi yang cepat. Dampak perubahan ini dirasakan oleh masyarakat global, memastikan bahwa setiap bagian dunia dapat dijangkau oleh teknologi komunikasi (Mardiana, 2022). Seolah-olah tidak ada lagi sudut dunia yang terpencil, karena teknologi telah membuka seluruh wilayah untuk perubahan. Dengan kemajuan teknologi, manusia seakan tidak lagi terpisah, dan jarak antar wilayah menjadi semakin pendek. Internet, sebagai tren utama dalam teknologi komunikasi, berperan besar dalam perubahan ini. Kemunculan internet, yang dapat diakses melalui perangkat genggam setiap individu, membuat kehidupan terasa lebih mudah dan terhubung (Fajrussalam dkk., 2022).

Salah satu inovasi terbaru dalam teknologi informasi yang sedang populer saat ini adalah media sosial. Media sosial merupakan platform atau wadah untuk kumpulan masyarakat maya yang saling terhubung atau bekerjasama untuk mencapai tujuan tertentu. Media sosial juga dapat dianggap sebagai sarana bagi komunitas maya yang memiliki keinginan kuat terhadap informasi. Media sosial mempermudah akses dan penyebaran informasi dalam berbagai bentuk, seperti lisan, tulisan, audio, video, dan lainnya. Beberapa contoh media sosial yang berkembang pesat saat ini termasuk Facebook, Twitter, blog, YouTube, Instagram, WhatsApp, dan masih banyak lagi (Hasan dkk., 2023).

Media sosial telah berhasil bersaing dengan televisi dan radio dalam penyiaran kegiatan dakwah. Selain itu, media sosial memungkinkan penyiaran langsung kegiatan dakwah dengan mudah tanpa memerlukan peralatan canggih atau ruang yang luas. Kelebihan lainnya adalah kemampuan media sosial untuk menyiarkan kegiatan dakwah di daerah terpencil, asalkan wilayah tersebut memiliki koneksi sinyal operator seluler yang baik. Penyiaran kegiatan dakwah melalui media sosial dapat dilaksanakan dengan simpel dan dapat dijalankan oleh siapa pun (Rumata & Iqbal, 2021). Selain itu, siaran langsung kegiatan dakwah dapat dengan mudah dibagikan kepada siapa saja yang berminat menonton, baik itu perorangan maupun kelompok.

Dengan demikian kegiatan dakwah dapat tersebar dan menyebar dengan sangat cepat ke berbagai daerah tanpa terbatas oleh jarak atau lokasi. Pemanfaatan media sosial telah menjadi suatu kebutuhan esensial bagi setiap individu. Fasilitas yang diberikan sebagai alat penyambung interaksi dan komunikasi menjadi dasar dari pentingnya kegunaan ini (Hotmian, 2024). Pertumbuhan teknologi komunikasi yang pesat menghasilkan produk-produk inovatif yang baru. Munculnya pola komunikasi yang modern adalah salah satu aspek dari perkembangan penggunaan media sosial. Oleh karena itu, media sosial memainkan peran yang sangat krusial sebagai platform dan sumber inovasi dalam menjalankan proses komunikasi (Fajrussalam dkk., 2022).

Pimpinan Ranting Muhammadiyah merupakan lapisan kepengurusan pada level akar rumput di dalam organisasi Muhammadiyah, dimana pimpinan ranting mempunyai fokus kerja untuk membentuk

pengkaderan yang militan, berilmu, dan agamis (Erwahyudin dkk, 2023). PRM (Pimpinan Ranting Muhammadiyah) Karangrejo berlokasi di Kecamatan Sumbersari, Kabupaten Jember, Provinsi Jawa Timur. Sebagai salah satu ranting yang berada di wilayah kecamatan kota, maka PRM Karangrejo memiliki tugas lebih untuk bisa mengembangkan dakwah dan pengkaderan melalui sarana yang berbeda yaitu melalui sarana media sosial.

Tabel 1. Tabel Analisis Situasi PRM Karangrejo

No	Kondisi	Uraian
1	Sumberdaya Manusia	Belum ada kader kader divisi multimedia Kurangnya pengetahuan pimpinan dan anggota terkait media dakwah digital
2	Sarana dan Fasilitas	Belum ada platform dakwah berbasis digital Belum memiliki peralatan elektronik untuk menunjang dakwah digital

Pemilihan platform Instagram sebagai media dakwah dalam kegiatan pengabdian ini didasarkan pada popularitas dan kemudahan penggunaannya, terutama di kalangan generasi muda seperti generasi Millenial dan generasi Z yang hidup berdampingan dengan media sosial (Stellarosa dkk, 2022). Instagram memiliki berbagai fitur, seperti feed, stories, dan video pendek, yang memiliki potensi penyampaian pesan dakwah secara visual dan interaktif, sehingga lebih menarik bagi audiens. Pemilihan platform Instagram ini didukung dengan trend penggunaan Instagram yang tinggi di Indonesia, dilansir Wearesocial Indonesia (2024), sebanyak 85,3 % masyarakat Indonesia menggunakan Instagram sebagai sarana komunikasi. Dengan demikian Instagram sangat relevan digunakan sebagai media dakwah dalam komunitas Islam.

PRM (Pimpinan Ranting Muhammadiyah) Karangrejo sampai dengan saat ini belum memiliki sarana dan prasarana media digital sebagai tempat dakwah, dalam hal ini media sosial Instagram sehingga dapat diakses Masyarakat luas sebagai siar dan dakwah sesuai dengan tujuan utama kegiatan yang ada di PRM Karangrejo. Oleh karena itu terdapat beberapa permasalahan yang harus diselesaikan dalam kegiatan pengabdian Masyarakat berikut, diantaranya adalah belum memiliki pengetahuan tentang media dakwah digital di media sosial. Belum memiliki keterampilan mengelola media sosial dakwah. Ketidaktersediaan peralatan dan media sosial sebagai sarana dakwah digital.

Tujuan yang diharapkan dari Pengabdian ini adalah peningkatan kapasitas pimpimnan ranting dan anggota PRM Karangrejo tentang urgensi dakwah digital, keterampilan pengelolaan media sosial dan penyediaan platform digital sebagai meida dakwa PRM Karangrejo. Pengabdian ini memberikan edukasi dan pendampingan kepada pimpinan dan anggota PRM karangrejo sebagai upaya jihad di media sosial sebagai bentuk pengamalan AIK di dalam lingkungan masyarakat di era digital.

2. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian di lingkungan PRM Karangrejo ini menggunakan Participatory Action Research (Reason, 2001). Pendekatan ini dalam pelaksanaannya memberikan pembelajaran kepada komunitas untuk terlibat kedalam seluruh rangkaian perencanaan dan pelaksanaan kegiatan. Pemberdayaan komunitas ini mampu menciptakan perubahan dan solusi yang relevan sesuai kondisi dilapangan. Kegiatan ini dilaksanakan kurang lebih dalam rentang waktu 5 bulan yang terbagi menjadi 4 tahapan, yaitu:

a. Pemetaan awal

Pemetaan awal dilakukan berupa kunjungan kepada mitra untuk melakukan identifikasi kondisi mitra. Sehingga dapat diperoleh gambaran tentang masalah yang mitra hadapi. Kami melakukan diskusi serta memperhatikan bagaimana PRM Karangrejo mengelola kegiatan Dakwah. Pada tahap ini kami mengumpulkan data terkait tantangan dan kebutuhan prioritas yang memerlukan intervensi khusus.

b. Pengembangan strategi

Setelah melakukan pemetaan awal, kami merancang aksi yang relevan untuk mitra dengan fokus pendampingan pemanfaatan Media Digital Instagram sebagai Media Dakwah PRM Karangrejo. Pada tahap ini kami membuat rencana implementasi mencakup jadwal, sumber daya dan berbagi peran serta

tanggung jawab setiap pihak. Dengan persetujuan dari semua pihak diharapkan keterlibatan mitra dapat diikuti dengan antusias dan profesional.

c. Pembuatan Konten Digital

Pada tahap ini, kami berfokus pada pembuatan berbagai jenis konten digital yang sesuai dengan tujuan dakwah PRM Karangrejo di media sosial Instagram. Konten yang dibuat meliputi foto dakwah, video dakwah, infografis seputar Muhammadiyah, serta story instagram yang menarik dan informatif. Kami berusaha untuk menyajikan pesan dakwah dengan cara yang mudah dipahami, menyentuh, serta sesuai dengan karakteristik audiens di media sosial. Kami juga memastikan bahwa konten tersebut mengikuti prinsip estetika yang menarik agar dapat memikat perhatian pengguna Instagram.

Impementasi pelatihan dan pendampingan

d. Sosialisasi

Kegiatan sosialisasi berupa workshop diadakan untuk pengurus Pimpinan Ranting Muhammadiyah (PRM) Karangrejo dengan tujuan memberikan pemahaman mendalam tentang urgensi dakwah melalui media sosial. Workshop ini membahas potensi dan keuntungan yang bisa diperoleh dengan memanfaatkan platform digital, khususnya media sosial, dalam menyebarkan pesan dakwah Islam yang relevan dan mudah diterima oleh berbagai kalangan, terutama generasi muda yang lebih akrab dengan teknologi digital. Sosialisasi ini juga mencakup pembelajaran mengenai cara efektif dalam membuat konten dakwah yang menarik dan tidak hanya sebatas informasi, tetapi juga mengedepankan nilai-nilai positif yang dapat menginspirasi dan memberikan dampak baik bagi masyarakat.

e. Perancangan Media Sosial

Pada tahap ini, fokus kegiatan adalah perancangan dan pembuatan akun media sosial Instagram khusus untuk PRM Karangrejo. Hal ini bertujuan untuk menyediakan platform yang terintegrasi bagi PRM Karangrejo dalam menjalankan kegiatan dakwah secara digital. Desain akun Instagram yang dibuat disesuaikan dengan identitas dan kebutuhan PRM Karangrejo, dengan mempertimbangkan estetika dan konsistensi visual yang mendukung citra organisasi. Proses perancangan ini juga mencakup pembuatan elemen-elemen desain grafis seperti logo, cover, dan layout feed Instagram yang menarik, serta pemilihan tema konten yang relevan dengan dakwah Islam yang inklusif dan menyenangkan.

f. Pendampingan Pengelolaan Media Sosial

Pendampingan berkelanjutan dalam pengelolaan media sosial diberikan kepada pengurus PRM Karangrejo agar mereka dapat mengelola akun Instagram dengan lebih efektif. Pendampingan ini mencakup berbagai aspek teknis dan strategis dalam pengelolaan media sosial, mulai dari cara mengatur feed (unggah foto dan video), pengelolaan cerita (Instagram Stories), hingga pembuatan konten berupa video pendek dan reels yang lebih dinamis. Pendampingan juga mencakup pelatihan tentang teknik pengelolaan waktu untuk mengatur jadwal posting konten, serta pemahaman mengenai algoritma Instagram agar konten yang dipublikasikan dapat mencapai audiens yang lebih luas dan tepat sasaran. Selain itu, PRM Karangrejo juga diberikan wawasan tentang cara berinteraksi dengan pengikut (followers), membangun komunitas online yang positif, serta memanfaatkan fitur analitik untuk mengevaluasi kinerja konten yang diposting, sehingga strategi dakwah di media sosial dapat terus berkembang dan meningkat.

Evaluasi kegiatan pengabdian ini dilakukan guna melihat hasil sesuai dengan target yang diharapkan atau tidak. Evaluasi sebagai tolak ukur dalam rangka melihat dampak terhadap mitra apakah manfaat dari kegiatan pengabdian ini dapat diserap secara optimal. Evaluasi dilakukan dengan membagikan angket kuisioner melalui google form. Keberlanjutan dari program ini juga akan dilihat berdasarkan hasil evaluasi.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat di lingkungan persyarikatan ini telah terlaksana dengan baik. Pada saat pelaksanaan seluruh peserta pendampingan antusias dan aktif bertanya dan bertukar pendapat mengenai konten dakwah yang relevan saat ini khususnya bagi generasi Z yang familiar dengan

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat di Pimpinan Ranting Muhammadiyah Karangrejo telah berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan pengurus dalam memanfaatkan media sosial, khususnya Instagram, sebagai sarana dakwah Islam di era digital. Melalui pendekatan partisipatif, program ini berhasil menciptakan konten dakwah yang relevan dan mudah diakses oleh masyarakat, serta menyediakan alat pendukung untuk meningkatkan kualitas produksi konten.

5. SARAN

Diharapkan PRM Karangrejo dapat terus mengembangkan penggunaan media sosial untuk dakwah dengan membuat konten yang lebih variatif dan interaktif, serta memanfaatkan platform lain untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Selain itu, penting untuk melakukan pelatihan berkelanjutan guna memperkuat keterampilan digital pengurus agar dakwah Muhammadiyah semakin optimal di dunia digital.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terimakasih banyak kepada LPPM Universitas Muhammadiyah Jember selalu pemberi bantuan dana hibah melalui Program Hibah Penelitian, dan Pengabdian kepada Masyarakat 2024. Serta terimakasih kepada kader PRM Karangrejo yang terlibat aktif dalam kegiatan ini.

REFERENSI

- Achmad Rafif Ramadhan, Fina Lailatusyifa, Isna Fitri Choirun Nisa', Sri Wahyuningsih, & Moh. Anwar Yasfin. (2024). Strategi Muslim Muda Dalam Berdakwah Di Era Digital Melalui Komunitas Remaja Islam Berprestasi (Kreasi). IDRIS: InDonesian Journal of Islamic Studies, 2 (1), 124–144. Retrieved from <https://yambus-lpksa.com/index.php/IDRIS/article/view/36>
- Erwahyudin, D. D. ., Katni, K., & Rois, A. K. . (2023). Pendampingan Dakwah Digital Muhammadiyah Ngrayun Timur. Community Development Journal : Jurnal Pengabdian Masyarakat, 4(3), 5953–5957. <https://doi.org/10.31004/cdj.v4i3.17673>
- Iffah Al Walidah (2017). Tabayyun Di Era Millennial. Jurnal Living Hadis
- Fajrussalam, H., Dwiyantri, I., Salsabila, N. F., Aprillionita, R., & Auliakhasanah, S. (2022). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Dakwah Islam dalam Kemajuan Perkembangan Teknologi. AS-SABIQUN, 4(1), 102-114. <https://doi.org/10.36088/assabiqun.v4i1.1686>
- Siregar, A. S. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Dakwah Dikalangan Mahasiswa UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan. SENTRI Jurnal Riset Ilmiah, 2(4), 1300–1312. <https://doi.org/10.55681/sentri.v2i4.747>
- Indra Hotmian (2024). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Dakwah. Qawwam: The Leader's Writing.(Vol. 5, Issue 1).
- Mardiana, R. (n.d.). Daya Tarik Dakwah Digital Sebagai Media Dakwah untuk Generasi Milenial. Komunida: Media Komunikasi Dan Dakwah, 10, 148–158. <https://doi.org/10.35905/komunida.v7i2>
- Rumata, A., & Iqbal, M. (2021). Dakwah digital sebagai sarana peningkatan pemahaman moderasi beragama dikalangan pemuda. In Jurnal Ilmu Dakwah (Vol. 41, Issue 2).
- Reason, P., & Bradbury, H. 2001. Handbook of action research: Participative inquiry and practice. Sage.
- Stellarosa, Y., Utari, D.A., Zaki, M.Y. (2022). Pemanfaatan Akun Instagram @Hanan_Attaki Sebagai Media Dakwah. COMMUNICATIONS Vol.4(2) <https://doi.org/Communications4.2.2>
- We are social Indonesia (2024) Social Platform Affinity diambil dari <https://wearesocial.com/id/blog/2024/04/digital-2024-april-global-statshot-report/>