



**Journal of Human And Education**

Volume 3, No. 1, Tahun 2023, pp 60-64

E-ISSN 2776-5857, P-ISSN 2776-7876

Website: <https://jahe.or.id/index.php/jahe/index>

## **Pengembangan Media Dakwah Digital Pimpinan Daerah Aisyiyah Lamongan**

**Muhammad Sulton<sup>1\*</sup>, Vicky Indarto Setyono<sup>2</sup>, Agustinus<sup>3</sup>, Permana  
Sufianto<sup>3</sup>, Alifatus Sadiyah<sup>4</sup>**

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,  
Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan Lamongan<sup>1,2,3,4</sup>

Email: [sulton.mu@gmail.com](mailto:sulton.mu@gmail.com)<sup>1\*</sup>

### **Abstrak**

Pimpinan Daerah Aisyiyah Lamongan sudah memiliki akun sosial media instagram namun belum memiliki branding yang kuat. Selain itu, pada masa sekarang pengguna sosial media Instagram telah meluas dan hampir seluruh individu menggunakannya. Hingga Januari 2023, tercatat jumlah pengguna media sosial di Indonesia mencapai 167 juta orang. Jumlah tersebut setara 78% dari jumlah total pengguna internet di Indonesia yang mencapai 212,9 juta. Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan Lamongan bersama berkolaborasi mengadakan program pelatihan. Hal ini dilakukan agar PDA Lamongan mempunyai potensi dan juga branding-nya secara lebih luas melalui akun sosial media. Di sisi lain, penyebaran informasi juga akan lebih mudah dilakukan dengan menggunakan akun sosial media yang dimiliki oleh PDA Lamongan. Kegiatan dilakukan dengan memberikan materi dan melakukan praktik pengelolaan sosial media dalam organisasi yang mempunyai potensi sebagai dakwah islam di Kabupaten Lamongan. Peningkatan keterampilan ibu-ibu tersebut juga diharapkan dapat meningkatkan kinerja dari sosial media untuk dakwah. Kesimpulan dari pelatihan sosial media dapat memberikan responsif pada masyarakat untuk saling bermanfaat bagi sesama

**Kata Kunci:** *Sosial Media, Pelatihan, Pemasaran*

### **Abstract**

Pimpinan Daerah Aisyiyah Lamongan already has an Instagram social media account but does not yet have strong branding. Apart from that, nowadays Instagram social media users have expanded and almost all individuals use it. As of January 2023, the number of social media users in Indonesia has reached 167 million people. This number is equivalent to 78% of the total number of internet users in Indonesia which reached 212.9 million. The Ahmad Dahlan Lamongan Institute of Technology and Business is collaborating to hold a training program. This is done so that PDA Lamongan has potential and also has wider branding through social media accounts. On the other hand, disseminating information will also be easier by using the social media accounts owned by PDA Lamongan. Activities are carried out by providing material and carrying out social media management practices in organizations that have the potential to preach Islam in Lamongan Regency. It is also hoped that improving the skills of these mothers can improve the performance of social media for da'wah. The conclusion from social media training can provide responsiveness to the community for mutual benefit to others

**Keywords:** *Social Media, Training, Marketing*

### **PENDAHULUAN**

Di era digital ini, media sosial telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan manusia. Platform seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan YouTube telah menjadi wadah bagi jutaan orang untuk berkomunikasi, berbagi informasi, dan membangun komunitas. Di tengah arus informasi yang deras dan beragam, media sosial juga dapat menjadi alat yang efektif untuk menyebarkan kebaikan

Copyright: Muhammad Sulton, Vicky Indarto Setyono, Agustinus, Permana Sufianto, Alifatus Sadiyah

dan nilai-nilai agama. Dakwah, sebagai upaya untuk menyeru manusia ke jalan Allah SWT, tidak lagi terbatas pada mimbar masjid atau ceramah di majelis taklim. Kini, dakwah dapat dilakukan dengan memanfaatkan media sosial untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam.

Dahulu, dakwah identik dengan ceramah di masjid atau pengajian di majelis taklim. Namun, dengan perkembangan teknologi, metode dakwah perlu beradaptasi dan memanfaatkan media sosial. Dakwah di media sosial menawarkan berbagai keuntungan, seperti: 1) Jangkauan Luas: Media sosial memungkinkan dakwah untuk diakses oleh siapa saja, di mana saja, dan kapan saja. 2) Interaksi Langsung: Dakwah di media sosial memungkinkan interaksi langsung antara dai dan audiens, sehingga tercipta dialog yang lebih dinamis dan informatif. 3) Konten yang Menarik: Media sosial memungkinkan penyampaian dakwah dengan format yang lebih menarik dan kreatif, seperti video, infografis, dan animasi.

Meskipun media sosial menawarkan banyak peluang untuk dakwah, namun tidak semua orang memiliki pengetahuan dan keterampilan yang memadai untuk menggunakannya secara efektif. Di sinilah peran pelatihan media sosial untuk dakwah menjadi penting.

Berdasarkan laporan We Are Social dan Hootsuite pada tahun 2023, terdapat 191,4 juta pengguna media sosial di Indonesia. Jumlah ini setara dengan 68,1% dari total populasi Indonesia. Platform media sosial terpopuler di Indonesia berdasarkan jumlah pengguna aktif: WhatsApp (185,3 juta), YouTube (139,4 juta), Instagram (112,1 juta), Facebook (103,6 juta), TikTok (92,6 juta). Pengguna media sosial di Indonesia menghabiskan rata-rata 3 jam 26 menit per hari untuk mengakses media sosial. Waktu penggunaan media sosial tertinggi terjadi pada jam 8-10 malam.

Sekitar 82% pengguna media sosial di Indonesia menggunakan media sosial untuk mencari informasi tentang produk dan layanan. Hal ini menunjukkan potensi besar bagi bisnis untuk memanfaatkan media sosial sebagai platform pemasaran. Pengguna media sosial di Indonesia terus meningkat setiap tahunnya. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi bagian penting dari kehidupan masyarakat Indonesia. Platform media sosial dapat dimanfaatkan untuk berbagai tujuan, seperti komunikasi, informasi, hiburan, dan bisnis.

Platform media sosial yang populer di kalangan masyarakat Lamongan: Facebook, Banyak digunakan untuk berbagi informasi dan berita, serta untuk terhubung dengan keluarga dan teman. Instagram: Banyak digunakan untuk berbagi foto dan video, serta untuk mengikuti influencer dan selebriti. WhatsApp: Banyak digunakan untuk komunikasi pribadi dan grup. YouTube: Banyak digunakan untuk menonton video, termasuk video edukasi, hiburan, dan musik. TikTok: Banyak digunakan untuk membuat dan menonton video pendek yang kreatif.

Pada masyarakat Lamongan sendiri menggunakan media sosial untuk berbagai tujuan, agar tetap terhubung dengan keluarga dan teman. untuk mendapatkan informasi dan berita. Menghibur diri. Belajar hal baru. Membeli dan menjual produk. Mempromosikan bisnis. Perlu upaya untuk meningkatkan literasi digital masyarakat Lamongan agar dapat menggunakan media sosial dengan bijak dan bertanggung jawab.

Pimpinan Daerah Aisyiyah Lamongan sudah memiliki akun sosial media instagram namun belum memiliki branding yang kuat. Selain itu, pada masa sekarang pengguna sosial media Instagram telah meluas dan hampir seluruh individu menggunakannya. Hingga Januari 2023, tercatat jumlah pengguna media sosial di Indonesia mencapai 167 juta orang. Jumlah tersebut setara 78% dari jumlah total pengguna internet di Indonesia yang mencapai 212,9 juta. Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan Lamongan bersama berkolaborasi mengadakan program pelatihan. Hal ini dilakukan agar PDA Lamongan mempunyai potensi dan juga branding-nya secara lebih luas melalui akun sosial media. Di sisi lain, penyebaran informasi juga akan lebih mudah dilakukan dengan menggunakan akun sosial media yang dimiliki oleh PDA Lamongan

Meskipun memiliki banyak keuntungan, dakwah di media sosial juga memiliki tantangan. Penyebaran informasi yang tidak akurat dan hoaks, serta ujaran kebencian, adalah beberapa contoh tantangan yang perlu dihadapi. Oleh karena itu, diperlukan pelatihan khusus untuk membekali para dai dengan pengetahuan dan keterampilan yang mumpuni dalam menggunakan media sosial untuk berdakwah.

Dengan mengikuti pelatihan ini, para dai dan aktivis dakwah diharapkan dapat: 1) Menyebarakan pesan dakwah dengan lebih luas dan efektif. 2) Menjangkau audiens yang lebih beragam, khususnya generasi muda. 3) Membangun komunitas dakwah online yang positif dan inspiratif. 3) Meningkatkan citra positif Islam di dunia digital. 4) Manfaat Pelatihan Media Sosial untuk Dakwah. Tujuan pelatihan dakwah media sosial bertujuan untuk: 1) Meningkatkan pemahaman para dai tentang potensi dan manfaat media sosial untuk dakwah. 2) Membekali para dai dengan keterampilan teknis dalam menggunakan platform media sosial. 3) Mengembangkan kemampuan para dai dalam membuat konten dakwah yang menarik dan informatif. 4) Meningkatkan etika dan

profesionalisme para dai dalam berdakwah di media sosial.

## **METODE**

Metode pelaksanaan dalam kegiatan ini adalah metode ceramah, tanya jawab, dan diskusi. Kegiatan dimulai dengan penyuluhan mengenai sosial media, setelah peserta itu dijelaskan mengenai pemanfaatan sosial media untuk dakwah. Terakhir, dilakukan praktik pembuatan sosial media dan gambar yang baik. Sepanjang pelaksanaan kegiatan, ibu-ibu peserta diberikan kesempatan untuk menanyakan hal-hal terkait dengan pengelolaan sosial media. Peserta berdiskusi mengenai proses yang dilakukan selama kegiatan berlangsung. Adapun pendampingan dan evaluasi dilakukan pada saat kegiatan pengabdian. Hal ini dilakukan untuk monitoring program yang telah dilaksanakan dalam rangka meningkatkan keterampilan pengelolaan sosial media dilakukan dengan workshop.

Pelatihan ini dapat membekali sosial media untuk dakwah dengan berbagai keterampilan, seperti: 1) Memahami karakteristik dan fitur-fitur utama media sosial. 2) Mengembangkan konten dakwah yang menarik dan sesuai dengan target audiens. 3) Membuat konten multimedia yang kreatif dan informatif. 4) Memaksimalkan fitur-fitur iklan dan promosi di media sosial. 5) Menjalinkan interaksi dan membangun komunitas dakwah online.

Materi pelatihan dakwah media sosial akan meliputi: Pengenalan platform media sosial. Teknik pembuatan konten dakwah yang menarik. Etika dan profesionalisme dakwah di media sosial. Strategi dakwah di media sosial. Praktek dakwah di media sosial

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pelatihan di sosial media pada Pimpinan Daerah Aisyiyah Lamongan dengan 20 peserta ibu-ibu. Lokasi pelatihan di Gedung Dakwah Muhammadiyah Kabupaten Lamongan. Peserta diberikan pemahaman terlebih dahulu melalui penyampaian materi pentingnya pengolahan sosial sebagai kebutuhan untuk dakwah. Praktik sosial media dilakukan secara langsung setelah materi lengkap tersampaikan. Peserta antusias dalam menyimak materi yang disampaikan serta mengikuti jalannya praktik pengelolaan sosial media. Praktik dimulai dengan pembuatan sosial media dan mengatur gambar yang siap untuk dikelola.



Peserta antusias menyimak materi dimulai dari bagaimana pembuatan gambar yang baik untuk sosial media



Hasil yang didapatkan peserta setelah praktik pengelolaan sosial media bermanfaat untuk media dakwah kedepannya

## **SIMPULAN**

Pimpinan Daerah Aisyiyah Lamongan sangat potensial untuk melakukan penyebaran dakwah dalam sosial media dapat meningkatkan keterampilan mengolah media sosial menjadi media dakwah. Keterampilan peserta dapat menjadi modal untuk meningkatkan manfaat dan dakwah islam. Meningkatkan efektivitas dakwah: Dengan menggunakan media sosial, dai dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam dengan pesan dakwah yang lebih menarik dan interaktif Memperkuat komunitas dakwah: Media sosial dapat digunakan untuk membangun komunitas dakwah online yang positif dan inspiratif, serta memfasilitasi silaturahmi dan kolaborasi antar dai dan aktivis dakwah. Meningkatkan citra positif Islam: Dakwah yang efektif melalui media sosial dapat membantu meluruskan kesalahpahaman tentang Islam dan meningkatkan citra positif Islam di dunia digital.

Pelatihan media sosial untuk dakwah merupakan kebutuhan mendesak di era digital ini. Dengan membekali para dai dan aktivis dakwah dengan pengetahuan dan keterampilan yang mumpuni, diharapkan dakwah dapat dilakukan dengan lebih efektif dan mencapai target audiens yang lebih luas. Hal ini ultimately akan membawa manfaat bagi kemajuan Islam dan umat Islam di era digital.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Anwar, M. (2019). Efektivitas Dakwah melalui Media Sosial: Studi Kasus pada Akun Instagram @ustadzabdulsomad. *Jurnal Komunikasi Islam*, 11(2), 201-216.
- Arifin, M. (2022). Dakwah Influencer: Potensi dan Tantangan Dakwah Islam di Era Media Sosial. *Jurnal Ilmiah Dinamika Dakwah*, 14(2), 201-218.
- Fitriani, F. (2023). Dakwah dan Tantangan Hoaks di Era Digital. *Jurnal Al-Ikhwan*, 11(1), 1-16.
- Febriani, D. (2019). Model Dakwah Kontemporer di Era Digital: Dakwah melalui Media Sosial. *Jurnal Ulumuna*, 22(1),
- Kurniawan, A. (2020). Etika Dakwah di Media Sosial. *Jurnal Al-Mizan*, 28(1), 1-15.
- Nurhayati, N. (2022). Dakwah Visual: Strategi Dakwah Islam melalui Media Sosial Instagram. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 6(1), 1-14.
- Oktaviani, R. (2020). Dakwah Millennial: Strategi Dakwah Islam di Era Digital. *Jurnal Studi Islam*, 24(2), 241-260.
- Pratama, A. (2021). Dakwah dan Generasi Milenial: Tantangan dan Peluang Dakwah di Era Digital. *Jurnal Al-Ta'dib*, 14(2), 171-188.
- Safitri, D. (2021). Kreativitas Dakwah di Era Digital: Optimalisasi Media Sosial untuk Dakwah Islam. *Jurnal Tarbiyah*, 33(1), 1-18.

- Rahmawati, N. (2018). Dakwah di Era Digital: Strategi Dakwah melalui Media Sosial. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 2(2), 173-184.
- Rosyidi, A. (2023). Konten Dakwah yang Efektif di Media Sosial: Kajian Analisis Framing pada Akun Instagram @dakwahdaily. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 18(1), 1-20.
- Wulandari, R. (2018). Dakwah Islam di Era Milenial: Potensi dan Tantangan Media Sosial. *Jurnal Ilmiah Al-Hikmah*, 13(1), 1-18.