

# Pemanfaatan Aplikasi Canva dan Instagram untuk Optimalisasi Dakwah Digital Masjid di Tamantirto Utara, Yogyakarta

**Muhammad Zahrul Anam<sup>1</sup>, Miftahulhaq<sup>2</sup>, Sidik Jatmika<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>Program Studi Hubungan Internasional, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Bantul, Yogyakarta, 55183

<sup>2,3</sup> Program Studi Ilmu Kedokteran dan Program Studi Hubungan Internasional, Fakultas Kedokteran dan Ilmu Keperawatan dan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, 55183

Email: zahrul@umy.ac.id, mitahulhaq@umy.ac.id dan sidikjatkamika@umy.ac.id

DOI: <https://doi.org/10.18196/ppm.56.g14>

## Abstrak

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas para pegiat masjid di kawasan Tamantirto Utara dalam optimalisasi aplikasi Canva untuk membuat konten dakwah. Meskipun sebagian peserta telah mengetahui dan dapat mengoperasikan aplikasi Canva, aplikasi tersebut belum sepenuhnya digunakan untuk mengkreasi konten dakwah yang menarik. Kegiatan ini merupakan kerja sama antara Universitas Muhammadiyah, Majelis Tabligh Pimpinan Pusat Muhammadiyah, dan Pimpinan Ranting Muhammadiyah Tamantirto, Kasihan, Bantul. Melalui pendekatan Project-Based Learning (PBL) yang memfokuskan pada partisipasi aktif peserta, para peserta hanya dapat mengoperasikan Canva dengan baik, tetapi juga memiliki kemampuan sebagai content creator dakwah yang produk desainnya berkarakter.

Kata kunci: Dakwah Digital, Muhammadiyah, Canva, Masjid

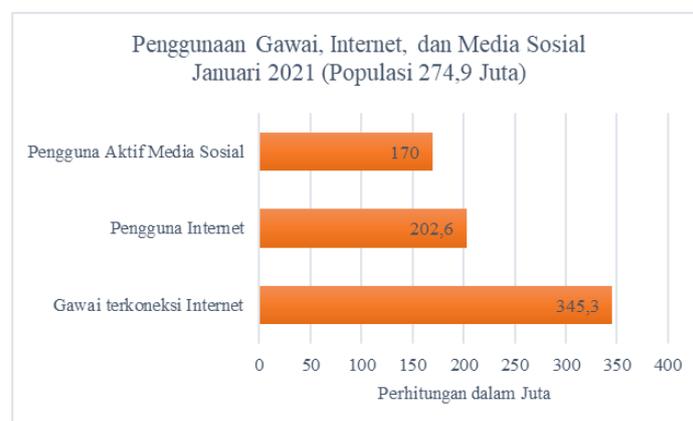
## Abstract

This community service activity aims to increase the capacity of the mosque young activists in the North Tamantirto area in optimizing the Canva application to create da'wah content. Although some participants have already known and been able to operate the Canva application, the use of the application has rarely been applied to create an interesting dakwa content. This program is a collaboration between the Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, the Majelis Tabligh Pimpinan Pusat Muhammadiyah, and the Pimpinan Ranting Muhammadiyah Tamantirto, Bantul, Yogyakarta. This program employs the Project-Based Learning (PBL) that requires student-centered learning. As a result, participants can only operate Canva well, but also have the ability as a proselytizing content creator whose design products are of character.

Keyword: Digital Dakwa, Muhammadiyah, Canva, Mosque

## Pendahuluan

Perkembangan pengguna internet dan media sosial di Indonesia menunjukkan kemajuan yang cukup signifikan. Survei yang dilakukan oleh Hootsuite pada Januari 2021 menunjukkan, jumlah pengguna telepon genggam yang telah terhubung dengan jaringan internet di Indonesia melebihi total populasi. Saat itu, populasi terhitung sebesar 274,9 juta jiwa. Telepon genggam yang terkoneksi dengan internet sejumlah 345,3 juta jiwa (125,6 % dari keseluruhan jumlah populasi). Jumlah pengguna internet adalah 202,6 juta orang (73,7% dari total penduduk Indonesia) dan 170 juta orang (61,8% dari total populasi) aktif sebagai pengguna media sosial.



Sumber: diolah penulis berdasarkan <https://www.slideshare.net/DataReportal/digital-2021-indonesia-january-2021-v01>

Telepon pintar merupakan pilihan utama dalam berselancar. Dari beragam gawai yang tersedia, mayoritas masyarakat Indonesia memiliki telepon genggam pintar. Pada bulan Januari 2022, studi Hootsuite menyebutkan, sebanyak 98% penduduk Indonesia mempunyai telepon pintar. Selanjutnya, peringkat kepemilikan gawai masyarakat Indonesia diikuti oleh laptop dan PC (74,7%), serta Tablet (18,5%). Menurut Hootsuite, rerata masyarakat Indonesia menghabiskan waktu berselancar di dunia maya selama 8 jam 52 menit. Media sosial merupakan sarana yang masyarakat Indonesia paling banyak menghabiskan waktu kurang lebih selama 3 jam 14 menit. Selanjutnya, menonton TV streaming selama 2 jam 50 menit, dan membaca berita (cetak dan online) sekurangnya 1 jam 38 menit.



Sumber: diolah penulis berdasarkan <https://www.slideshare.net/DataReportal/digital-2021-indonesia-januari-2021-v01>

Media sosial yang diakses oleh masyarakat memiliki urutan sebagai berikut, media sosial yang menempati posisi lima besar adalah Youtube (93,8%), Whatsapp (87,7%), Instagram (86,6%), Facebook (85,5%), dan Twitter (63,6%). Generasi Milenial (lahir tahun 1981-1996) dan Generasi Z (lahir tahun 1997-2013) merupakan pengguna media sosial tertinggi. Usia 18-34 tahun adalah kelompok umur yang menjadi audien tertinggi iklan di media sosial. Generasi Milenial dan Generasi Z juga menjadi audien terbesar bagi konten-konten dakwah Islam di Indonesia.



Sumber: diolah penulis berdasarkan <https://www.slideshare.net/DataReportal/digital-2021-indonesiajanuary-2021-v01>

Pada satu sisi, kuantitas dakwah Islam melalui media-media sosial meningkat. Seseorang dapat belajar agama secara praktis dan cepat. Pada sisi lain, fenomena dakwah di media sosial terjebak pada isu yang bersifat khilafiyah, rawan diinfiltrasi oleh ideologi keagamaan ekstrem, dan meminggirkan otoritas keilmuan. Kelompok-kelompok muda yang sudah terbiasa belajar agama melalui gawai kurang berminat mendatangi secara langsung dan mengikuti hingga selesai kajian-kajian tatap muka karena sibuk dengan media sosialnya.

Para aktivis muda masjid Muhammadiyah yang berada di sekitar Pimpinan Ranting Muhammadiyah Tamantirto Utara telah mengetahui beberapa aplikasi yang bermanfaat untuk pengembangan konten dakwah. Namun, mereka belum menggunakannya secara serius untuk memproduksi konten dakwah dan sosialisasi kegiatan keagamaan di masjid masing-masing. Sejumlah perwakilan dari masjid antara lain Masjid Baitussalam, Husnul Khatimah, Al-Falah, Al-Muqorrabin, dan Al-Muharram diundang sebagai peserta pelatihan pemanfaatan *Canva* dan *Instagram* untuk pengembangan dakwah digital. Peserta diutamakan mereka yang tergolong generasi milenial dan generasi Z karena lebih cepat dalam beradaptasi dengan kemajuan perangkat lunak.

### Metode Pelaksanaan

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini mengacu pada metode pembelajaran berbasis *Project-Based Learning* (PBL). Berbeda dengan metode pembelajaran konvensional yang berpusat pada peran instruktur, guru, atau pelatih, metode PBL berorientasi pada partisipasi aktif peserta didik dengan tujuan untuk menstimulus kreativitas yang sangat diperlukan peserta didik dalam merespon tantangan dalam bidang pekerjaan apapun pada masa mendatang (Hanif, Chandra, & Winarni, 2019).

Metode PBL ini, para peserta pelatihan diarahkan untuk mengerjakan sebuah proyek yang diminati (Spiteri, 2010). PBL mengembangkan tiga unsur pembelajaran utama yaitu, pertama: *critical thinking* (berpikir kritis); kedua, *problem-solving* (menyelesaikan masalah); dan ketiga, *communicating* (berinteraksi) (Syakur, Musyarofah, Sulistiyansih, & Wike, 2020). Berpikir kritis merupakan proses berpikir yang mendalam dengan cara menganalisis, mengkonseptualisasi, dan mensintesis seluruh informasi yang dikumpulkan dari observasi, pengalaman, dan penelitian untuk menentukan pilihan tindakan (Snyder & Snyder, 2008). Dengan kemampuan berpikir kritis, peserta pelatihan mampu memahami persoalan dengan baik dan menyelesaikan proyek sebagai alternatif dari solusi yang ditawarkan.



Gambar 2.1: Alur Pembelajaran dalam Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Desain metode PBL yang digunakan dalam kegiatan pengabdian ini dapat digambarkan alurnya sebagai berikut:

Berdasarkan ilustrasi di atas, pelaksanaan kegiatan pengabdian dibagi dalam beberapa tahap. Pertama, usia peserta tidak secara tegas ditentukan agar semua kelompok umur dapat berpartisipasi dan berkreasi. Meskipun demikian, rentang usia 15-35 tahun lebih diutamakan. Alasan kelompok usia tersebut diprioritaskan karena mereka tidak banyak menemui kesulitan teknis dalam mengoperasionalkan aplikasi baru di telepon pintar.

Tahapan kedua, para peserta diberikan kesempatan untuk mendiskusikan sejumlah kasus atau persoalan untuk menstimulasi pemikiran kritis. Para instruktur memberikan wawasan dan studi kasus agar peserta dapat berkontribusi untuk berlatih menyelesaikan persoalan. Tahapan ketiga, para peserta dilatih penggunaan secara spesifik terkait operasionalisasi aplikasi *canva* dan pengelolaan *Instagram*. Tahap keempat, para peserta pelatihan diberikan dua proyek untuk diselesaikan. Satu proyek diselesaikan dengan bimbingan instruktur dan proyek kedua diselesaikan secara mandiri oleh peserta pengabdian.

## Hasil dan Pembahasan

Perkembangan perangkat digital pada era Revolusi Industri 4.0 berkontribusi sangat signifikan bagi percepatan diseminasi dakwah Islam khususnya di kalangan generasi milenial dan sesudahnya. Keberadaan media sosial sebagai konsekuensi dari Revolusi Industri 4.0 menjadi *wasilah* (instrumen penghubung) baru bagi praktisi dan audien dakwah terutama kalangan generasi milenial dan sesudahnya (Lestari, 2020). Media sosial memiliki sejumlah keunggulan yang tidak ditemukan dalam media cetak, audio, dan audio-visual seperti surat kabar, radio, serta televisi. Media sosial jauh lebih efisien, daya jangkauan luas, interaktif, dan atraktif.

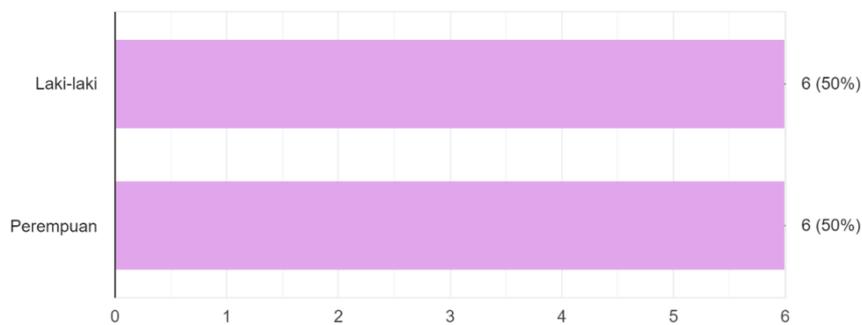
Pelaku dakwah di Indonesia baik secara personal dan institusional telah memanfaatkan media sosial untuk berdakwah. Pesantren yang semula dikenal sebagai lembaga pendidikan Islam tradisional telah beradaptasi dengan perkembangan media sosial dan memanfaatkannya untuk penyampaian pesan dakwah. Sebagai contoh, Wibowo (2019) mengatakan, Pesantren An-Nawawi Purworejo melalui akun resmi pesantren dan akun pengasuhnya aktif melakukan dakwah di media sosial seperti Facebook, Youtube, Twitter, dan Instagram. Bahkan, akun K.H. Chalwani Nawawi, pengasuh Pesantren An-Nawawi, diikuti oleh kurang lebih 26.186 orang (Wibowo, 2019).

Dalam pelaksanaan dakwah media sosial, pengisi atau pembuat konten (*content creator*) dakwah adalah aktor yang paling menentukan. Aktor ini dapat dilakukan oleh dai secara mandiri atau pihak lain yang memiliki keahlian dalam desain media sosial. Ketertarikan audiens pada materi dakwah bukan semata-mata didasarkan pada substansi tetapi juga kemasan. Pengemasan materi dakwah dalam media sosial yang tidak kreatif akan sulit memikat audience. Sebaliknya, materi yang terkesan biasa saja namun dikemas secara kreatif akan mudah menarik perhatian audien. Oleh karena itu, pelatihan *content creator* dakwah bagi lembaga-lembaga dakwah sangat krusial.

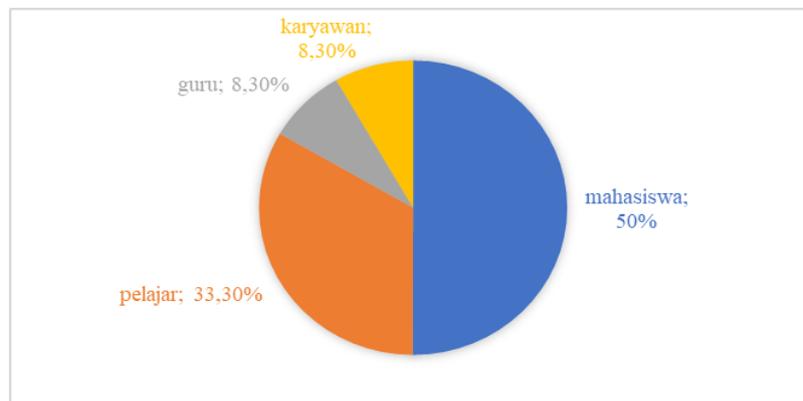
Di Tamantirto Utara, Kasihan, Bantul, Yogyakarta, Pimpinan Ranting Muhammadiyah Tamantirto Utara membina aktivitas keagamaan beberapa masjid meliputi Masjid Al-Falah, Masjid Baitussalam, Masjid Al-Muharram, Masjid Al-Muqarrabin, dan Masjid Husnul Khatimah. Meskipun sebagian masjid telah memiliki akun media sosial, akun tersebut belum dimanfaatkan

secara maksimal, misalnya unggahan belum rutin dilakukan dan tidak dicantumkan *hashtag* tertentu dalam setiap unggahan di platform *Instagram*. Di samping itu, remaja masjid yang membantu kegiatan keagamaan belum dioptimalkan sebagai *content creator* untuk memproduksi pesan dakwah dan kegiatan masjid.

Dalam pengabdian ini, masing-masing masjid mengirimkan perwakilannya untuk mengikuti pelatihan pemanfaatan aplikasi *Canva* dan *Instagram*. Jumlah peserta laki-laki dan perempuan dalam pelatihan ini berimbang, sehingga perbandingannya adalah 50:50. Realitas ini menunjukkan bahwa peminat aplikasi desain *Canva* untuk dakwah bukan didominasi oleh gender tertentu. Selain itu, keseimbangan proporsi ini dapat menciptakan kreasi-kreasi yang lebih beragam dalam penyampaian materi dakwah pada audiens karena tidak jarang kegiatan keagamaan di masjid diperuntukkan bagi segmen berdasarkan jenis kelamin.



Gambar 3.1: Peserta Berdasarkan Jenis Kelamin

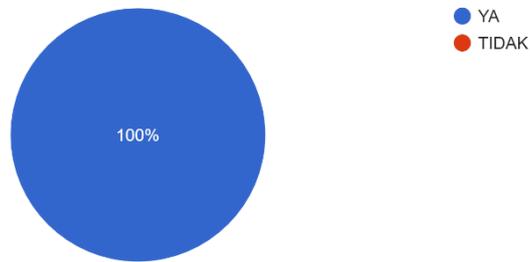


Gambar 3.2: Profesi Peserta

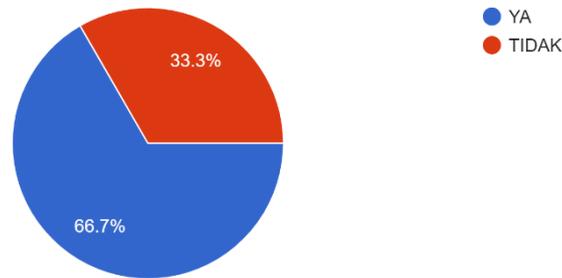
Para peserta sebagian besar berstatus sebagai mahasiswa sebesar 50%, disusul oleh pelajar sebanyak 33,3%, guru, dan karyawan swasta masing-masing 8,3%. Berikut adalah ilustrasi pemetaan peserta berdasarkan pada profesi.

Dengan partisipasi mahasiswa dan pelajar, masing-masing masjid telah memiliki *content creator* dakwah yang potensial. Para mahasiswa dan pelajar sangat cepat beradaptasi dengan perkembangan aplikasi di telepon pintar. Oleh karena itu, ketika mereka ditanya tentang pengetahuan dasar tentang *Canva* ketika dilangsungkan tes pendahuluan, hampir semua peserta yang berstatus sebagai mahasiswa dan pelajar menjawab telah mengetahui *Canva* sebelumnya. Bahkan, sebagian besar

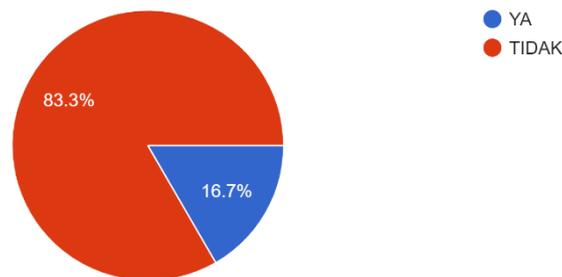
peserta menyatakan, mereka berkemampuan mendesain konten dakwah meskipun jarang sekali dipraktikkan. Berikut adalah data tentang pengetahuan *Canva*, kemampuan desain, serta frekuensi mendesain dengan *Canva*.



Gambar 3.3: Mengetahui Aplikasi Desain Canva



Gambar 3.4: Kemampuan Dasar Mendesain Konten Dakwah dengan Canva



Gambar 3.5: Pernah Mendesain Konten Dakwah dengan Canva

Setelah peserta menyelesaikan tes pendahuluan, mereka kemudian masuk ke materi selanjutnya tentang peta pengguna media sosial dan tantangan dakwah di era digital. Pemaparan materi tersebut dimaksudkan agar peserta dapat berpikir kritis untuk mengemas dakwah secara menarik di era digital. Dalam sesi ini, peserta mendiskusikan desain dakwah yang sesuai dengan target pasar. Mereka juga mendiskusikan tentang bagaimana mendeminasikan pesan keagamaan dengan menarik termasuk ketika harus merespon isu sensitif yang bersinggungan dengan Islam.

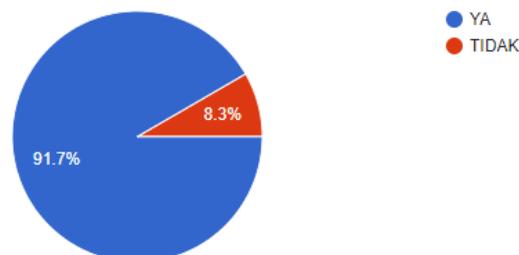
### Gambar 3.6: Diskusi tentang Peta Pengguna Media Sosial di Indonesia

Pada materi berikutnya, peserta melakukan praktik desain menggunakan aplikasi *Canva*. Pada tahap awal, peserta akan dipandu untuk terlebih dahulu mengenal fitur-fitur *Canva*. Setelah itu, peserta berlatih membuat desain sederhana berupa undangan kajian dengan didampingi oleh instruktur. Dalam proses awal pembuatan undangan ini, peserta memanfaatkan *template* atau pola yang tersedia dalam *Canva*. Mereka dapat memodifikasi sesuai dengan materi informasi yang ingin dipresentasikan berdasarkan kreatifitas masing-masing.

Praktik penggunaan *Canva* pada tahap selanjutnya, peserta diberikan peran sebagai content creator yang mendesain secara personal pesan-pesan dakwah. Tahap kedua ini, instruktur tidak lagi terlibat secara langsung seperti pada tahap sebelumnya. Para peserta mengkreasi pesan dakwah bersumber pada kata-kata bijak, ayat suci Al-Quran, atau sunah Rasulullah saw. Setelah pelatihan, para peserta diharapkan memadukan hasil desain poster dakwah dengan aplikasi Instagram di masjid masing-masing, sehingga desain konten dakwah tersebut mendukung dan melengkapi kegiatan keagamaan yang sebelumnya telah direncanakan. Berikut adalah sampel hasil desain konten dakwah dari beberapa peserta.



Gambar 3.10: Karya Muflih Akbar dari Masjid Al-Muharram



Gambar 3.14: Ketrampilan Menggunakan Canva untuk Desain Konten Dakwah

Peserta menunjukkan respon positif terhadap kegiatan pelatihan desain konten dakwah dengan *Canva*. Hal ini terlihat dari hasil survei yang diberikan kepada peserta. Sebagian besar peserta setelah pelatihan menyatakan bahwa lebih terampil menggunakan aplikasi *Canva*.

Selain lebih terampil mendesain konten dakwah, peserta juga telah mulai merancang konten-konten dakwah untuk masjid mereka masing-masing. Menurut survei pada peserta, mayoritas peserta dapat mengimplementasikan materi pelatihan jauh lebih baik daripada sebelum mengikuti pelatihan.

## Simpulan

Kegiatan pelatihan desain konten dakwah yang ditargetkan untuk pegiat muda masjid di Tamantirto Utara telah berjalan sesuai dengan target yang diharapkan. Para peserta yang semula belum mengoptimalkan aplikasi *Canva* sebagai instrumen dakwah telah dapat membuat poster dan materi dakwah. Peserta dapat pula mengkombinasikan desain konten dakwah yang telah dibuat dengan aplikasi *Instagram* untuk menambah *followers*. Pelatihan ini efektif menghasilkan *content creator* dakwah untuk masjid-masjid di Tamantirto Utara.

## Ucapan Terima Kasih

Penulis menyampaikan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah mendukung pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini. Ucapan terima kasih ini khususnya diperuntukkan bagi Lembaga Pengabdian Masyarakat Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Ustaz Ananto mewakili Majelis Tabligh Pimpinan Pusat Muhammadiyah, Bapak Gimam mewakili Pimpinan Ranting Muhammadiyah Tamantirto, Utara, serta Tim Studio Dakwah, Majelis Tabligh Pimpinan Pusat Muhammadiyah.

## Daftar Pustaka

- [1]. Hanif, S., Chandra, A. F., & Winarni, N. (2019). Enhancing Students' Creativity through STEM Project-Based Learning. *Journal of Science Learning*, [ejournal.upi.edu/index.php/jslearning](http://ejournal.upi.edu/index.php/jslearning).
- [2]. Lestari, P. P. (2020). Dakwah Digital untuk Generasi Milenial. *Jurnal Dakwah*, 41-58.
- [3]. Snyder, L. G., & Snyder, M. J. (2008). Teaching Critical Thinking and Problem Solving Skills. *The Delta Pi Epsilon Journal*, 90-99.
- [4]. Spiteri, M. (2010). *Seven Essentials for Project-Based Learning*. ACADEMIA.
- [5]. Syakur, A., Musyarofah, L., Sulistiyaningsih, & Wike. (2020). The Effect of Project-Based Learning (PjBL) Continuing Learning Innovation on Learning Outcomes of English in Higher Education. *Budapest International Research and Critics in Linguistics and Education*, 625-630.
- [6]. Wibowo, A. (2019). Penggunaan Media Sosial Sebagai Trend Media Dakwah Pendidikan Islam di Era Digital. *Jurnal Islam Nusantara*, 339-356.