

## **Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial bagi Relawan Lazismu Banyumas untuk Meningkatkan Informasi dan Edukasi**

Tegar Roli Anugrafiyanto<sup>1</sup>, Alhadi Nelsa<sup>2</sup>, Safia Laekha Purnomo<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Fakultas Ilmu Budaya dan Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Purwokerto  
e-mail: tegarroly@gmail.com

### **ABSTRAK**

Media sosial telah menjadi instrumen penting dalam menyebarkan informasi dan edukasi secara luas dan cepat. Namun, relawan Lazismu Banyumas menghadapi tantangan dalam memanfaatkannya secara efektif. Tujuan kegiatan pengabdian ini adalah untuk meningkatkan keterampilan digital para relawan melalui pelatihan terpadu yang mencakup strategi komunikasi, perencanaan konten, dan teknik pemasaran digital. Metode yang digunakan meliputi pendidikan masyarakat, pelatihan, dan pendampingan. Hasil pelatihan menunjukkan peningkatan signifikan dalam kemampuan relawan dalam membuat konten informatif dan menarik, serta peningkatan interaksi pada akun media sosial Lazismu. Program ini memperkuat peran dakwah digital dan efektivitas penyebaran informasi sosial Muhammadiyah. Pelatihan ini penting sebagai model replikasi peningkatan kapasitas komunikasi digital lembaga filantropi lainnya.

**Kata Kunci:** dakwah digital, edukasi, komunikasi sosial, media sosial, relawan

### **ABSTRACT**

Social media has become an essential tool for disseminating information and education quickly and widely. However, Lazismu Banyumas volunteers face challenges in utilizing it effectively. This community service activity aims to enhance the digital skills of volunteers through integrated training, including communication strategies, content planning, and digital marketing techniques. The methods used include community education, training, and mentoring. The results indicate a significant improvement in volunteers' abilities to create informative and engaging content, along with increased engagement on Lazismu's social media accounts. This program strengthens the role of digital da'wah and the effectiveness of Muhammadiyah's social information dissemination. The training serves as a replicable model for enhancing digital communication capacity in other philanthropic organizations.

**Keywords:** digital da'wah, education, social communication, social media, volunteers

### **A. PENDAHULUAN**

Perkembangan media sosial telah mengubah lanskap komunikasi dan penyebaran informasi secara signifikan. Platform-platform seperti Instagram, Facebook, dan YouTube kini menjadi sarana utama dalam menjangkau masyarakat, menyampaikan pesan-pesan edukatif, serta membangun partisipasi publik secara luas. Pemanfaatan media sosial yang optimal bukan hanya menjadi kebutuhan organisasi bisnis, namun juga lembaga sosial dan keagamaan seperti Lazismu Banyumas.

Lazismu Banyumas, sebagai lembaga filantropi di bawah naungan Muhammadiyah, memegang peranan penting dalam pengelolaan zakat, infak, dan sedekah (ZIS) serta penyelenggaraan program-program sosial kemasyarakatan. Namun dalam praktiknya, efektivitas penyebaran informasi dan kampanye sosial melalui media digital masih menemui

hambatan, terutama karena keterbatasan pengetahuan dan keterampilan relawan dalam memproduksi serta mengelola konten digital yang menarik dan relevan.

Hasil survei awal bersama mitra menunjukkan bahwa sebagian besar relawan masih belum familiar dengan strategi komunikasi digital, teknik desain visual, dan penggunaan alat bantu seperti Canva. Hal ini berdampak pada rendahnya kualitas dan jangkauan informasi yang dibagikan melalui media sosial. Padahal, menurut Kaplan & Haenlein (2010), media sosial yang dikelola dengan strategi yang tepat dapat meningkatkan brand engagement dan kepercayaan publik. Kietzmann et al. (2011) juga menyatakan bahwa keberhasilan kampanye media sosial ditentukan oleh sejauh mana organisasi memahami dan memanfaatkan elemen-elemen fungsional dari media sosial itu sendiri.

Selain itu, dakwah digital menjadi pendekatan baru dalam menyebarkan nilai-nilai keislaman dan kegiatan sosial Muhammadiyah secara lebih kontekstual dan adaptif terhadap perkembangan zaman. Pendekatan ini tidak lagi mengandalkan ceramah satu arah, melainkan memanfaatkan visualisasi konten, interaksi dua arah, serta distribusi pesan yang bersifat viral di ruang digital. Oleh karena itu, penguatan kapasitas digital relawan Lazismu Banyumas sangat mendesak untuk diwujudkan.

Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk menjawab kebutuhan tersebut melalui pelatihan terpadu bagi para relawan. Fokus utama kegiatan adalah pada peningkatan keterampilan dalam merancang, memproduksi, dan menyebarkan konten media sosial secara profesional dan berkelanjutan. Kegiatan ini juga menjadi bentuk kontribusi akademik dalam mendukung transformasi digital lembaga filantropi ke arah yang lebih efektif, modern, dan berbasis data.

## **B. METODE PENGABDIAN**

Metode pengabdian yang digunakan mencakup beberapa tahapan utama sebagai berikut

1. Pendidikan Masyarakat: Pada tahap ini, relawan diberikan materi pengantar mengenai pentingnya media sosial dalam menyampaikan informasi dan membangun citra lembaga. Melalui diskusi kelompok dan presentasi interaktif, peserta diajak memahami potensi media sosial sebagai alat dakwah digital, serta tantangan yang mungkin dihadapi dalam implementasinya.
2. Pelatihan: Pelatihan dilaksanakan dalam dua sesi utama, yaitu teori dan praktik. Sesi teori mencakup strategi komunikasi digital, teknik storytelling, dasar-dasar branding lembaga, serta etika bermedia sosial. Sedangkan sesi praktik difokuskan pada pembuatan konten media sosial, penggunaan aplikasi Canva untuk desain visual, serta simulasi manajemen akun media sosial secara langsung. Modul pelatihan disusun berdasarkan kebutuhan mitra dan disesuaikan dengan tingkat pemahaman peserta.
3. Pendampingan: Setelah pelatihan, dilakukan pendampingan intensif melalui grup diskusi daring menggunakan WhatsApp dan sesi konsultasi langsung. Fasilitator mendampingi relawan dalam proses produksi konten, memberi masukan terhadap desain dan narasi konten, serta memantau progres mingguan. Selain itu, pendampingan juga mencakup simulasi kampanye digital dan distribusi konten di kanal media sosial Lazismu.
4. Evaluasi: Evaluasi dilakukan menggunakan instrumen pre-test dan post-test untuk mengukur peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta. Penilaian dilakukan berdasarkan indikator kemampuan teknis (penggunaan alat desain, pembuatan caption, manajemen akun) dan non-teknis (pemahaman strategi komunikasi dan dampaknya terhadap engagement). Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan signifikan dari sebelum dan sesudah pelatihan, baik secara individu maupun kelompok.

Dengan metode ini, pengabdian dirancang untuk menjawab kebutuhan aktual mitra, memberdayakan relawan secara komprehensif, dan menghasilkan luaran yang berdampak langsung terhadap kualitas komunikasi digital lembaga.

### **C. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kegiatan pelatihan dilaksanakan dalam bentuk hybrid (tatap muka dan daring), sehingga menjangkau relawan dari berbagai wilayah di Banyumas dengan fleksibilitas waktu yang lebih baik. Pelatihan dilakukan selama tiga pekan, dengan pembagian sesi teori, praktik, pendampingan, serta evaluasi.

Hasil pre-test menunjukkan bahwa rata-rata pemahaman awal relawan terhadap strategi media sosial hanya mencapai 58%, terutama dalam hal pengetahuan dasar mengenai algoritma media sosial, struktur caption, dan desain visual. Setelah pelatihan, hasil post-test meningkat signifikan menjadi 85%, menunjukkan adanya peningkatan keterampilan dalam aspek teknis dan strategis.



**Gambar 1** Foto bersama setelah kegiatan

Selain peningkatan pemahaman, produksi konten yang dihasilkan oleh para relawan juga mengalami peningkatan dari segi kuantitas dan kualitas. Relawan mampu membuat konten visual edukatif seperti infografis, poster donasi, dan video singkat yang relevan dengan program-program Lazismu. Konten-konten ini berhasil dipublikasikan di akun resmi Lazismu Banyumas dan mendapatkan tanggapan positif dari audiens.



**Gambar 2** Foto bersama pada saat kegiatan berlangsung

Indikator keberhasilan lainnya adalah meningkatnya *engagement* di media sosial Lazismu Banyumas. Data monitoring menunjukkan peningkatan interaksi sebesar 30% dalam bentuk *like*, komentar, dan *share*, terutama pada konten-konten hasil produksi relawan pasca pelatihan. Peningkatan ini menunjukkan bahwa kualitas konten sangat berpengaruh terhadap jangkauan dan efektivitas pesan yang disampaikan.

Namun demikian, kegiatan juga menemui beberapa kendala. Salah satunya adalah perbedaan tingkat literasi digital antar peserta, di mana beberapa relawan membutuhkan pendampingan lebih intensif. Kendala lain adalah keterbatasan perangkat (gawai/laptop) dan akses internet yang kurang stabil, terutama bagi relawan yang berdomisili di wilayah pelosok.

Untuk mengatasi kendala tersebut, tim pengabdian menerapkan pendekatan partisipatif dengan membentuk kelompok belajar kecil yang didampingi fasilitator. Selain itu, materi pelatihan juga disusun dalam format digital dan cetak agar dapat diakses ulang oleh peserta kapan saja. Pendekatan *hybrid* ini terbukti efektif dalam meningkatkan keterlibatan relawan dan memastikan tidak ada peserta yang tertinggal.

Kegiatan ini juga memberikan dampak positif secara kelembagaan. Lazismu Banyumas menjadi lebih aktif dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana dakwah dan transparansi program. Beberapa program yang sebelumnya tidak banyak dikenal masyarakat kini lebih terekspos melalui kampanye digital, seperti program beasiswa, bantuan UMKM, dan distribusi sembako. Hal ini tidak hanya meningkatkan *engagement*, tetapi juga menumbuhkan kepercayaan publik terhadap institusi.

Selain itu, pelatihan ini juga membuka ruang kolaborasi yang lebih luas antara lembaga pendidikan dan lembaga sosial. Mahasiswa yang terlibat dalam tim pengabdian mendapatkan pengalaman praktis dalam mengelola pelatihan, pendampingan, dan produksi konten. Keterlibatan mereka tidak hanya memperkaya kompetensi akademik, tetapi juga menumbuhkan kesadaran sosial dan jiwa kepemimpinan. Ini selaras dengan semangat Merdeka Belajar dan MBKM.

Hasil dokumentasi pelatihan, seperti video kegiatan, testimoni peserta, dan produk konten digital, telah dipublikasikan melalui kanal media sosial dan media lokal seperti BMS TV. Tanggapan dari masyarakat menunjukkan bahwa pendekatan digital menjadi strategi efektif dalam menyampaikan nilai-nilai sosial dan keagamaan kepada generasi muda.

Dari sisi literatur, pelaksanaan kegiatan ini menguatkan gagasan Kietzmann et al. (2011) tentang pentingnya memahami *building blocks* media sosial (*identity, conversations, sharing, presence, relationships, reputation, groups*) dalam strategi komunikasi digital. Setiap elemen ini telah diintegrasikan ke dalam modul pelatihan dan praktik di lapangan, yang menjadikan program pengabdian ini sebagai salah satu contoh implementasi teori ke dalam praktik nyata.

Kegiatan ini juga memberikan *insight* penting bagi pengembangan kurikulum pelatihan media sosial berbasis komunitas. Melalui *feedback* dari peserta, tim pengabdian menyusun kerangka pelatihan lanjutan yang akan difokuskan pada peningkatan kemampuan *storytelling*, pemanfaatan fitur lanjutan media sosial seperti *insight analytics*, serta produksi video pendek berbasis kampanye digital. Hal ini menjawab kebutuhan peserta yang telah menunjukkan ketertarikan untuk mengembangkan konten secara lebih kreatif dan strategis.

Beberapa relawan yang menunjukkan performa menonjol dalam pembuatan konten diberikan kesempatan untuk menjadi fasilitator *mini training* di komunitas masing-masing, menciptakan efek domino dalam penyebaran keterampilan digital di lingkungan Lazismu. Efek keberlanjutan ini sangat penting untuk memperkuat budaya berbagi ilmu dan pemberdayaan komunitas secara organik.



Gambar 3 Foto peserta yang sedang mengikuti pelatihan

Selain itu, kegiatan ini memperlihatkan bahwa sinergi antara akademisi, mahasiswa, dan organisasi masyarakat dapat menghasilkan program penguatan kapasitas yang efektif, terukur, dan berdampak luas. Model kemitraan ini dapat diadopsi dalam program pengabdian masyarakat lainnya, terutama yang bertujuan mengakselerasi transformasi digital di sektor sosial-keagamaan.

Dari hasil refleksi bersama mitra, Lazismu Banyumas juga berkomitmen untuk mengintegrasikan pelatihan serupa ke dalam program pengembangan relawan secara berkala. Mereka menyadari pentingnya literasi digital bukan hanya untuk kampanye, tetapi juga untuk memperkuat identitas lembaga di mata publik. Rencana tindak lanjut yang telah disepakati antara lain adalah pembuatan panduan kampanye digital untuk seluruh jaringan relawan dan pelatihan lanjutan berbasis tema seperti Ramadan, kurban, dan respon kebencanaan.

Dengan adanya hasil ini, pengabdian masyarakat yang dilakukan tidak hanya berdampak sesaat, tetapi membuka jalan menuju perubahan jangka panjang dalam cara lembaga sosial menjalankan perannya di era digital.

#### **D. KESIMPULAN**

Pelatihan ini berhasil meningkatkan kapasitas digital relawan Lazismu Banyumas dalam menyebarkan informasi dan edukasi secara efektif melalui media sosial. Peningkatan signifikan pada hasil evaluasi, produksi konten yang lebih berkualitas, dan meningkatnya interaksi publik terhadap akun resmi lembaga menjadi indikator keberhasilan yang nyata. Selain itu, kegiatan ini juga memperkuat sinergi antara lembaga pendidikan dan lembaga sosial dalam mendorong transformasi digital yang berkelanjutan.

Kegiatan pengabdian ini memberikan dampak yang tidak hanya bersifat teknis, tetapi juga strategis dalam penguatan identitas lembaga, efektivitas dakwah digital, dan pemberdayaan relawan berbasis komunitas. Relawan yang terlibat menunjukkan perubahan dalam pola pikir, keterampilan, dan rasa percaya diri dalam menggunakan media sosial sebagai alat komunikasi publik.

Program ini memiliki potensi untuk direplikasi di berbagai lembaga sosial dan keagamaan lainnya, baik dalam skala lokal maupun nasional. Hal ini terutama penting bagi organisasi yang memiliki keterbatasan sumber daya namun ingin meningkatkan jangkauan dan partisipasi publik secara digital.

Saran dari kegiatan ini adalah perlunya pengembangan pelatihan lanjutan yang lebih tematik dan berbasis kebutuhan kampanye sosial tertentu, seperti edukasi zakat, bantuan bencana, program Ramadan, atau pemberdayaan ekonomi. Integrasi teknologi analitik media sosial juga menjadi aspek penting yang dapat membantu lembaga dalam memahami perilaku audiens dan menyusun strategi komunikasi yang lebih presisi.

Selain itu, penting untuk mengembangkan sistem pelatihan yang berkelanjutan dengan pendekatan *train the trainers*, di mana relawan yang telah mengikuti pelatihan dapat menjadi fasilitator bagi komunitas lainnya. Hal ini akan menciptakan efek berantai dalam penyebaran literasi digital dan memperkuat ekosistem dakwah digital berbasis partisipatif.

Dengan demikian, pengabdian ini memberikan kontribusi nyata bagi penguatan kapasitas kelembagaan dan individu dalam menghadapi tantangan komunikasi di era digital, serta menjadi model praktik baik bagi pengabdian masyarakat yang berbasis kolaborasi dan pemberdayaan teknologi.

## E. UCAPAN TERIMA KASIH

Kegiatan ini didanai oleh RisetMu Batch VIII Tahun 2024. Kami mengucapkan terima kasih kepada Lazismu Banyumas sebagai mitra, serta Universitas Muhammadiyah Purwokerto atas dukungan sarana dan tenaga pengabdian.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adi, I. R. (1994). *Psikologi, pekerjaan sosial dan ilmu kesejahteraan sosial*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Ash-Shiddieqy, M. H. (2012). *Pedoman zakat*. Semarang: PT Pustaka Rizki Putra.
- Effendy, O. U. (2008). *Dinamika komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Faules, D. F., & Pace, R. W. (2010). *Komunikasi organisasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Fiske, J. (2012). *Pengantar ilmu komunikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Ilaihi, W. (2010). *Komunikasi dakwah*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Ilmu, teori & filsafat komunikasi. (1993). Bandung: PT Citra Aditya Bakti. (Catatan: Jika ini adalah nama buku tanpa penulis, gunakan format judul miring di awal)
- Jamilah, F. (2014). *Strategi penyelesaian sesngketa bisnis*. Yogyakarta: Pustaka Yustisia.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. S. (2011). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business Horizons*, 54(3), 241–251. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2011.01.005>
- Liliweri, A. (2004). *Wacana komunikasi organisasi*. Bandung: Mandar Maju.
- Mangold, W. G., & Faulds, D. J. (2009). Social media: The new hybrid element of the promotion mix. *Business Horizons*, 52(4), 357–365. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.03.002>
- We Are Social. (2024). *Digital 2024: Tinjauan digital global*. <https://wearesocial.com>
- Widodo, J. (2019). *Komunikasi digital di era industri 4.0*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Hanna, R., Rohm, A., & Crittenden, V. L. (2011). Kita semua terhubung: Kekuatan ekosistem media sosial. *Business Horizons*, 54(3), 265–273. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2011.01.003>