

PELATIHAN KONTEN KREATIF ISLAMI UNTUK KADER PEMUDA MUHAMMADIYAH SEBAGAI MEDIA DAKWAH DAN KEMANDIRIAN EKONOMI

Apriyal Fakhri^{1*)}, Yuli Setiowati²⁾, Primadiyanti Arsela³⁾, Veri Febrian Aminullah⁴⁾, Putra⁵⁾
Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur, Indonesia

*Corresponding author: af907@umkt.ac.id

ABSTRAK

Sebagai salah satu kelompok pemuda Islam terbesar di Indonesia, Pemuda Muhammadiyah memainkan peran penting dalam memanfaatkan kekuatan untuk mempromosikan prinsip-prinsip Islam dan membantu para anggotanya mencapai otonomi ekonomi. Namun, tidak sedikit kader belum memiliki kompetensi dalam memproduksi konten kreatif Islami yang menarik dan efektif, serta minim dalam memproteksi peluang media digital sebagai sarana untuk berwirausaha. Metode yang digunakan adalah melalui sosialisasi langsung kepada kader Pemuda Muhammadiyah Kabupaten Paser, melibatkan Influencer lokal, melakukan praktik langsung pembuatan konten dan pendampingan dalam mengidentifikasi peluang monetisasi konten dan strategi pemasaran digital. Kegiatan ini berhasil memberikan pengetahuan dan kesadaran kader Pemuda Muhammadiyah terhadap potensi media digital sebagai sarana dakwah yang efektif dan alat untuk kemandirian ekonomi. Memahami pentingnya dakwah digital dan peluang usaha yang dapat diciptakan melalui konten Islami. Kader juga menunjukkan minat yang besar terhadap dari kegiatan ini. Memberikan peluang baru bagi kader Pemuda Muhammadiyah, terutama bagi mereka yang sebelumnya belum memiliki pengalaman dalam dakwah digital atau kewirausahaan berbasis digital. Terbentuk kelompok-kelompok kecil yang mulai memproduksi dan mempublikasikan konten secara mandiri.

Kata Kunci: konten kreatif, media dakwah, kemandirian ekonomi.

PENDAHULUAN

Dalam pedoman hidup islami warga Setiap anggota Muhammadiyah diwajibkan oleh syariat Islam untuk menjadi ahli dalam ilmu pengetahuan dan teknologi. PP Muhammadiyah (2009) menyatakan bahwa kemampuan beradaptasi dan berkontribusi terhadap kemajuan zaman, bahkan di era digital ini, merupakan prasyarat bagi anggota Muhammadiyah.

Dakwah, pertumbuhan ekonomi, dan penyebaran ilmu pengetahuan semuanya telah menemukan tempatnya di media sosial di era digital modern. Sebagai salah satu kelompok pemuda Islam terkemuka di Indonesia, Pemuda Muhammadiyah berada di posisi yang tepat untuk memanfaatkan kesempatan ini guna mempromosikan prinsip-prinsip Islam dan membantu anggotanya mencapai kemandirian finansial. Namun, banyak kader masih belum tahu cara membuat materi Islami yang unik dan benar-benar diminati, dan mereka juga tidak melihat peluang bisnis

yang ditawarkan oleh media digital.

Pada saat yang sama, Pemuda Muhammadiyah bertujuan untuk memahami isu dan kebutuhan masyarakat yang berkembang di tempatnya beroperasi sehingga dapat memfokuskan kegiatan amalnya pada gerakan ilmiah, sosial, kewirausahaan, dakwah (amar ma'ruf nahi munkar), dan kewirausahaan.

Penciptaan materi seni merupakan salah satu bidang yang secara potensial dapat dijalani oleh Kader Pemuda Muhammadiyah sebagai organisasi wirausaha.

Istilah "dakwah melalui konten kreatif" mengacu pada strategi penyebaran ajaran Islam yang memanfaatkan ekspresi artistik dan beragam media. Dakwah yang menarik dan mudah dipahami dapat dilakukan melalui pemanfaatan teknologi dan media digital.

Sektor ekonomi yang dinamis dan terus berkembang adalah sektor kreatif. Selama empat tahun terakhir, pertumbuhan

ekonomi kreatif telah melampaui rata-rata nasional sebesar 5% dan mencapai 9,5% (Rosyadi dkk., 2021). Berdasarkan riset teoritis, bisnis kreatif, khususnya sektor desain, seni, dan hiburan, merupakan pembangkit utama prospek lapangan kerja baru (Dronyuk dkk., 2019).

Salah satu inisiatif pembangunan ekonomi yang bertujuan untuk membantu dan mewujudkan ekonomi yang tangguh dan progresif adalah pemberdayaan kader Pemuda Muhammadiyah. Kader pemuda Muhammadiyah berada dalam usia produktif dan memiliki banyak tanggung jawab. Mereka berada di bawah tekanan yang besar untuk melakukan pekerjaan dengan baik karena mereka adalah pemimpin, advokat organisasi, dan karyawan suatu lembaga (Mashar & Hastuti, 2021).

Sangat penting untuk memahami tujuan ganda pembuatan konten Islami sebagai alat untuk otonomi ekonomi dan dakwah. Mengingat tujuan mulia yang ditetapkan untuk ekonomi kreatif, penting bagi kita untuk menemukan cara untuk mendorong pengembangan jenis kreativitas yang lebih bernilai yang dapat memberikan manfaat finansial dan non-moneter yang substansial bagi masyarakat (Royani, 2022).

METODE KEGIATAN

Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah:

1. Sosialisasi kepada kader Pemuda Muhammadiyah mengenai tujuan, manfaat, dan rencana kegiatan pelatihan untuk membangun antusiasme dan keterlibatan mereka.
2. Melibatkan kader dalam perencanaan kegiatan sehingga mereka merasa memiliki dan termotivasi untuk mengikuti program secara aktif.
3. Kegiatan ini melibatkan Influencer dalam penyampaian materi tentang Strategi Digital dan Teknik Pembuatan Konten Kreatif.
4. Melakukan praktik langsung pembuatan konten (misalnya, infografis, video pendek, tulisan inspiratif) dan bimbingan dalam penggunaan alat-alat digital.

5. Pendampingan dalam mengidentifikasi peluang monetisasi konten dan strategi pemasaran digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Salah satu hasil utama dari program ini adalah peningkatan pengetahuan dan kesadaran kader Pemuda Muhammadiyah terhadap potensi media digital sebagai sarana dakwah yang efektif dan alat untuk kemandirian ekonomi. Melalui serangkaian sosialisasi dan sesi pelatihan, mayoritas peserta mulai memahami pentingnya dakwah digital dan peluang usaha yang dapat diciptakan melalui konten Islami. Kader juga menunjukkan minat yang besar terhadap upaya pemberdayaan ini.

Program ini berhasil memberikan peluang baru bagi kader Pemuda Muhammadiyah, terutama bagi mereka yang sebelumnya belum memiliki pengalaman dalam dakwah digital atau kewirausahaan berbasis digital. Pendekatan berbasis kelompok memungkinkan peserta untuk saling berbagi pengalaman dan keterampilan, serta mengurangi risiko dalam memulai usaha konten. Selain itu, konten Islami yang dihasilkan berhasil menarik minat audiens lokal yang mencari informasi dan inspirasi Islami yang positif. Dampak ekonomi langsung terlihat dengan beberapa kader mulai menerima tawaran kolaborasi atau pesanan konten setelah mulai mempublikasikan hasil karya mereka.

Program ini juga sejalan dengan upaya pemerintah dalam mendukung pengembangan ekonomi kreatif berbasis digital dan penguatan nilai-nilai agama di masyarakat. Dengan memberdayakan kader Pemuda Muhammadiyah dalam produksi konten kreatif Islami, kegiatan ini bertujuan untuk menciptakan produk digital yang tidak hanya mendukung perekonomian lokal tetapi juga memperkenalkan pesan-pesan Islam yang damai dan positif kepada khalayak yang lebih luas. Diversifikasi konten dakwah juga dimaksudkan untuk tidak hanya terpaku pada ceramah konvensional tetapi juga mengubah pola penyampaian pesan agama agar lebih relevan dengan generasi milenial dan Gen Z.



Gambar 1. Penyampaian Materi.



Gambar 2. Peserta menyimak pemaparan materi.



Gambar 3. Sesi tanya-jawab.



Gambar 4. Praktik membuat konten.



Gambar 5. Penyerahan sertifikat kepada influencer.



Gambar 6. Foto bersama.

PENUTUP

Program pengabdian kepada masyarakat ini dirancang untuk memberdayakan kader Pemuda Muhammadiyah di Kabupaten Paser, sehingga mereka dapat menjadi agen perubahan yang aktif dalam penyebaran dakwah digital dan juga menciptakan peluang ekonomi bagi diri mereka sendiri dan komunitasnya. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya mendukung misi dakwah Muhammadiyah tetapi juga sejalan dengan upaya pemerintah dalam mendorong ekonomi kreatif berbasis komunitas dan peningkatan kapasitas sumber daya manusia.

DAFTAR PUSTAKA

Dronyuk, I., Moiseienko, I., & Gregusml, J. (2019). Analysis of creative industries activities in european union countries. *Procedia Computer Science*, 160, 479–484. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2019.11.061>

Mashar, R., & Hastuti, D. (2021). The empowerment of the Nasyiatul

Aisyiyah as parenting trainers for 'Ibu Bakoh Keluarga Kokoh'. Community Empowerment, 6 (10), 1816–1822
<https://doi.org/10.31603/ce.5226>

Muhammadiyah.or.id. Pemuda Muhamadiyah. Diakses pada 20 Juli 2025, dari
<http://arsip.muhammadiyah.or.id/content-83-det-pemuda-muhammadiyah.html>

Royani. (2022). Aplikasi Pembinaan Organisasi masyarakat pada Bidang Ketahanan Seni, Budaya, Agama, Masyarakat dan Ekonomi Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Kalimantan Selatan. (Tesis Diploma, Universitas Islam Kalimantan).
<https://eprints.uniska-bjm.ac.id/10629/1/ARTIKEL%20ATIKA%20ROYANI.pdf>

Rosyadi, S., Sabiq, A., Ahmad, A. A., & Yamin, M. (2021). The Cross-Sector Collaboration for Development Policy of Rural Creative Economy: The Case of Bengkoang Creative Hub. *Journal of Governance and Public Policy*, 8(1), 10–21.
<https://doi.org/10.18196/jgpp.811339>

Pimpina Pusat Muhammadiyah. (2009). Pedoman Hidup Islami Warga Muhammadiyah. Suara Muhammadiyah.