

## Pelatihan Produksi Konten Media Sosial Instagram Sebagai Media Komunikasi Organisasi di Wilayah Kecamatan Pesanggrahan

### Instagram Social Media Content Production Training as an Organizational Communication Media in the Pesanggrahan District Area

Fasya Syifa Mutma<sup>1\*</sup>, Reni Dyanasari<sup>2</sup>, Naurissa Biasini<sup>3</sup>

<sup>1, 2, 3</sup> Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Humaniora dan Bisnis, Universitas Pembangunan Jaya, Jl. Cendrawasih Raya, Blok B7/P, Bintaro Jaya, Sawah Baru, Tangerang Selatan, Banten, 15413 - Indonesia

\*E-mail corresponding author: fasya.syifa@upj.ac.id

*Received: 12 Agustus 2023; Revised: 21 Agustus 2023; Accepted: 24 September 2023*

**Abstrak.** Media sosial merupakan salah satu media yang dimanfaatkan oleh masyarakat untuk memperoleh informasi secara cepat. Tidak jarang media sosial dari sebuah organisasi menjadi rujukan untuk memperoleh informasi terkait. Sebagai contoh informasi kebakaran di suatu wilayah diperoleh pada akun Instagram pemadam kebakaran setempat. Oleh karena itu, pengelolaan media sosial organisasi perlu mendapat perhatian agar masyarakat memperoleh informasi yang dibutuhkan. Kecamatan Pesanggrahan memiliki relasi dengan berbagai organisasi di sekitarnya yang memiliki target audiens tertentu. Audiens tersebut sering kali mencari informasi melalui media sosial. Tim pengabdian membuat pelatihan konten media sosial dengan fokus pada salah satu media yang saat ini digemari masyarakat yaitu Instagram. Fokus pelatihan ini adalah merancang sebuah pesan yang tepat untuk target audiens tertentu, dengan menggunakan visual dan narasi yang menarik. Tidak hanya pemaparan materi, peserta juga dilatih agar dapat menggunakan alat bantu untuk memproduksi konten. Hasilnya terdapat peningkatan pemahaman dari admin media sosial pada organisasi di wilayah Kecamatan Pesanggrahan. Setelah pelatihan, tim pengabdian juga melakukan pendampingan agar praktik yang dilakukan oleh peserta kegiatan dapat lebih maksimal. Kegiatan ini dapat membantu tim pengurus media sosial organisasi untuk memperbarui *skill & knowledge* serta memperoleh masukan dari pihak eksternal terkait konten media sosial yang telah berjalan saat ini.

**Kata Kunci:** Instagram; media sosial; organisasi; produksi konten

**Abstract.** Social media is one of the media used by the public to obtain information quickly. Not infrequently, social media from an organization becomes a reference for obtaining related information. For example, information on fires in an area is obtained from the Instagram account of the local fire department. For this reason, the management of organizational social media needs attention so that the public can obtain the information they need. Pesanggrahan District has relationships with various organizations around it that have a specific target audience. These audiences often seek information through social media. The service team created social media content training with a focus on one of the media that is currently popular with the public, namely Instagram. The focus of this training is to design a message that is right for a certain target audience, using attractive visuals and narratives. Not only material presentation, participants were also trained to be able to use tools to produce content. The result is an increase in understanding from social media admins in organizations in the Pesanggrahan District area. After the training, the service team also provides assistance so that the practices carried out by activity participants can be maximized. This activity can help the organization's social media management team to update skills & knowledge and obtain input from external parties regarding social media content that is currently running.

**Keywords:** Content production; instagram; organization; social media.

**DOI:** 10.30653/jppm.v8i4.592



## 1. PENDAHULUAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilandasi atas kesadaran akan pentingnya membangun komunikasi efektif dengan memanfaatkan media sosial. Perkembangan teknologi komunikasi yang semakin pesat semakin mengubah kehidupan manusia, seperti contohnya kemunculan internet dan beragam fitur di dalamnya. Laporan DataReportal mencatat ada 4,95 miliar pengguna internet pada Januari 2022. Jumlah ini meningkat 4% dari 4,76 miliar orang pada Januari 2021 (Pahlevi, 2022). Kemudian, Indonesia merupakan salah satu negara dengan populasi pengguna internet terbesar di dunia. Menurut laporan *We Are Social*, terdapat 204,7 juta pengguna internet di Tanah Air per Januari 2022. Jumlah tersebut naik tipis 1,03% dibandingkan tahun sebelumnya. Pada Januari 2021, jumlah pengguna internet di Indonesia tercatat sebanyak 202,6 juta (Annur, 2022). Total populasi Indonesia yang berjumlah 272,1 juta jiwa, maka itu artinya 73.7% setengah penduduk RI telah merasakan akses ke dunia maya (Kemp, 2022).

Salah satu pengembangan dari teknologi internet adalah media sosial yang telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan bagi kehidupan manusia sehari-hari. Kaplan dan Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai ‘kelompok berbasis internet aplikasi yang dibangun berdasarkan ideologis dan dasar teknologi dari Web 2.0 dan yang memungkinkan pembuatan dan pertukaran konten yang dibuat pengguna (Tench, 2017). Setiap tahunnya, terdapat peningkatan pengguna media sosial di dunia, pada tahun 2021 mencapai 4.2 miliar pengguna (Bayu, 2022). Sedangkan pengguna media sosial di Indonesia per Januari 2022 adalah sebanyak 191,4 juta jiwa (Kemp, 2022). Salah satu media sosial yang cukup banyak digunakan masyarakat di Indonesia adalah Instagram yang saat ini mencapai 99,15 pengguna di Indonesia (Kemp, 2022). Durasi orang mengakses media sosial rata-rata selama 3 jam 41 menit per hari (Aryani, Triwardhani & Pusporini, 2022).

Media sosial telah banyak digunakan masyarakat terutama untuk mencari informasi, berbagi informasi, hiburan serta melakukan interaksi (Indarto dkk., 2023). Media sosial adalah salah satu media yang bisa digunakan oleh organisasi untuk menjalin komunikasi dan kedekatan dengan publik *online*-nya. Terlebih jika organisasi tersebut merupakan organisasi yang berhubungan langsung dengan publik. Dalam menjalankan fungsi tersebut, pengelola atau pengurus organisasi perlu memiliki kemampuan memproduksi konten media sosial yang menarik. Sehingga dapat menciptakan komunikasi efektif yang menunjang dalam kegiatannya berkaitan dengan penyuluhan, konsultasi dan sosialisasi kepada masyarakat.

### Analisis Situasi

Mitra dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah Kecamatan Pesanggrahan. Kecamatan adalah bagian wilayah dari daerah kabupaten/kota yang dipimpin oleh camat/Distrik. Sehingga dari pengertian tersebut, kedudukan kecamatan merupakan bagian wilayah dari daerah kabupaten/kota. Maksud adanya kecamatan adalah dalam rangka meningkatkan koordinasi penyelenggaraan pemerintahan, pelayanan publik, dan pemberdayaan masyarakat Desa/kelurahan. Kecamatan Pesanggrahan terletak di Jakarta Selatan yang merupakan hasil pemekaran wilayah kecamatan Kebayoran Lama, yang terletak di sisi barat. Nama Pesanggrahan berasal dari nama sungai Pesanggrahan yang mengalir melewati wilayah kecamatan ini.

Terdapat berbagai organisasi di tingkat Kecamatan Pesanggrahan seperti Kantor Kecamatan sendiri, Kantor Kelurahan, organisasi PKK (Pemberdayaan Kesejahteraan Keluarga), organisasi RPTRA (Ruang Publik Terbuka Ramah Anak), organisasi Karang Taruna dan lain sebagainya. Organisasi tersebut tentunya memiliki tugas, tanggung jawab dan program yang beragam, namun

seluruhnya bertujuan untuk melayani masyarakat dan membantu mensejahterakan masyarakat. Sebagai upaya melayani masyarakat, organisasi tentu perlu memiliki kemampuan komunikasi yang efektif. Terlebih organisasi juga menjadi sumber informasi yang terpercaya untuk masyarakatnya. Dalam praktiknya, organisasi dapat menggunakan media sosial sebagai media komunikasi dengan masyarakat (Mutma dkk., 2022).

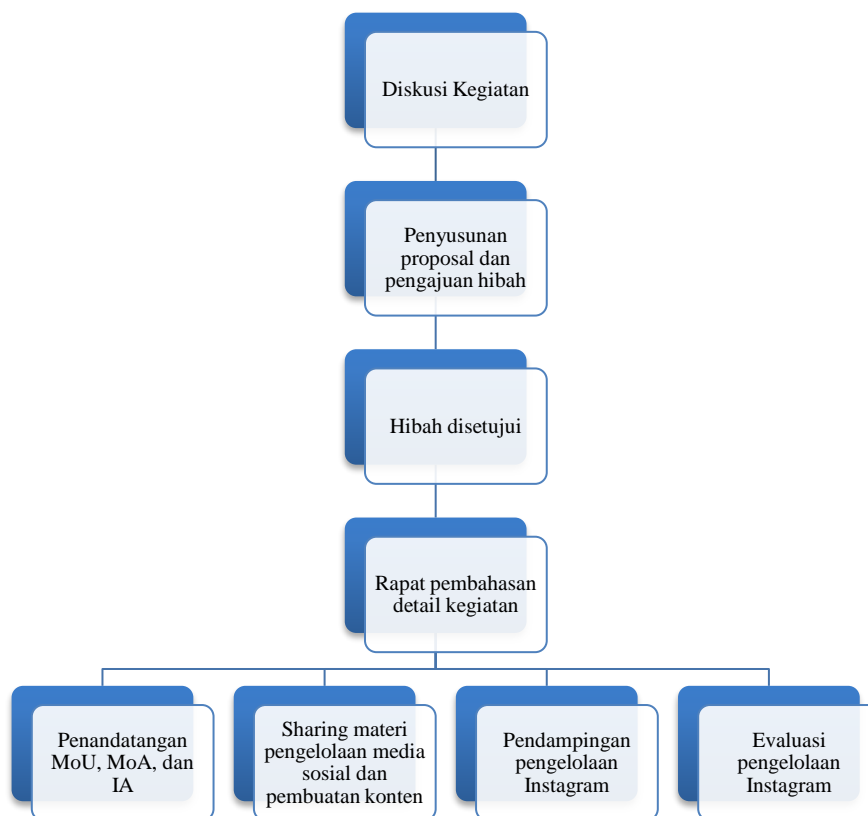
Terdapat tantangan dalam mengelola media sosial yaitu karakteristik setiap media sosial, baik konten, pengguna maupun judul serta narasi yang harus disampaikan. Tentu karakter dan segmentasi pengguna Facebook berbeda dengan Instagram, begitu juga pengguna YouTube dan TikTok (Sutisna dkk., 2022). Untuk itu kemampuan mengelola media sosial sangat diperlukan bagi pengurus organisasi. Sebelumnya, tim pengabdian bekerja sama dengan RPTRA membuat pelatihan terkait media sosial, namun untuk memperluas cakupan pelatihan, untuk kegiatan selanjutnya kami berencana bekerja sama dengan Kecamatan Pesanggrahan.

Saat ini, banyak organisasi di tingkat Kecamatan Pesanggrahan telah memiliki akun media sosial, khususnya Instagram, namun masih membutuhkan latihan dari sisi pengelolaan. Berdasarkan observasi kami mengamati beberapa akun media sosial khususnya Instagram organisasi di wilayah Kecamatan Pesanggrahan, terdapat beberapa hal:

1. Beberapa organisasi sudah memiliki minimal satu jenis akun media sosial namun butuh ditingkatkan konsistensinya dalam mengunggah konten
2. Pengurus organisasi mungkin sudah mengetahui bahwa konten untuk media sosial organisasi penting dikelola secara baik namun masih butuh arahan untuk membuat konten yang menarik dan sesuai kebutuhan audiens.

Dari observasi dan kegiatan sebelumnya dibutuhkan kegiatan untuk dapat mengoptimalkan media sosial sebagai sarana komunikasi organisasi. Salah satunya dengan memaksimalkan konten yang disebarluaskan melalui media sosial. Tim pengabdian masyarakat berupaya untuk melaksanakan pelatihan pengelolaan dan produksi konten media sosial Instagram dengan harapan setelah ini masing-masing pengurus organisasi dapat secara mandiri memproduksi konten yang bermanfaat, menarik dan informative.

## 2. METODE



**Gambar 1.** Diagram alir metode kegiatan pengabdian masyarakat

Kegiatan pengabdian masyarakat ini merupakan pengembangan dari kegiatan sebelumnya. Kegiatan kali ini, akan berfokus pada praktik langsung terkait perencanaan dan produksi konten media sosial organisasi. Awalnya, Tim pengabdian menghubungi pihak Kecamatan Pesanggrahan untuk mengajak bekerja sama. Kemudian disusun rencana kegiatan. Setelah hibah disetujui, perencanaan kegiatan langsung disusun. Kegiatan ini diikuti oleh pengurus organisasi di tingkat Kecamatan Pesanggrahan terutama yang bertugas mengelola media sosial organisasinya. Peserta diberikan materi tentang bagaimana membuat perencanaan konten media sosial dan memproduksi konten (visual dan *caption*) untuk Instagram. Kegiatan ini akan berlangsung kurang lebih tiga bulan, di mana pada bulan pertama akan diberikan materi pengantar berjudul “Instagram sebagai Media Komunikasi Organisasi” yang berisi pemaparan data media sosial, bagaimana organisasi dapat memanfaatkan media sosial, strategi pengelolaan media sosial, tahapan membuat konten Instagram, tips dan ide membuat konten Instagram yang dapat meningkatkan interaksi, fitur-fitur Instagram, dan contoh-contoh inspirasi konten menarik dari organisasi. Materi kedua berjudul “Memaksimalkan Media Sosial dengan Desain yang Baik” berisi penjelasan tentang fungsi desain, hal-hal yang mempengaruhi desain, elemen desain, konten dalam sebuah desain, dan aplikasi desain yaitu contohnya Canva.

Setelah memperoleh materi, peserta diberikan wadah pendampingan melalui grup di aplikasi WhatsApp, di mana peserta dapat bertanya, meminta saran dan berdiskusi dengan tim pengabdian juga seluruh peserta pelatihan. Rangkaian selanjutnya yaitu organisasi diberikan tantangan untuk membuat perencanaan media sosial untuk organisasinya sekaligus memproduksi dan memposting

konten media sosial yang kurang lebih akan berjalan selama satu sampai dua bulan. Tim pengusul pengabdian masyarakat akan mengadakan acara pertemuan selanjutnya pada Mei 2023 untuk mengevaluasi konten organisasi yang telah diunggah di Instagram organisasinya masing-masing, kemudian menentukan hasil kerja terbaik dari peserta yang akan diberikan apresiasi. Peserta terbaik akan mendapatkan hadiah menarik. Dalam rangkaian kegiatan yang dilakukan, peserta diberikan kuesioner pra test untuk mengukur pemahaman peserta sebelum mengikuti pelatihan, kemudian kuesioner post test akan diberikan setelah program berakhir untuk mengukur pemahaman peserta dan mengukur efektivitas penyampaian materi. Kuesioner pra test dan post test akan diolah menjadi bahan pengukuran efektivitas program Pengabdian Masyarakat ini.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk merespon kebutuhan mitra, Tim Pengabdian membuat sebuah kegiatan Pengabdian Masyarakat berupa Pemberdayaan masyarakat khususnya anggota organisasi dalam lingkup kecamatan Pesanggrahan. Pemberdayaan masyarakat merupakan kegiatan pembangunan aset dan kapasitas masyarakat yang memungkinkan masyarakat itu berkemampuan untuk memilih dan menentukan tindakan-tindakan ke arah pencapaian tujuan hidupnya (Palenti, Prasetyo, & Gusti, 2020).

Media sosial didefinisikan sebagai kelompok berbasis internet aplikasi yang dibangun berdasarkan ideologis dan dasar teknologi dari Web 2.0 yang memungkinkan pembuatan dan pertukaran konten yang dibuat pengguna (Tench, 2017, p. 39). Media sosial dapat diakses dengan mudah melalui perangkat telepon seluler yang memiliki sambungan internet. Kemudahan ini tentunya merupakan fasilitas yang dapat diakses untuk berbagi informasi mengenai apapun. Adapun media sosial yang dapat digunakan dan umumnya dikenal antara lain, Instagram, Facebook, YouTube, Twitter, WhatsApp, dll (Susanti, Gunawan, & Koswaran, 2023).

Media sosial memungkinkan kita membuat dan saling bertukar konten dengan pengguna lainnya. Begitu juga dengan organisasi yang menggunakan media sosial untuk saling bertukar informasi dengan masyarakat. Penyampaian informasi melalui konten harus jelas tersampaikan dan memenuhi kebutuhan informasi pengunjung dan dapat memberikan dampak positif. Oleh karena itu, penggunaan media sosial perlu diiringi dengan strategi pembuatan konten yang tepat agar proses komunikasi memberikan hasil yang memuaskan (Thifalia & Susanti, 2021).

Kegiatan pengabdian masyarakat ini berjudul “Pelatihan Produksi Konten Media Sosial Instagram Sebagai Media Komunikasi Organisasi di Wilayah Kecamatan Pesanggrahan”. Kegiatan ini berlangsung kurang lebih 3 bulan yang dibagi menjadi dua kali pertemuan. Terdapat tiga kegiatan dalam pengabdian masyarakat ini yaitu:



**Gambar 2.** Timeline kegiatan pengabdian masyarakat

Pada pertemuan pertama tim pengabdian memaparkan materi pengantar tentang pengelolaan media sosial, pembuatan konten media sosial khususnya Instagram, juga beberapa tips dalam membuat dan mengelola konten media sosial. Peserta diberikan tantangan untuk mengaktifasi

media sosial organisasinya masing-masing. Organisasi di lingkungan Kecamatan Pesanggrahan diberikan tantangan untuk mengikuti lomba media sosial, di mana pengelola Instagram organisasi mengaktivasi media sosialnya selama satu bulan dan nantinya akan dievaluasi dan dinilai oleh tim pengabdian. Selama proses lomba, sejak Februari hingga Maret 2023, tim pengabdian melakukan pendampingan kepada peserta pelatihan melalui WhatsApp *Group* di mana pada *group* tersebut peserta dapat bertanya dan meminta saran dari tim pengabdian terkait pengelolaan media sosial dan konten-konten yang dibuat untuk Instagram organisasinya. Setelah 2 bulan berjalan, pada bulan Mei nanti tim pengabdian akan menyelenggarakan pertemuan kedua dengan peserta pelatihan untuk memberikan pemaparan evaluasi dan pengumuman pemenang lomba aktivasi media sosial Instagram organisasi.

### 1. Kegiatan 1: *Sharing Materi Pengelolaan dan Produksi Konten Instagram*

Pertemuan pertama dilaksanakan secara *offline* pada 7 Februari 2023 di lokasi mitra yaitu Kantor Kecamatan Pesanggrahan. Acara dibuka oleh Master of Ceremony (MC) yaitu Reni Dyanasari, anggota tim pengabdian. Agenda pertama yaitu sambutan yang diberikan oleh ketua tim pengabdian yaitu Fasya Syifa Mutma, dan Camat Kecamatan Pesanggrahan yaitu Bapak Hartono Abdullah. Kemudian dilanjutkan dengan seremonial penandatanganan dokumen kerja sama oleh Bapak Hartono Abdullah selaku Camat Kecamatan Pesanggrahan, dan Ibu Naurissa Biasini selaku Kepala program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Jaya sebagai penanda kerja sama antara Kecamatan Pesanggrahan dan Universitas Pembangunan Jaya. Acara dilanjutkan dengan pemaparan materi pelatihan dan diskusi dari narasumber.



**Gambar 3.** Tim pengabdian sedang memaparkan materi

Pada pertemuan ini, tim pengabdian membawakan dua materi. Materi pertama berjudul “Instagram sebagai Media Komunikasi Organisasi” di mana materi tersebut dibawakan oleh narasumber undangan yang merupakan praktisi dan dosen Program Studi Ilmu Komunikasi yaitu Dewi Silvialestari. Materi berisi tentang data media sosial, bagaimana organisasi dapat memanfaatkan media sosial, strategi pengelolaan media sosial, tahapan membuat konten Instagram, tips dan ide membuat konten Instagram yang dapat meningkatkan interaksi, fitur-fitur Instagram, dan contoh-contoh inspirasi konten menarik dari organisasi. Materi kedua berjudul “Memaksimalkan Media Sosial dengan Desain yang Baik” dipaparkan oleh salah satu tim pengabdian yaitu Naurissa Biasini. Materi berisi penjelasan tentang fungsi desain, hal-hal yang mempengaruhi desain, elemen desain, konten dalam sebuah desain, dan aplikasi desain yaitu contohnya Canva. Pada saat pemaparan materi, kedua pemateri juga membuka sesi tanya jawab kepada peserta, juga

membuka diskusi agar peserta dapat bercerita pengalaman mengelola dan memproduksi konten Instagram organisasinya masing-masing.

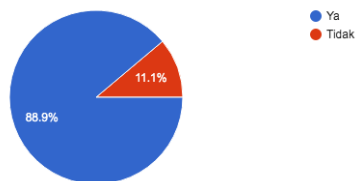
**Tabel 1.** Organisasi peserta pelatihan

NO	Organisasi	Akun Instagram
1	Kelurahan Ulujami	@kelurahan_ulujami
2	Kelurahan Pesanggrahan	@kelurahan_pesanggrahan
3	Kelurahan Petukangan Selatan	@kelurahan_petukangan_selatan
4	Kelurahan Petukangan Utara	@kel.petukanganutara
5	Kecamatan Pesanggrahan	@pesanggrahan_Jaksel
6	Puskesmas Kecamatan Pesanggrahan	@pkm_pesanggrahan
7	TP PKK Kecamatan Pesanggrahan	@tppkk_kecamatan.pesanggrahan
8	RSUD Pesanggrahan	@rsupesanggrahan
9	Unit Pemungutan Pajak Daerah (UPPD) Pesanggrahan	@upppdpesanggrahan
10	Suku Dinas Penanggulangan Kebakaran dan Penyelamatan Kota Administrasi Jakarta Selatan, Damkar Pesanggrahan	@damkar.pesanggrahan
11	Unit Pengelola Penanaman Modal dan PTSP (UP PMPTSP) Kecamatan Pesanggrahan	@ptsp.kec.pesanggrahan
12	Satpel Perhubungan	@satpelhub_pesanggrahan
13	Dukcapil	@dukcapil_pesanggrahan
14	Suku Dinas Perindustrian Perdagangan Koperasi Usaha Kecil dan menengah Provinsi DKI Jakarta (PPKUKM) Jakarta Selatan	@jakpreneur_pesanggrahan
15	Suku Dinas Bina Marga Kota Administrasi Jakarta Selatan Kecamatan Pesanggrahan	@binamarga_pesanggrahan
16	Suku Dinas Sumber Daya Air Jakarta Selatan	@sda.pesanggrahan

Kegiatan ini dihadiri oleh 35 orang yang terdiri dari perwakilan organisasi di sekitar Kecamatan Pesanggrahan, anggota Kecamatan Pesanggrahan, dan tim pengabdian. Terdapat 16 organisasi yang terlibat meliputi organisasi di kelurahan, kecamatan, rumah sakit, puskesmas, suku dinas, dan lain-lain seperti tercantum pada tabel di atas. Total 27 peserta perwakilan organisasi di wilayah Kecamatan Pesanggrahan yang mengikuti pelatihan, terdiri dari 55.6% atau 15 orang laki-laki, dan 44.6% atau 12 orang perempuan. Peserta pelatihan berasal dari kalangan usia yang beragam mulai dari usia 22-48 tahun.

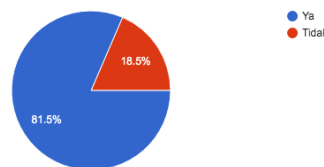
Peserta pelatihan memiliki latar belakang pendidikan yang cukup beragam. Dari 27 orang, sebanyak 44.4% atau sebanyak 12 orang merupakan lulusan S1, 33.3% atau sebanyak 9 orang merupakan lulusan SMA/K sederajat, 14.8% atau sebanyak 4 orang merupakan lulusan S2, dan sebesar 7.4% atau sebanyak 2 orang merupakan lulusan Diploma. Hal ini menegaskan bahwa peserta pelatihan memiliki latar belakang pendidikan yang cukup baik, bahkan didominasi oleh peserta lulusan S1, sehingga diharapkan peserta dapat menyerap materi pelatihan dengan baik.

Apakah Anda mengelola akun Instagram organisasi Anda?  
27 responses



**Gambar 4.** Pengelola instagram

Apakah Anda mengetahui bagaimana mengelola dan memproduksi konten Instagram untuk organisasi?  
27 responses

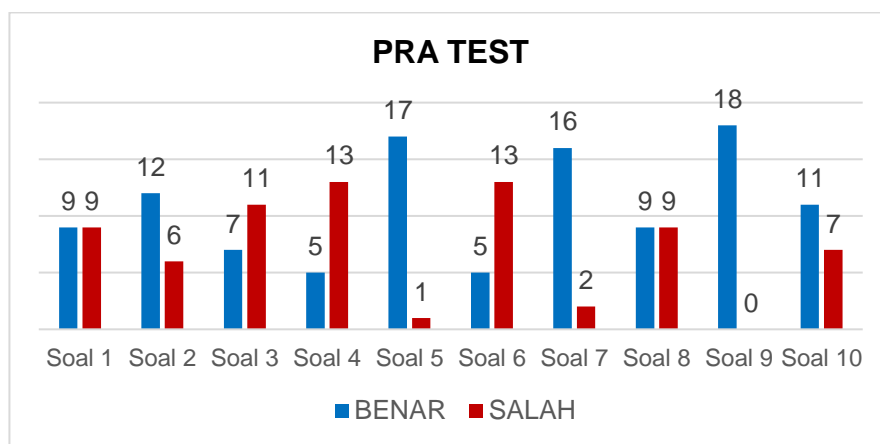


**Gambar 5.** Pengelolaan & produksi konten

Melalui data kuesioner *pra test* yang diisi oleh 27 peserta, sebesar 88.9% atau sebanyak 24 peserta merupakan pengelola akun Instagram organisasi, dan sebesar 11.1% atau sebanyak 3 orang bukan merupakan pengelola akun Instagram organisasi. Hal ini menandakan bahwa mayoritas peserta adalah pengelola Instagram organisasi sehingga diasumsikan mayoritas peserta sudah terbiasa mengelola Instagram. Kemudian, sebesar 81.5% atau sebanyak 22 orang mengetahui bagaimana mengelola dan memproduksi konten Instagram organisasi, dan sebesar 18.5% atau sebanyak 5 orang tidak mengetahui bagaimana mengelola dan memproduksi konten Instagram organisasi. Hal ini membuktikan bahwa mayoritas peserta organisasi telah memiliki pengetahuan dan kemampuan dalam pengelolaan dan produksi konten Instagram organisasi, sehingga hanya perlu dipertajam dan ditingkatkan kemampuannya dalam pengelolaan dan produksi konten Instagram organisasi.

Sebagian peserta telah memahami bagaimana cara membuat konten visual menggunakan aplikasi Canva yaitu sebesar 63% atau sebanyak 17 orang, namun ada sebesar 37% atau sebanyak 10 orang tidak memahami bagaimana cara membuat konten visual menggunakan Canva. Untuk itu, setelah pemaparan materi, tim pengabdian memberikan tantangan berupa tugas kepada peserta untuk membuat konten Instagram melalui aplikasi Canva. Peserta diminta membuat konten bersifat informatif terkait dengan organisasi masing-masing, kemudian konten dikomentari oleh tim pengabdian melalui WhatsApp *Group*.

Sesaat sebelum pemaparan materi, peserta diminta untuk mengisi pra test yang di dalamnya terdapat pertanyaan-pertanyaan terkait materi. Terdapat 18 orang yang mengisi kuesioner pra test.

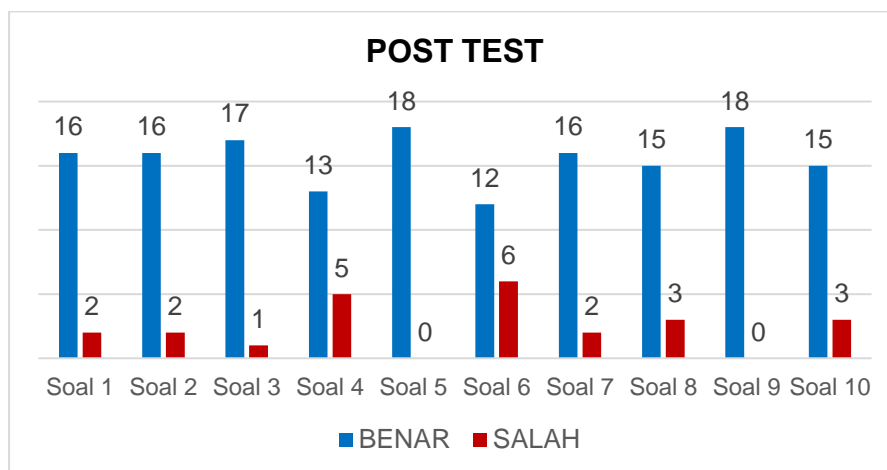


**Gambar 6.** Grafik hasil kuesioner pra test

Dari kuesioner pra test yang berisi sepuluh pertanyaan ini, dapat dilihat bahwa soal 3, 4, dan 6 memiliki jawaban salah yang lebih banyak dibandingkan jawaban benar. Kemudian soal 2, 5, 7, dan 9 memiliki jawaban benar yang lebih banyak, dan soal 1 dan 8 memiliki jawaban salah dan benar

yang seimbang. Dari data ini dapat dilihat bahwa terdapat jawaban benar, namun juga jawaban salah masih banyak. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat beberapa peserta yang sudah memahami dan ada yang belum memahami hal-hal tertentu terkait media sosial khususnya Instagram.

Setelah tim pengabdian memaparkan materi, peserta diminta untuk mengisi kuesioner post test yang berisi pertanyaan-pertanyaan terkait dengan materi di mana pertanyaannya sama dengan pertanyaan pada kuesioner pra test. Terdapat 18 orang yang mengisi kuesioner post test.



Gambar 7. Grafik hasil kuesioner post test

Dari hasil kuesioner post test dapat dilihat bahwa soal 1 – 10 memiliki jawaban benar yang lebih banyak dibandingkan dengan jawaban salah. Jumlah peserta yang menjawab benar pada setiap soal pun lebih banyak jumlahnya dibandingkan saat kuesioner pra test. Dapat dilihat bahwa jawaban benar sangat mendominasi, bahkan tidak ada lagi soal yang didominasi oleh jawaban yang salah. Hal ini menunjukkan adanya perubahan data dari hasil pra test di awal. Jika disimpulkan dengan dominasi jawaban benar pada semua soal, menunjukkan bahwa peserta dapat menyerap dan memahami materi dengan baik yang menandakan bahwa pesan tersampaikan secara efektif. Peserta dapat memahami materi pelatihan dengan baik yang harapannya dapat meningkatkan kemampuan peserta dalam mengelola dan memproduksi konten Instagram organisasinya.



Gambar 8. Peserta sedang berlatih membuat konten menggunakan canva

Peserta terlihat cukup antusias dalam memperhatikan materi, mereka juga secara aktif bertanya, menanggapi dan bercerita mengenai pengalamannya dalam mengelola akun Instagram organisasinya. Peserta turut diberikan tantangan untuk membuat konten menggunakan aplikasi Canva. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan kecakapan peserta dalam membuat konten



**Gambar 9.** Foto bersama tim pengabdian dan peserta pelatihan

Kegiatan pertama ini berlangsung dengan lancar dan sukses. Peserta antusias dan semangat mengikuti pelatihan. Tim pengabdian berharap materi dan praktik yang didapatkan dalam pelatihan ini dapat menambah dan meningkatkan kemampuan peserta dalam pengelolaan dan produksi konten Instagram untuk organisasi. Selain itu pelatihan ini juga menjadi awal kegiatan kolaborasi UPJ dengan Kecamatan Pesanggrahan.

## **2. Kegiatan 2 Pendampingan Pengelolaan Instagram**

Setelah kegiatan pelatihan, tim pengabdian menyediakan wadah pendampingan bagi peserta pelatihan dalam pengelolaan dan produksi konten Instagram organisasinya yaitu berupa WhatsApp *Group* yang bernama “Pelatihan Medsos Kecamatan Pesanggrahan”. Di dalam grup tersebut terdapat 27 partisipan, meliputi tim pengabdian (4 orang) dan peserta pelatihan. Di dalam grup tersebut, peserta dapat bertanya dan meminta saran terkait pengelolaan dan pembuatan konten Instagram untuk organisasinya.



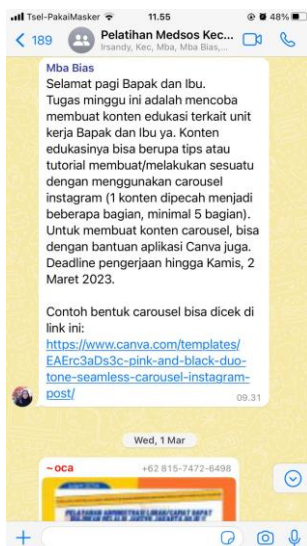


Peserta pelatihan sedang bertanya kepada tim pengabdian mengenai Instagram, kemudian tim pengabdian membalas pertanyaan peserta

Peserta sering mengunggah hasil konten yang dibuatnya ke grup

Peserta pelatihan sedang bertanya kepada tim pengabdian mengenai Instagram, kemudian tim pengabdian membalas pertanyaan peserta

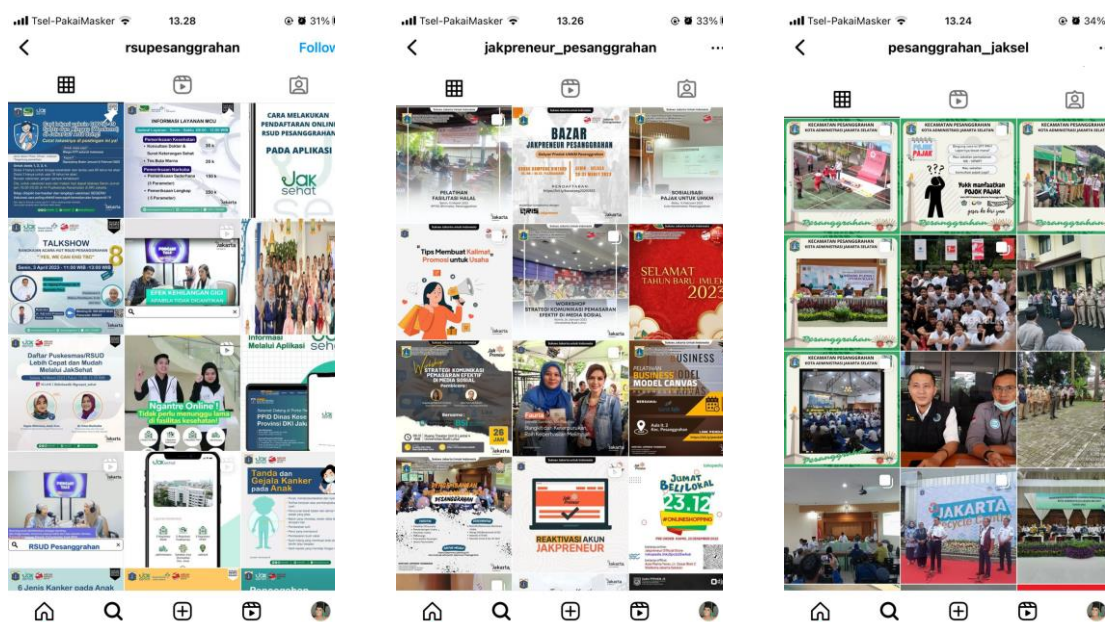
Peserta di dalam grup tergolong cukup aktif, mereka terkadang mengirimkan konten-konten untuk diposting dan meminta saran tim pengabdian terkait konten tersebut. Peserta juga sering menanyakan terkait teknis dalam fitur Instagram, seperti bagaimana cara mengetahui demografis *followers* akun, bagaimana melihat *insights* akun dan lain sebagainya. Tim pengabdian berupaya untuk secara aktif menanggapi diskusi dan pertanyaan-pertanyaan dari peserta. Seperti dalam gambar di atas, peserta menanyakan perihal bagaimana foto atau visual yang baik untuk diposting di akun Instagram organisasi. Selain itu tim pengabdian juga berupaya untuk menanggapi konten-konten yang dikirimkan oleh peserta dengan memberikan apresiasi dan masukan pada konten-konten tersebut. Harapannya, dengan pendampingan ini, peserta dapat lebih menguasai bagaimana pengelolaan dan produksi konten Instagram untuk organisasinya masing-masing.



Gambar 10. Grup pelatihan di aplikasi whatsapp

Pada WhatsApp *Group* pelatihan, tim pengabdian tidak hanya memberikan saran dan menjawab pertanyaan dari peserta, namun juga memberikan tugas-tugas untuk meningkatkan kemampuan peserta dalam produksi konten Instagram organisasi. Gambar di atas menunjukkan tim pengabdian memberikan tugas membuat konten edukasi dalam bentuk *carousel post*.

### 3. Kegiatan 3: Evaluasi Aktivasi Instagram dan Apresiasi



Gambar 11. Progres instagram organisasi

Kegiatan ketiga dalam pengabdian masyarakat ini yaitu pertemuan untuk memberikan evaluasi pada konten Instagram masing-masing organisasi sekaligus memberikan apresiasi kepada pemenang lomba aktivasi media sosial Instagram organisasi. Acara ini belum dilaksanakan karena dijadwalkan pada Setember 2023. Kegiatan ini akan membahas materi evaluasi sekaligus membahas mengenai *engagement* akun Instagram. *Engagement* merupakan bentuk dari konsep *Customer Brand Engagement* sebagai aktivitas kognitif, emosional, dan perilaku konsumen yang

bervalensi positif terkait dengan interaksi fokus konsumen atau merek. Bentuk *engagement* yang terdapat pada media sosial ini dapat berbentuk seperti *comments*, *likes*, dan *shares* pada akun Instagram (Ruse *et al.*, 2023).

Kegiatan ini rencananya akan diselenggarakan secara daring melalui Zoom dan mengundang praktisi untuk memberikan evaluasi pada konten Instagram yang telah diunggah. Tim pengabdian akan memberikan hadiah kepada pemenang lomba. Pada kegiatan ini juga akan menandakan penutupan kegiatan pengabdian masyarakat kali ini.

#### 4. SIMPULAN

Pengabdian masyarakat ini telah dan sedang berjalan dengan baik. Kegiatan ke-1 sudah terlaksana dengan baik di mana pemaparan materi dari tim pengabdian dinilai cukup efektif karena peserta dapat memahami materi dengan baik dilihat dari hasil kuesioner yang menyatakan jawaban benar lebih banyak dibandingkan jawaban salah. Saat pelatihan, peserta juga terlihat antusias bertanya dan bercerita pengalaman dalam pengelolaan media sosial organisasinya. Diskusi berjalan dengan lancar menyenangkan karena peserta aktif memperhatikan dan menanggapi. Kegiatan ke-2 berupa pendampingan juga masih berjalan hingga kini, di mana peserta terlihat aktif bertanya dan meminta saran kepada tim pengabdian terkait pengelolaan dan produksi konten Instagram organisasi. Kegiatan lomba aktivasi Instagram masih terus berjalan hingga nanti dilaksanakan kegiatan ke-3 yaitu Evaluasi Aktivasi Instagram dan Apresiasi yang akan diselenggarakan pada Agustus 2023. Metode pengabdian masyarakat seperti ini cukup efektif untuk memberikan pengetahuan dan membangun semangat pengelola Instagram organisasi di wilayah Kecamatan Pesanggrahan untuk aktif menggunakan media sosial organisasinya masing-masing. Harapannya setelah kegiatan ini, pengelola Instagram organisasi bisa lebih konsisten, aktif dan kreatif dalam mengunggah konten di media sosial organisasinya masing-masing. Rekomendasi selanjutnya agar dapat membuat pelatihan lanjutan yang tingkatnya lebih *advance* seperti fokus kepada pembuatan konten foto, video, ataupun poster.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Universitas Pembangunan Jaya dan Pengurus Kecamatan Pesanggrahan atas segala dukungannya dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini.

#### REFERENSI

- Annur, C., M. (2022). Ada 204,7 Juta Pengguna Internet di Indonesia Awal 2022. Databoks.katadata.co.id. Diakses pada 7 Agustus 2022 dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/23/ada-2047-juta-pengguna-internet-di-indonesia-awal-2022>
- Aryani, L., Triwardhani, D., & Pusporini. (2022). Pelatihan Pemasaran Produk UMKM Melalui Sarana Media Sosial Di Desa Cimarga, Banten. Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat Universitas Mathla'ul Anwar (JPPM UNMA) Banten, 7(1), 359-367. Diakses pada 5 September 2023 dari <http://jurnal.unmabanten.ac.id/index.php/jppm/article/view/100/71>
- Bayu, D. J. (2022). Jumlah Pengguna Media Sosial di Dunia Capai 4,2 Miliar. Databoks.katadata.com. Diakses pada 7 Agustus 2022 dari

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/02/18/jumlah-pengguna-media-sosial-di-dunia-capai-42-miliar>

- Dinas Pariwisata dan Kebudayaan DKI Jakarta. (2018). Pesanggrahan, Kecamatan. Ensiklopedia Jakarta. Diakses pada 7 Agustus 2022 dari <http://encyclopedia.jakarta-tourism.go.id/post/Pesanggrahan-Kecamatan?lang=id>
- Indarto, Lestari, R., I., & Budiarti, Y. (2023). Peningkatan Kemampuan Pemasaran Sosial Media pada UMKM Kelurahan Sendangmulyo Semarang. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat Universitas Mathla'ul Anwar (JPPM UNMA) Banten*, 8(2), 360-366. Diakses pada 5 September 2023 dari <http://jurnal.unmabanten.ac.id/index.php/jppm/article/view/360/221>
- Kemp, S. (2022). Digital 2022: Indonesia. *Datareportal.com*. Diakses pada 7 Agustus 2022 dari <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>
- Marenda, P. (Maret, 2019). Fungsi Internet, Mengenal Kelebihan dan Kekurangannya. *Liputan6.com*. Diakses pada 18 Februari 2021 dari <https://www.liputan6.com/citizen6/read/3921529/fungsi-internet-mengenal-kelebihan-dan-kekurangannya#:~:text=Internet%20tentu%20memiliki%20manfaat%20selain,sebagai%20media%20informasi%20dan%20hiburan.&text=Lalu%20manfaat%20internet%20yang%20lain,media%20termudah%20untuk%20mendapatkan%20informasi.>
- Mutma, F., S., Dyanasari, R., & Leksono, F., B. (2022). Pelatihan Produksi Konten Media Sosial Instagram sebagai Media Komunikasi Organisasi. *Jurnal Buana Pengabdian*, 4(2), 41-50. Diakses pada 5 September 2023 dari <https://journal.ubpkarawang.ac.id/index.php/JurnalBuanaPengabdian/article/view/2787/1880>
- Pahlevi, R. (2022). Pengguna Internet di Dunia Capai 4,95 Miliar Orang Per Januari 2022. *Databoks.katadata.com*. Diakses pada 7 Agustus 2022 dari [https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/02/07/pengguna-internet-di-dunia-capai-495-miliar-orang-per-januari-2022#:~:text=Jumlah%20Pengguna%20Internet%20di%20Dunia%20\(2012%20%2D%202022\)&text=Laporan%20DataReportal%20mencatat%20ada%204,tercatat%20sebesar%203%2C95%20miliar.](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/02/07/pengguna-internet-di-dunia-capai-495-miliar-orang-per-januari-2022#:~:text=Jumlah%20Pengguna%20Internet%20di%20Dunia%20(2012%20%2D%202022)&text=Laporan%20DataReportal%20mencatat%20ada%204,tercatat%20sebesar%203%2C95%20miliar.)
- Palenti, C., D., Prasetyo, I., & Gusti, R., (2020). Pendampingan Masyarakat dalam Pengembangan Destinasi Wisata melalui Pemetaan Kebutuhan. *DIKLUS: Jurnal Pendidikan Luar Sekolah*, 1(4), 11-20. Diakses pada 5 September 2023 dari <https://journal.uny.ac.id/index.php/jurnaldikus/article/view/27551/13262>
- Putranto, A. (Maret, 2018). Darurat Literasi Media Sosial, Berpacu Melawan Konten Negatif. Diakses pada 18 Februari 2021 dari <https://internasional.kompas.com/read/2018/03/22/09480251/darurat-literasi-media-sosial-berpacu-melawan-konten-negatif?page=all#:~:text=RENDAHNYA%20literasi%20media%20sosial%20dalam,pornografi%20dan%20adiksi%20media%20digital.>
- Ruse, A., V., Jaolis, F., & Wijaya, S. (2023). Evaluasi Manajemen Media Sosial Instagram Menggunakan Framework Dragons: Studi Kasus Pada Program Studi Pascasarjana Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Universitas Kristen Petra*, 17(1), 17-23. Diakses pada 5 September 2023 dari <https://jurnalpemasaran.petra.ac.id/index.php/mar/article/view/25742/20887>
- Susanti, S., Gunawan, W., & Koswaran, I. (2023). Pemanfaatan Media Sosial dalam Mengembangkan Pemasaran Batik Sukapura. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat Universitas Mathla'ul Anwar (JPPM UNMA) Banten*, 8(1), 95-104. Diakses pada 5 September 2023 dari <http://jurnal.unmabanten.ac.id/index.php/jppm/article/view/215/189>

- Sutisna, N., Alifi, M., I., Muhaemin, Ramadhan, A., Pratiwi, M., Fitriyah, N., Muldi, A. (2022). Optimalisasi Pemanfaatan Media Sosial dalam Promosi Kampung Wisata Pekijing. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat Universitas Mathla'ul Anwar (JPPM UNMA) Banten*, 7(1), 72-79. Diakses pada 5 September 2023 dari <http://jurnal.unmabanten.ac.id/index.php/jppm/article/view/26/28>
- Tench, R., & Yeomanz, L. (2017). *Exploring public relations, global strategic communication*. United Kingdom: Pearson.
- Thifalia, N., Susanti, S. (2021). Produksi Konten Visual dan Audiovisual Media Sosial Lembaga Sensor Film. *Jurnal Common*, 5(1), 39-55. Diakses pada 5 September 2023 dari <https://ojs.unikom.ac.id/index.php/common/article/download/4799/2472/>