

Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial *Reels Instagram* Sebagai Media Branding Bagi Organisasi Gerakan Pemuda Anzor Ciledug

Ita Suryani*¹, Intan Leliana², Siti Qona'ah³, George Wilhelm Bender⁴, Dinda Adisti⁵, Thabita Marethi Arifah Hardini⁶, Muhammad Fauzan Kariman⁷

^{1,2,3,4,5,6,7} Universitas Bina Sarana Informatika

^{1,2,3,4,5,6,7} Jl. Kayu Jati V No. 2, Pemuda, Rawamangun, Indonesia

*e-mail: ita.its@bsi.ac.id¹, intan.ila@bsi.ac.id², siti.sqa@bsi.ac.id³, george.gwn@bsi.ac.id⁴, dndadisti@gmail.com⁵, thabitamarethii@gmail.com⁶, m.fauzan12061818@gmail.com⁷

Abstrak

Gerakan Pemuda Anzor (GP Anzor) adalah organisasi kepemudaan, kemasyarakatan, kebangsaan, dan keagamaan yang berwatak kerakyatan dan merupakan badan otonom di bawah Nahdlatul Ulama (NU). Dalam rangka meningkatkan kemampuan intelektual pada anggota yakni pemuda yang bergabung dalam GP Anzor dan mendapatkan dukungan dari masyarakat terkait eksistensi maka dibutuhkan strategi yang harus dilakukan yakni salah satunya dengan memanfaatkan media sosial reels Instagram sebagai media branding bagi Organisasi GP Anzor dengan tujuan organisasi. Metode yang digunakan dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat ini yakni (1) tahap persiapan, pada tahap ini dilakukan untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi oleh anggota organisasi GP Anzor Ciledug; (2) tahap pelaksanaan, diberikan pemahaman dan pengetahuan mengenai branding di media sosial. Materi pelatihan ini dalam hal penggunaan, pengelolaan dan pemanfaatan media sosial Instagram pada fitur Reels Instagram sebagai media branding yang dilakukan dengan praktek secara hybrid; (3) tahap monitoring dan evaluasi, pada tahap ini diberikan soal-soal tes evaluasi yang harus dikerjakan dengan menggunakan media Google Forms, untuk mengetahui seberapa besar peningkatan pengetahuan, kemampuan, dan keterampilan anggota organisasi GP Anzor Ciledug mengenai pemanfaatan media sosial setelah mengikuti kegiatan penyuluhan dan pelatihan/workshop. Hasil dari pelatihan ini bahwa pemaparan materi mengenai teori media sosial, reels Instagram dan branding menambah wawasan peserta sebesar 36% serta kegiatan pengabdian masyarakat ini meningkatkan keterampilan peserta dalam pemanfaatan atau pengelolaan reels Instagram sebagai media yang dapat membantu aktivitas dan branding organisasi GP Anzor sebesar 29%.

Kata kunci: Media Sosial; Reels Instagram; Branding

Abstract

The Anzor Youth Movement (GP Anzor) is a youth, community, national and religious organization that has a populist character and is an autonomous body under the Nahdlatul Ulama (NU). In order to improve the intellectual abilities of members, namely youth who join GP Anzor and get support from the community regarding their existence, a strategy is needed that must be carried out, one of which is by utilizing Instagram social media reels as a media branding for the GP Anzor Organization with organizational goals. The method used in carrying out this community service is (1) the preparatory stage, at this stage it is carried out to find out the problems faced by members of the Ciledug GP Anzor organization; (2) the implementation stage, given understanding and knowledge about branding on social media. This training material uses, manages, and utilizes Instagram social media on the Instagram Reels feature as a media branding carried out with hybrid practices. (3) monitoring and evaluation stage, at this stage, evaluation test questions are given, which must be done using Google Forms media to find out how much knowledge, abilities, and skills of members of the GP Anzor Ciledug organization have increased regarding the use of social media after participating in counseling activities and training/workshops. The results of this training were that the presentation of material on social media theory, Instagram reels, and branding broadened participants' insights by 36%, and this community service activity increased participants' skills in utilizing or managing Instagram reels as a medium that can help GP Anzor organizational activities and branding by 29%.

Keywords: Social Media; Instagram Reels; Branding

1. PENDAHULUAN

Peran aktif media sosial dalam kegiatan sehari-hari masyarakat atau dalam kegiatan sosial dan komunikasi dipersepsikan positif. Media sosial sebagai sarana untuk menjalin komunikasi dengan pengguna lain dalam bentuk berbagai postingan atau konten yang dibagikan oleh pemegang akun.

Media sosial adalah media online partisipatif yang mempublikasikan berita, foto, video, dan podcast yang diumumkan melalui situs media sosial. (Puntoaji, D, 2011) Biasanya disertai dengan proses pemungutan suara untuk membuat media item menjadi populer. (Puntoaji, D, 2011)

Sosial media memiliki beberapa fungsi diantaranya 1) Sosial media adalah media yang didesain untuk memperluas interaksi sosial manusia menggunakan internet dan teknologi web (Purwokerto & Tegal, 2017). 2) Sosial media berhasil mentransformasi praktik komunikasi searah media siaran dari satu institusi media (Nur, 2021) ke banyak *audience* (“one to many”) menjadi praktik komunikasi dialogi antar banyak *audience* (“many to many”). 3) Sosial media mendukung demokratisasi pengetahuan dan informasi. Mentransformasi manusia dari pengguna isi pesan menjadi pembuat pesan itu sendiri. (Wijayanto, 2012)

Platform Instagram banyak digunakan oleh semua kalangan mulai dari orang tua hingga dewasa hingga remaja. Media sosial Instagram dapat membantu meningkatkan *engagement* dengan pembaca (Girsang, 2020). Media sosial Instagram dapat berfungsi sebagai media branding yaitu sebagai alat untuk membangun brand atau image seseorang, perusahaan, produk, organisasi.

Proses mendesain, merencanakan dan mengkomunikasikan nama serta identitas dengan tujuan membangun atau mengelola reputasi biasa disebut *Branding*. (Anholt, 2003) *Branding* bagi perusahaan, intitusi atau personal bukan sekedar menjual atau memunculkan nama, melainkan juga menampilkan suatu identitas agar mudah dikenal dan dibedakan dengan yang lainnya. (Karsono;, Purwanto;, & Salman; Abdul Matin Bin, 2021)

Beberapa orang menggunakan Instagram untuk berkomunikasi dengan orang tua mereka, orang dewasa lain, dan bahkan remaja. (Hernawati, 2023) Instagram memiliki beberapa fitur yang sangat keren yang membuatnya sangat menyenangkan untuk digunakan. (Ismail, N., Abidin, Z., & Fatoni, 2017). Instagram dapat digunakan untuk membangun merek pribadi, atau untuk membantu mempromosikan produk, perusahaan, atau individu. (Efrida & Diniati, 2020)

Reels Instagram merupakan salah satu fitur aplikasi yang ada pada media sosial Instagram. (Aida, 2021). Menurut (Aida, 2021) untuk mendapatkan fitur Reels, pengguna terlebih dahulu harus mengupdate aplikasi Instagram melalui Google Play Store untuk Android dan App Store untuk iOS. Instagram pertama kali meluncurkan fitur ini pada 5 Agustus 2020, dan secara bertahap muncul di aplikasi pengguna di seluruh dunia. Dipinjam dari Theverge, mirip dengan TikTok, Reels memungkinkan pengguna Instagram membuat video pendek dengan musik yang dapat dibagikan dan ditemukan dengan teman dan pengikut saat menggunakan aplikasi.

Tim dosen dari Program Studi Hubungan Masyarakat Universitas Bina Sarana Informatika memberikan pelatihan Pemanfaatan Media Sosial *Reels Instagram* Sebagai Media Branding Bagi Organisasi GP Ansor Ciledug yang berlokasi di Jl. Dr. Cipto Mangunkusumo, Gg. Mekar Jaya, Kel. Paninggilan Utara, Kec. Ciledug, Kota Tangerang, Banten 15153.

Pada pengabdian masyarakat dalam bentuk pelatihan pemanfaatan media sosial reels instagram sebagai media branding bagi organisasi GP Ansor, dilakukan dengan dua tahap yakni :

1. Pemberian pemahaman dan pengetahuan mengenai apakah itu media sosial, manfaat dan tujuan media sosial serta mengenai branding.
2. Pemberian pelatihan dan Pendampingan dalam kepada anggota GP Ansor dalam penggunaan, pengelolaan dan pemanfaatan media sosial Instagram pada fitur Reels Instagram sebagai media branding yang dilakukan dengan praktek secara hybrid.

GP Ansor itu sebagai kelanjutan dari Ansoru Nahdlatul Oelama (ANO), yang dalam AD/ART NU diubah menjadi GP Ansor Nahdlatul Ulama. GP Ansor didirikan pada 10 Muharram 1353 Hijriyah atau bertepatan dengan 24 April 1934 di Banyuwangi, Jawa Timur. Kelahiran GP Ansor (GP Ansor) diwarnai oleh semangat perjuangan, nasionalisme, pembebasan, dan etos kepahlawanan. GP Ansor terlahir dalam suasana keterpaduan antara kepeloporan pemuda pasca Sumpah Pemuda, semangat kebangsaan, kerakyatan, dan sekaligus spirit keagamaan.

GP Ansor memiliki visi (1) Revitalisasi Nilai Dan Tradisi, (2) Penguatan Sistem Kaderisasi Pemberdayaan Potensi Kader, (3) Kemandirian Organisasi. Sementara misi dari Ansor sendiri

diantaranya (1) Internalisasi Nilai ASWAJA dan Sifat Rasul dalam GP Ansor. (2) Membangun Disiplin Organisasi dan Kadersasi berbasis Profesi. (3) Menjadi sentrum lalulintas informasi dan peluang usaha antar kader dengan stakeholder. (4) Mempercepat kemandirian ekonomi kader dan organisasi.

Organisasi GP Ansor merupakan mitra program pengabdian masyarakat yang tergolong pada mitra produktif secara sosial. Berikut beberapa kegiatan yang dilakukan oleh organisasi GP Ansor :

a. Rakorwil (Rapat Kerja Wilayah)

Rakorwil, rapat kerja wilayah biasanya dihadiri sejumlah tokoh NU, ulama, serta pengurus dan kader GP Ansor. Rakorwil ini dilaksanakan untuk memperkokoh pemikiran kebangsaan, keagamaan dan menyatukan seluruh kader Ansor serta Banser yang ada di Provinsi Banten.



Gambar 1. Menunjukkan Organisasi GP Ansor yang sedang melakukan rapat koordinasi yang dihadiri sejumlah tokoh NU, Ulama, Pengurus dan Kader GP Ansor

b. Kegiatan keagamaan

Aktivitas keagamaan adalah segala bentuk kegiatan yang berhubungan dengan nilai-nilai agama, yang dijadikan sebagai rutinitas dalam kehidupan sehari-hari dan dijadikan pedoman dalam menjalin hubungan kepada Allah SWT dan hubungan kepada umat manusia lainnya.



Gambar 2. Menunjukkan Organisasi GP Ansor yang sedang melakukan berdoa dan bersholawat bersama dengan tema “Ciledug Bersholawat”

c. Kegiatan Sosial

Kegiatan sosial merupakan kepedulian kepada orang lain yang memang memiliki keterbatasan.



Gambar 3. Menunjukkan Organisasi GP Anshor yang sedang melakukan fogging untuk pencegahan nyamuk demam berdarah

Gerakan Pemuda Anshor Ciledug (GP) terus berupaya untuk mendapatkan dukungan masyarakat atas keberadaannya agar kegiatan/program yang dilakukan memberikan dampak positif bagi anggota dan masyarakat sekitar pada umumnya.

Untuk meningkatkan kemampuan intelektual anggota dari para pemuda yang tergabung dalam Organisasi Gerakan Pemuda (GP) Anshor Ciledug untuk mendapatkan dukungan dan meningkatkan eksistensinya di mata masyarakat, maka harus dilakukan strategi yang salah satunya adalah pemanfaatan fitur reels Instagram @ ansorbanserciledug sebagai media branding untuk organisasi GP Anshor.

2. METODE ABDIMAS

Metode pelaksanaan yang digunakan dalam menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh mitra adalah sebagai berikut :

1. Tahap Persiapan
Tahap ini dilakukan untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi oleh anggota organisasi GP Anshor Ciledug dan mengajukan perizinan untuk melakukan kegiatan penyuluhan. Selanjutnya survei lapangan sampai penyusunan materi penyuluhan dan pembuatan kuesioner serta melakukan berbagai macam persiapan.
2. Tahap Pelaksanaan
Tahap 1, Pengetahuan dan Pemahaman yaitu para anggota organisasi GP Anshor Ciledug akan diberikan pemahaman dan pengetahuan mengenai apakah itu media sosial, manfaat dan tujuan media sosial serta mengenai branding.
Tahap 2, Penyuluhan dan Pendampingan mengenai bagaimana caranya agar anggota GP Anshor Ciledug memiliki kemampuan dalam pengelolaan media sosial instagram yang dilakukan secara hybrid.
Tahap 3, Pelatihan dan Pendampingan dalam mengenai bagaimana caranya agar anggota GP Anshor memiliki keterampilan dan keahlian yang baik dalam penggunaan, pengelolaan dan pemanfaatan media sosial Instagram pada fitur *Reels Instagram* sebagai media branding yang dilakukan dengan praktek secara hybrid.
3. Tahap monitoring dan evaluasi
Pada tahap ini diberikan soal-soal tes evaluasi yang harus dikerjakan dengan menggunakan media Google Forms, untuk mengetahui seberapa besar peningkatan pengetahuan, kemampuan, dan keterampilan anggota organisasi GP Anshor Ciledug mengenai pemanfaatan media sosial setelah mengikuti kegiatan penyuluhan dan pelatihan/workshop.

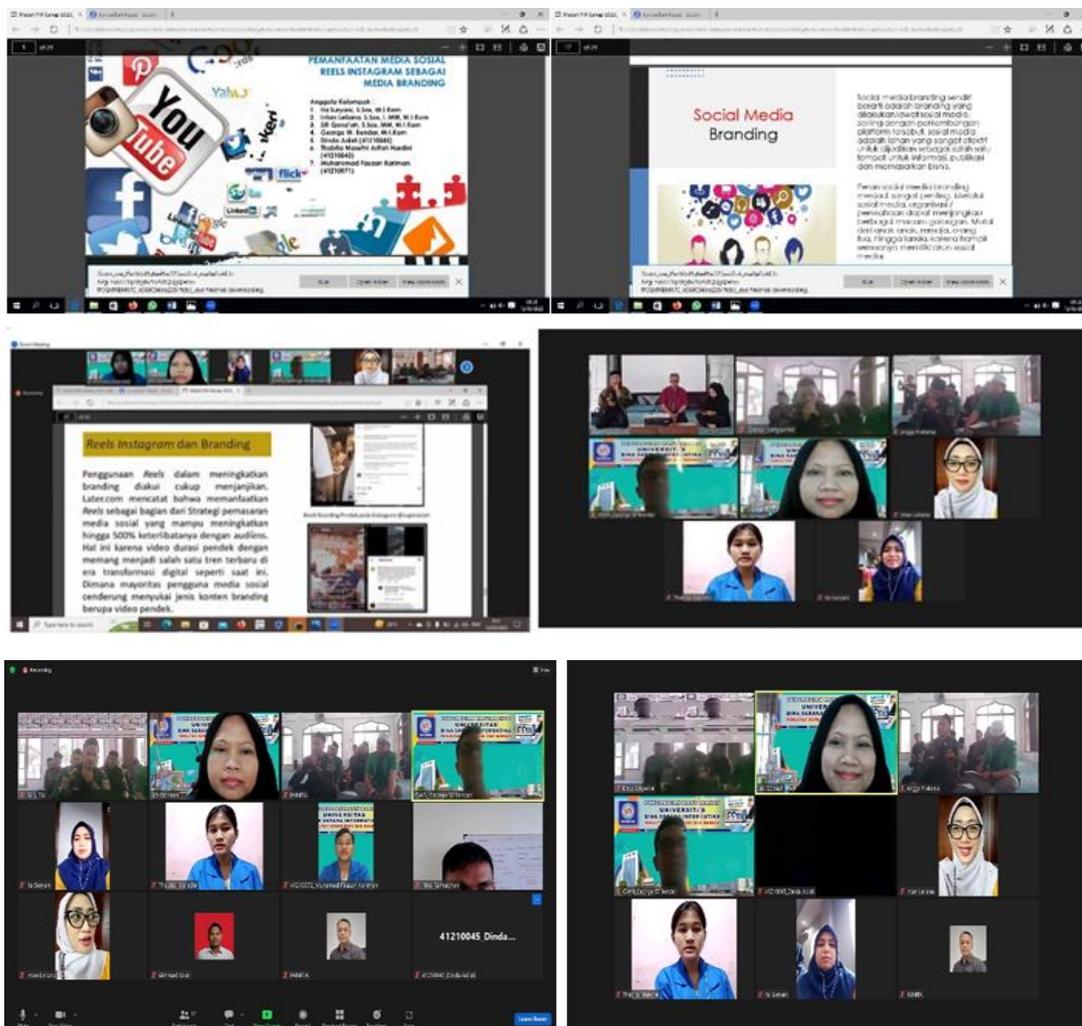
3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Mitra kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah organisasi GP Anzor Ciledug yang beralamat di Sekretariat GP Anzor Jl. Dr. Cipto Mangunkusumo Gg. Mekar Jaya Paninggilan Utara - Ciledug Tangerang Banten 15153, dengan peserta anggota dari para pemuda yang bergabung dalam GP Anzor.

Permasalahan yang dihadapi oleh mitra adalah kurangnya pengetahuan dan keterampilan dalam penggunaan / pengelolaan media sosial untuk aktivitas dan branding organisasi.

Berdasarkan temuan masalah yang ada pada Mitra, maka dosen-dosen Program Studi Hubungan Masyarakat kegiatan pengabdian masyarakat dengan upaya yang dilakukan sebagai berikut :

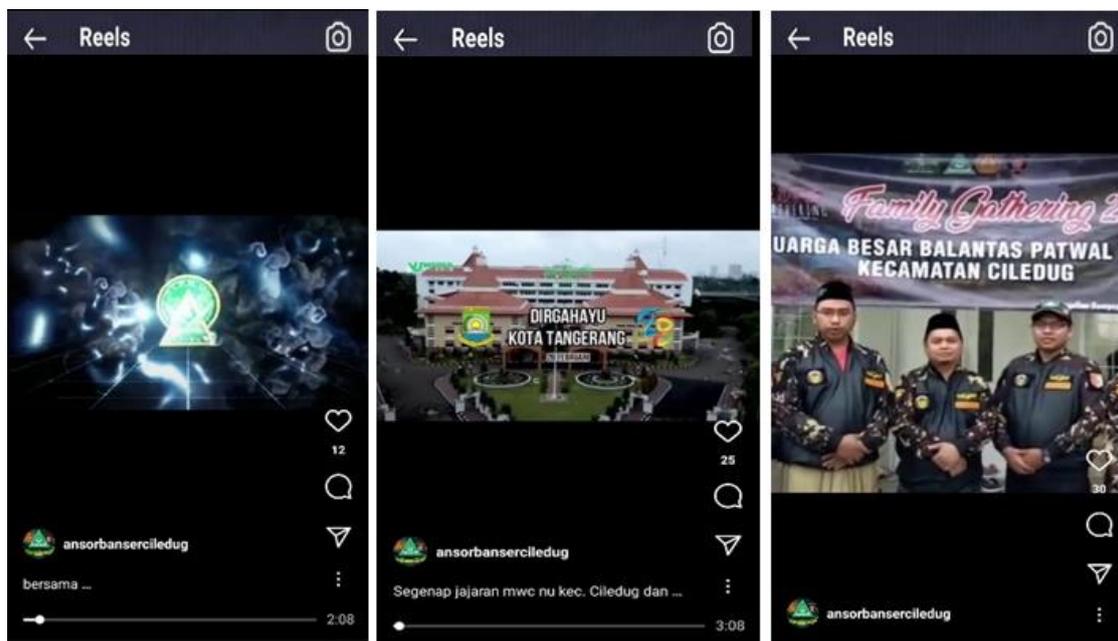
1. Memberikan pengetahuan dan pemahaman mengenai apakah itu media sosial, apa manfaat dan tujuan media sosial serta mengenai teori branding.
2. Memberikan pelatihan dan pendampingan kepada anggota GP Anzor dalam penggunaan, pengelolaan dan pemanfaatan media sosial Instagram pada fitur Reels Instagram sebagai media branding yang dilakukan dengan praktek secara hybrid.



Gambar 4. Kegiatan Pelaksanaan Abdimas

Gambar 4. Menunjukkan pelaksanaan pengabdian masyarakat dengan pemberian materi mengenai teori media sosial, reels Instagram dan branding. Para peserta menyimak dan memperhatikan materi mengenai teori media sosial, reels Instagram dan branding yang disampaikan oleh narasumber George

W. Bender, M.I.Kom



Gambar 2. Hasil Pembuatan Reel Instagram

Gambar 2. Menunjukkan hasil publikasi pada reels Instagram @ansorbanserciledug yang sudah dipraktekkan oleh para peserta (anggota GP Anzor)

Table 1. Menunjukkan hasil yang di capai oleh para peserta pada kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

No.	Sebelum	Sesudah	Hasil
1.	Kurangnya pengetahuan dan pemahaman anggota GP Anzor Ciledug mengenai sebesar 10%.	Pengetahuan dan pemahaman kelompok Mitra dalam hal penggunaan reels Instagram sebagai media branding meningkat sebesar 36%	Setelah kegiatan pemaparan mengenai penggunaan reels Instagram sebagai media branding bagi anggota GP Anzor Ciledug meningkat sebanyak 20%
2.	Kurangnya kemampuan dan keterampilan anggota GP Anzor Ciledug dalam penggunaan dan pemanfaatan media sosial untuk pelaksanaan aktivitas organisasi sebesar 5%.	Kemampuan dan keterampilan kelompok mitra dalam Teknik penggunaan reels Instagram sebagai media branding meningkat sebesar 29%.	Setelah kegiatan pendampingan dan pelatihan keterampilan penggunaan reels Instagram sebagai media branding bagi anggota GP Anzor Ciledug meningkat sebesar 24%

Dari tabel 1 terlihat bahwa sebelum dilaksanakannya program Pengabdian Masyarakat kepada para anggota Organisasi GP Anzor Ciledug, kurangnya pengetahuan dan pemahaman mengenai media sosial dan branding sebesar 10%, sedangkan kurangnya kemampuan dan keterampilan dalam penggunaan dan pemanfaatan media sosial untuk aktivitas organisasi sebesar 5%. Dan setelah dilakukan program Pengabdian Masyarakat kepada para anggota Organisasi GP Anzor Ciledug menunjukkan hasil

bahwa pemaparan mengenai penggunaan reels Instagram sebagai media branding bagi anggota GP Ansor Ciledug meningkat sebanyak 20% dan pendampingan serta pelatihan keterampilan penggunaan reels Instagram sebagai media branding bagi anggota GP Ansor Ciledug meningkat sebesar 24%.

4. KESIMPULAN

Dalam rangka mendapatkan dukungan dari masyarakat dalam meningkatkan kemampuan intelektual pada anggota yakni pemuda yang bergabung dalam GP Ansor dan terkait eksistensi maka dibutuhkan strategi yang harus dilakukan yakni salah satunya dengan memanfaatkan media sosial sebagai media branding bagi Organisasi GP Ansor dengan tujuan organisasi GP Ansor lebih di kenal oleh masyarakat dan sebagai bentuk eksistensi organisasi GP Ansor itu sendiri.

Pada kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat mengenai pemaparan memanfaatkan media sosial reels Instagram sebagai media branding pada anggota GP Ansor Ciledug berjalan dengan sangat baik, hal ini terlihat bahwa pemaparan materi mengenai teori media sosial, reels Instagram dan branding menambah wawasan peserta sebesar 36% serta kegiatan pengabdian masyarakat ini meningkatkan keterampilan peserta dalam pemanfaatan atau pengelolaan reels Instagram sebagai media yang dapat membantu aktivitas dan branding organisasi GP Ansor sebesar 29%.

DAFTAR PUSTAKA

- Aida, N. R. (2021). Mengenal Apa Itu Instagram Reels, Fitur Baru yang Disebut-sebut Mirip TikTok. Retrieved from <https://www.kompas.com/website:https://www.kompas.com/tren/read/2021/06/24/073100065/mengenal-apa-itu-instagram-reels-fitur-baru-yang-disebut-sebut-mirip-tiktok?page=all>
- Anholt, S. (2003). *Brand New Justice. The Upside Of Global Branding*. London: Butterworth-Heinemann.
- Efrida, S., & Diniati, A. (2020). Pemanfaatan fitur media sosial Instagram dalam membangun personal branding Miss International 2017. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 8(1), 57.
- Girsang, C. N. (2020). Pemanfaatan Micro-Influencer pada Media Sosial sebagai Strategi Public Relations di Era Digital. *Ultimacomm: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(2), 206–225. <https://doi.org/10.31937/ULTIMACOMM.V12I2.1299>
- Hernawati. (2023). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Masyarakat. Retrieved from <https://sulselprov.go.id/> website: <https://sulselprov.go.id/welcome/post/pengaruh-media-sosial-terhadap-perilaku-masyarakat>
- Ismail, N., Abidin, Z., & Fatoni, U. (2017). Pesan Dakwah Tentang Nikah di Media Sosial Instagram. *Tabligh: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 2(1), 22–45.
- Karsono, Purwanto, & Salman; Abdul Matin Bin. (2021). Strategi Branding Dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Madrasah Tsanawiyah Negeri. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(02).
- Nur, E. (2021). Peran media massa dalam menghadapi serbuan media online. *Majalah Semi Ilmiah Populer Komunikasi Massa*, 2(1), 51–64.
- Puntoaji, D. (2011). Menciptakan Penjualan Melalui Social Media. In *Menciptakan Penjualan Melalui Social Media*. Jakarta: PT Elex Computindo.
- Purwokerto, F. R. D.-A. B., & Tegal, H. F.-A. B. (2017). Perilaku Penggunaan Media Sosial Pada Kalangan Remaja. *Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE)*, 3(2). <https://doi.org/10.31294/IJSE.V3I2.2816>
- Wijayanto, F. (2012). Social Media: Definisi, Fungsi, Karakteristik. Retrieved from <https://prezi.com/vddmcub-ss/social-media-definisi-fungsi-karakteristik/>