

Edukasi dan Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Komunikasi Organisasi

Haryadi Arief Nuur Rasyid¹, Dian Eka Rahmawati^{2*}

Afiliasi: ^{1,2}Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Korespondensi Penulis: ^{2*}dianekarahmawati93@gmail.com

ABSTRAK

Kegiatan pengabdian pada masyarakat dengan judul “Pelatihan dan Pendampingan Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Komunikasi Organisasi PRA Trihanggo Utara” dilakukan di wilayah Desa Trihanggo, Gamping, Sleman. Permasalahan yang dihadapi PRA Trihanggo adalah masih kurangnya sosialisasi penggunaan media sosial dan kemampuan mengelola media sosial sebagai media komunikasi organisasi. Oleh karena itu, tujuan kegiatan ini adalah untuk memberdayakan PRA Trihanggo Utara dalam pemanfaatan media sosial sebagai media komunikasi organisasi. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah observasi dan diskusi dengan pengurus PRA Trihanggo Utara untuk mengidentifikasi masalah yang mereka hadapi, serta edukasi dan pelatihan untuk menyelesaikan masalah yang mereka hadapi. Kegiatan dilaksanakan dalam 3 tahap yaitu persiapan, pelaksanaan, dan evaluasi. Pre-test dan post-test dilakukan pada awal kegiatan dan akhir kegiatan untuk mengetahui pengetahuan awal dan akhir setelah kegiatan dilaksanakan. Hal ini sekaligus untuk mengetahui apakah materi yang disampaikan melalui edukasi dan pelatihan sudah efektif untuk mencapai target. Berdasarkan evaluasi kegiatan yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kegiatan pengabdian pada masyarakat ini telah memenuhi target yang ditetapkan bersama antara tim pengabdian masyarakat dan PRA Trihanggo. Selain itu, terdapat peningkatan pengetahuan dan keterampilan dalam pemanfaatan media sosial sebagai media komunikasi organisasi yang dilihat dari hasil pre-test dan post-test. Berdasarkan 7 indikator yang digunakan untuk mengukur capaian program, terlihat bahwa peserta program ini mengalami peningkatan skor antara 30 hingga 70 persen.

Kata kunci: *Education; Training; Social Media; Organizational Communication*

ABSTRACT

Community service activities entitled "Training and Mentoring for the Utilization of Social Media as a Communication Media for the North Trihanggo PRA Organization" were carried out in the Trihanggo Village area, Gamping, Sleman. The problem faced by the Trihanggo PRA is the lack of socialization of the use of social media and the ability to manage social media as a communication media for the organization. Therefore, the purpose of this activity is to empower the North Trihanggo PRA in utilizing social media as a communication media for the organization. The methods used in this activity are observation and discussion with the management of the North Trihanggo PRA to identify the problems they face, as well as education and training to solve the problems they face. The activity was carried out in 3 stages, namely preparation, implementation, and evaluation. Pre-test and post-test were carried out at the beginning of the activity and at the end of the activity to determine the initial and final knowledge after the activity was carried out. This is also to find out whether the material presented through education and training has been effective in achieving the target. Based on the evaluation of the activities carried out, it can be concluded that this community service activity has met the target set jointly by the community service team and the Trihanggo PRA. In addition, there is an increase in knowledge and skills in utilizing social media as an organizational communication medium as seen from the results of the pre-test and post-test. Based on the 7

indicators used to measure program achievement, it can be seen that participants in this program experienced an increase in scores between 30 and 70 percent.

Keywords: *Keywords; Keywords; Keywords*

Informasi Artikel: Submit: 27-1-2025 Revisi: 22-2-2025 Diterima: 23-3-2025

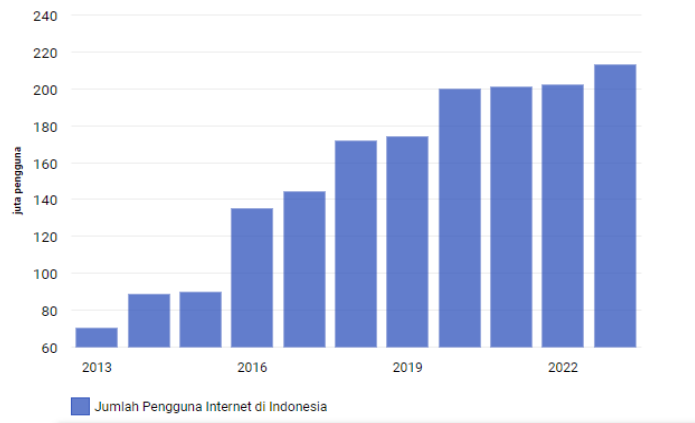


This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

PENDAHULUAN

Komunikasi organisasi dapat didefinisikan sebagai proses pertukaran pesan antara komunikator dan komunikan di dalam sebuah organisasi atau antar organisasi; juga sebagai cara untuk menjalankan fungsi-fungsi organisasi; untuk mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien (Akil, 2016). Komunikasi organisasi merupakan sistem yang saling berkaitan yakni antara komunikasi eksternal kepada public eksternal dan komunikasi internal kepada public internal (Firdaus et al., 2021). Komunikasi organisasi sebagian besar berfokus untuk membangun hubungan dan interaksi yang baik dengan anggota organisasi internal maupun publik eksternal (Atmaja, 2018). Komunikasi organisasi dapat dilakukan secara langsung (non-media) atau memanfaatkan media elektronik (Gutama, 2010). Komunikasi yang bergerak ke arah digital mengakibatkan perubahan signifikan pada aktivitas komunikasi organisasi. Setelah menyebarnya penggunaan teknologi internet, komunikasi organisasi dilakukan di dunia maya. Pihak-pihak yang berhasil memanfaatkan digitalisasi dapat menghasilkan komunikasi yang lebih efektif (Sanjaya et al., 2017). Dengan demikian, media sosial bisa menjadi sarana komunikasi organisasi yang efektif dan efisien, baik dalam komunikasi internal organisasi maupun komunikasi eksternal organisasi.

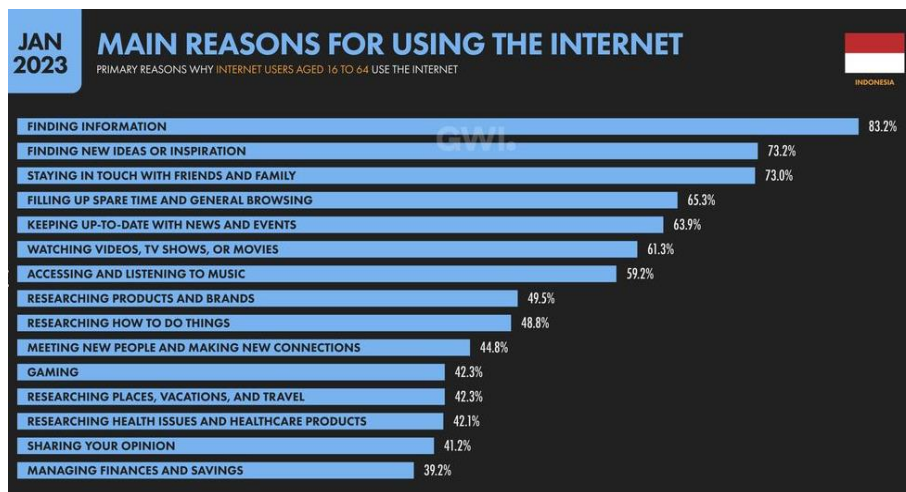
Pengguna media sosial di Indonesia menunjukkan peningkatan dari tahun ke tahun. Hingga pertengahan tahun 2023 tercatat sebanyak 167 juta penduduk Indonesia menggunakan berbagai platform media sosial. Jumlah tersebut setara dengan 60,4% dari populasi di dalam negeri.



Gambar 1. Pengguna platform media sosial di Indonesia

Source: (<https://databoks.katadata.co.id>).

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pada tahun 2023, detik.com mencatat beberapa alasan penggunaan internet dan media sosial masyarakat Indonesia, sebagai berikut:



Gambar 2. Alasan penggunaan internet dan media sosial di Indonesia

Source: (<https://inet.detik.com>)

Melihat potensi perkembangan internet dan media sosial, maka hal ini membuka peluang bagi organisasi untuk berkomunikasi secara lebih luas dengan publiknya, baik public internal maupun public eksternal. Organisasi diharapkan bisa menjadi sumber informasi yang informatif dan edukatif untuk masyarakatnya. Pengelola organisasi diharapkan memiliki kemampuan mengelola media sosial sekaligus memproduksi konten untuk media sosial organisasinya. Namun terkadang, pengurus organisasi masih belum memiliki pengetahuan dan kemampuan yang cukup untuk mengelola dan memproduksi konten media sosial (Fasya Syifa Mutma et al., 2022). Hal tersebut dialami juga oleh PRA Trihanggo. Penggunaan media

sosial dalam organisasi masih terbatas pada platform whatsapp group yang digunakan sebagai media untuk menyampaikan informasi dan koordinasi. Artinya, penggunaan media sosial masih sebatas pada publik internal. Selama ini tidak banyak masyarakat luas di luar pengurus organisasi yang mengetahui aktivitas dan peran PRA Trihanggo karena tidak terekspos melalui media sosial. Selain itu, banyak kegiatan yang tidak terdokumentasikan dengan baik, padahal media sosial juga bisa digunakan sebagai media untuk mendokumentasikan berbagai aktivitas organisasi dan mendapatkan respon dari publik internal maupun eksternal.

Dari uraian dalam analisis situasi mitra sasaran, bisa diidentifikasi permasalahan yang akan diselesaikan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini:

- 1) Masih perlunya pemahaman penggunaan media sosial dari perspektif fungsi, etika, dan yuridis oleh seluruh Pengurus dan anggota PRA Trihanggo Utara.
- 2) Masih perlunya pelatihan pengelolaan media sosial sebagai media untuk komunikasi organisasi yang informatif, menarik, dan dapat dipertanggungjawabkan, khususnya di kalangan Pengurus PRA Trihanggo Utara.

Solusi yang dilakukan untuk menyelesaikan permasalahan mitra sasaran adalah dengan melakukan dua kegiatan yaitu edukasi dan pelatihan. Edukasi penggunaan media sosial diperlukan dari perspektif fungsi, etika, dan yuridis. Edukasi ini meliputi penggunaan media sosial secara individual maupun dalam konteks organisasi secara internal dan eksternal. Pelatihan penggunaan media sosial sebagai media untuk komunikasi organisasi PRA Trihanggo Utara dengan publik internal dan eksternal melalui konten yang informatif, menarik, dan dapat dipertanggungjawabkan.

METODE PENELITIAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini menggunakan pendekatan kolaboratif yang melibatkan tim pengabdian masyarakat dari Prodi Komunikasi UMY, Prodi Ilmu Pemerintahan UMY, mitra kolaborasi dari Prodi Komunikasi AKINDO, dan mitra sasaran PRA Trihanggo Utara. Metode yang digunakan adalah penyuluhan dan pelatihan.

Kegiatan pengabdian masyarakat ini terdiri dari 3 tahap kegiatan meliputi tahap persiapan, tahap pelaksanaan, tahap evaluasi dan pelaporan. Pada tahap persiapan dilakukan observasi dan wawancara dengan Pengurus PRA Trihanggo Utara untuk menggali informasi mengenai permasalahan yang dihadapi oleh kelompok mitra dan menentukan tema berdasarkan dengan permasalahan mitra. Pada tahap persiapan dilakukan pre-test,

penyuluhan dan pelatihan, dan post-test. Tahap evaluasi dilakukan di akhir kegiatan untuk memastikan bahwa hasil yang dicapai sesuai atau mencapai target yang telah ditentukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Komunikasi organisasi merupakan komunikasi yang dilakukan oleh sebuah organisasi kepada publik internal (komunikasi internal) dan kepada publik eksternal (komunikasi eksternal). Komunikasi tersebut dapat dilakukan secara langsung (non-media) maupun dengan memanfaatkan media elektronik. Saat ini media sosial bisa menjadi sarana komunikasi organisasi yang efektif dan efisien, baik dalam komunikasi internal organisasi maupun komunikasi eksternal organisasi. Berdasarkan hasil penelitian Kristen Lovejoy, & Gregory D. Saxton ((2012), para manajer organisasi diharapkan memiliki kemampuan dalam mengelola media sosial sekaligus menghasilkan konten untuk media sosial organisasinya. Namun, pada kasus mitra binaan PRA Trihanggo Utara, pemanfaatan media sosial masih terbatas pada publik internal untuk melakukan komunikasi internal organisasi. Pengurus organisasi belum memiliki pengetahuan dan kemampuan yang cukup untuk mengelola dan memproduksi konten media sosial. Seharusnya pengelola organisasi memiliki kemampuan mengelola media sosial dengan baik sekaligus mampu memproduksi konten untuk media sosial organisasinya

Kegiatan pengabdian masyarakat ini terdiri dari 3 tahap kegiatan meliputi tahap persiapan, tahap pelaksanaan, tahap evaluasi dan pelaporan.

- 1) Tahap Persiapan Tim pengabdian masyarakat melakukan observasi dan wawancara dengan Pengurus Harian PRA Trihanggo Utara untuk menggali informasi mengenai permasalahan yang dihadapi oleh kelompok mitra dan menentukan tema berdasarkan dengan permasalahan mitra. Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 6 Januari 2024, bersama dengan Ketua, Sekretaris, dan Bendahara PRA Trihanggo Utara. Tema yang disepakati sesuai dengan kompetensi tim pengabdian masyarakat UMY dan kebutuhan organisasi PRA Trihanggo Utara adalah edukasi dan pelatihan pengelolaan media sosial untuk media komunikasi organisasi PRA Trihanggo Utara.
- 2) Tahap Pelaksanaan Terdapat 2 kegiatan yang dilakukan:
 - a) Edukasi mengenai penggunaan media sosial untuk komunikasi organisasi internal dan eksternal. Kegiatan edukasi diawali dengan melakukan pre-test untuk mengetahui pemahaman atau pengetahuan awal peserta mengenai

pentingnya komunikasi organisasi dan penggunaan media sosial sebagai sarana komunikasi organisasi. Berdasarkan pre-test yang dilakukan, PRA Trihanggo Utara hanya menggunakan media sosial whatsapp sebagai media komunikasi internal. Sebagian besar tidak mengetahui dan tidak menguasai penggunaan media sosial untuk komunikasi eksternal, seperti pemanfaatan Instagram dan Tiktok sebagai 11 media untuk mempromosikan dan menginformasikan kegiatan-kegiatan PRA Trihanggo Utara kepada Masyarakat luas, khususnya di kalangan Perempuan. Kegiatan edukasi dilaksanakan pada tanggal 21 Januari 2024 yang dihadiri oleh pengurus dan anggota PRA Trihanggo Utara. Materi disampaikan oleh tim pengabdian Masyarakat dari Prodi Ilmu Komunikasi dan Ilmu Pemerintahan UMY. Pelaksanaan kegiatan edukasi diakhiri dengan post-test. Hasil post-test menunjukkan adanya peningkatan pengetahuan dan pemahaman peserta mengenai pentingnya komunikasi organisasi dan penggunaan media sosial sebagai sarana komunikasi organisasi.



Gambar 3. Edukasi Penggunaan Media Sosial untuk Komunikasi Organisasi

- b) Pelatihan pembuatan konten sederhana untuk media sosial organisasi. Pelatihan ini dilakukan kepada 10 orang pengurus dan anggota PRA Trihanggo Utara yang dipandang potensial untuk membuat konten dan mengelola media sosial. Kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 25 Februari 2024. Materi disampaikan oleh narasumber kolaborator eksternal dari AKINDO dibantu oleh 2 orang mahasiswa dari Prodi Komunikasi.



Gambar 4. Pelatihan Pembuatan Konten Media Sosial

- 3) Tahap Evaluasi Evaluasi pelaksanaan kegiatan dilakukan bersama antara tim pengabdian masyarakat dan PRA Trihanggo Utara pada tanggal 24 Maret 2024. Evaluasi dilakukan untuk memastikan bahwa hasil yang dicapai sesuai atau mencapai target yang telah ditentukan. Evaluasi dilakukan terhadap pelaksanaan kegiatan (melalui kuesioner tentang fasilitas penunjang, partisipasi peserta, kemanfaatan, narasumber) dan pemahaman terhadap materi (melalui penilaian pre-test, post-test). Berdasarkan evaluasi, yang dilakukan melalui kuesioner dan pre-test post-test, diperoleh hasil bahwa target dan tujuan kegiatan tercapai, yaitu meningkatnya pengetahuan anggota PRA Trihanggo Utara mengenai penggunaan media sosial sebagai media komunikasi organisasi dan bagi pengurus meningkatnya pengetahuan dan keterampilan membuat konten sederhana media sosial untuk informasi dan promosi kegiatan organisasi.



Gambar 5. Kegiatan Evaluasi Bersama Tim Pengabdian Masyarakat dan PRA
Trihanggo Utara

Table 1. Pre-test and post-test assessment

No	Indicators	Pre-test average score	Post-test average score
1	Pemahaman tentang jenis-jenis media sosial	60	90
2	Pemahaman tentang penggunaan media sosial secara bijak	40	80
3	Pemahaman tentang aspek etika penggunaan media sosial	40	80
4	Pemahaman aspek yuridis pemanfaatan media sosial	30	80
5	Pemahaman tentang komunikasi organisasi	20	90
6	Memahami manfaat media sosial untuk komunikasi internal organisasi	60	90
7	Memahami manfaat media sosial sebagai sarana promosi dan penjangkauan organisasi.	20	90

KESIMPULAN

Berdasarkan evaluasi kegiatan yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kegiatan pengabdian pada masyarakat ini telah memenuhi target yang ditetapkan bersama antara tim pengabdian masyarakat dan PRA Trihanggo. Kegiatan pengabdian ini sesuai dengan sasaran dan mampu memberikan solusi terhadap permasalahan mitra. Terdapat peningkatan pengetahuan dan keterampilan dalam pemanfaatan media sosial sebagai media komunikasi organisasi yang dilihat dari hasil pre-test dan post-test.

Berdasarkan 7 indikator yang digunakan untuk mengukur capaian program, terlihat bahwa peserta program ini mengalami peningkatan skor antara 30 hingga 70 persen. Dengan adanya alih ilmu pengetahuan dan alih teknologi pada kegiatan ini, para mitra dapat secara mandiri melanjutkan dan menerapkannya dalam berbagai program kerjanya, sehingga ada keberlangsungan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini.

UCAPAN TERIMAKASIH

Tim pengabdian pada Masyarakat mengucapkan terima kasih kepada Universitas Muhammadiyah dan Lembaga Pengabdian Masyarakat Universitas Muhammadiyah yang telah memberikan dukungan dan fasilitas, sehingga kegiatan pengabdian pada Masyarakat ini dapat berjalan dengan sukses. Tim pengabdian pada Masyarakat juga mengucapkan terima kasih kepada mitra kolaborator dan mitra sasaran yang telah bekerjasama dengan baik,

sehingga kegiatan pengabdian pada masyarakat berjalan dengan baik, mampu memenuhi target, dan memberikan Solusi bagi permasalahan yang dihadapi oleh mitra sasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Akil, M. A. (2016). Komunikasi Organisasi Berbasis Elektronik. *Jurnal Dakwah Tabligh*, 17(2), 73–84. <https://doi.org/10.24252/jdt.v17i2.6028>
- Atmaja, S. R. D. (2018). KOMUNIKASI ORGANISASI (SUATU TINJAUAN TEORITIS DAN PRAKTIS). *Jurnal Komunikasi*, 3(2).
- Bharati, Pratyush; Zhang, Wei; and Chaudhury, Abhijit, "Better Knowledge with Social Media? Exploring the Roles of Social Capital and Organizational Knowledge Management" (2015). Management Science and Information Systems Faculty Publication Series. 48. https://scholarworks.umb.edu/msis_faculty_pubs/48
- Fasya Syifa Mutma, Reni Dyanasari, & Fitorio Bowo Leksono. (2022). Pelatihan Produksi Konten Media Sosial Instagram Sebagai Media Komunikasi Organisasi. *Jurnal Buana Pengabdian*, 4(2), 41–50. <https://doi.org/10.36805/jurnalbuanapengabdian.v4i2.2787>
- Firdaus, A. J., Siregar, E. S. F., Pratiwi, T., & Sahputra, D. (2021). Peran Komunikasi Organisasi Dalam Pengembangan Organisasi. *Tabularasa: Jurnal Ilmiah Magister Psikologi*, 3(2), 134–140. <https://doi.org/10.31289/tabularasa.v3i2.637>
- Gutama, T. A. (2010). Peran Komunikasi Dalam Organisasi. *Jurnal Sosiologi DILEMA*, 25(2), 107–113. https://eprints.uns.ac.id/820/1/PERAN_KOMUNIKASI_DALAM_ORGANISASI.PDF
- Lovejoy, Kristen & Saxton, Gregory D. Information, Community, and Action: How Nonprofit Organizations Use Social Media, *Journal of Computer-Mediated Communication*, 17 (2012) 337–353 © 2012
- Nisara , Tahir M., Guru Prabhakar & Lubica Strakovaa, Social media information benefits, knowledge management and smart organizations, *Journal of Business Research* 94 (2019) 264–272,
- Razmerita, L., Kirchner, K., & Nabeth, T. (2014). Social Media in Organizations: Leveraging Personal and Collective Knowledge Processes. *Journal of Organizational Computing and Electronic Commerce*, 24(1), 74-93. <https://doi.org/10.1080/10919392.2014.866504>
- Treem, Jeffrey W. & Paul M. Leonardi, Social Media Use in Organizations: Exploring the Affordances of Visibility, Editability, Persistence, and Association, *Annals of the International Communication Association*, Pages 143-189 | Published online: 18 May 2016
- Sanjaya, A., Irwansyah, & Alunaza, H. (2017). Pemeliharaan Hubungan dan Komunikasi Organisasi via Media Siber. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, 14(2), 239–258. <https://doi.org/10.24002/jik.v14i2.886>

<https://databoks.katadata.co.id>

<https://inet.detik.com>