

Pendampingan Pembuatan Konten dan Publikasi Gerakan Sosial bagi Anggota Remaja Masjid

Ulfah Siti Khoeroni*, Zikri Fachrul Nurhadi

Universitas Garut, Garut, Indonesia

*Corresponding Author: ulfahskhoeroni@gmail.com

Info Artikel

Diterima: 27/04/2024

Direvisi: 22/05/2024

Disetujui: 28/05/2024

Abstract. *Ikatan Remaja Masjid Suci (IRMAS) has a variety of social movements of productive and positive activities that should be published in order to be an inspiration and motivation for its neighbors or a large audience. The problem faced by Ikatan Remaja Masjid Suci (IRMAS) is the limitation in using digital media effectively to spread messages of social movements. The limited knowledge and skills in creating interesting content as well as appropriate publication strategies have hampered community efforts to disseminate social movement activities in reaching a wider target audience and affecting the growth of positive movements in society. The aim of this support program is to enhance the capacity and skills of community members in creating, managing and generating effective content on social media platforms especially social media instagram. The implementation method is three-stage: the first stage is conducting community surveys, the second is applying for permits and the third stage is implementation and support. The result of the accompanying program is the formation of a team of graphic designers, videographers, content writers and social media specialists, through a team that has been formed, the accompanying program has produced output of work on social media instagram Ikatan Remaja Masjid Suci reviewed from the activities during the accompaniment, the activities are going according to the expected plan, so that the accompanying program has a long-term impact the community must prepare cadres to continue the creation of content and publication of the community social movement.*

Keywords: IRMAS, Content, Publications, Social movement.

Abstrak. Ikatan Remaja Masjid Suci memiliki beragam kegiatan berupa program yang positif dan harus dipublikasi agar menjadi inspirasi dan motivasi bagi sesamanya atau khalayak banyak. Permasalahan yang dihadapi oleh Ikatan Remaja Masjid Suci (IRMAS) adalah keterbatasan dalam memanfaatkan media digital secara efektif untuk menyebarkan pesan-pesan gerakan sosial serta terbatasnya pengetahuan dan keterampilan dalam pembuatan konten yang menarik, sehingga terhambatnya publikasi yang tepat sebagai upaya komunitas untuk menyebarluaskan kegiatan gerakan sosial dalam menjangkau target audiens yang lebih luas dan mempengaruhi pertumbuhan gerakan positif di masyarakat. Tujuan program pendampingan ini adalah untuk meningkatkan kapabilitas dan keterampilan anggota komunitas dalam menciptakan, mengelola dan menghasilkan konten yang efektif di platform media sosial khususnya media sosial instagram. Metode pelaksanaan melalui tiga tahapan yaitu tahap pertama melakukan survei komunitas, kedua mengajukan perizinan dan ketiga tahap pelaksanaan dan pendampingan. Hasil dari program pendampingan adalah pembentukan tim desain grafis, videografer, content writer dan sosial media specialist, melalui tim yang telah dibentuk, program pendampingan ini telah melahirkan output karya di media sosial instagram Ikatan Remaja Masjid Suci. Ditinjau dari kegiatan selama pendampingan, kegiatan berlangsung sesuai dengan rencana yang diharapkan, agar program pendampingan memiliki dampak jangka panjang komunitas harus menyiapkan kader-kader untuk melanjutkan pembuatan konten dan publikasi gerakan sosial komunitas.

Kata Kunci: IRMAS, Konten, Publikasi, Gerakan sosial.

How to Cite: Khoeroni, U. S., & Nurhadi, Z. F. (2024). Pendampingan Pembuatan Konten dan Publikasi Gerakan Sosial bagi Anggota Remaja Masjid. *Prima Abdika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 301-313. <https://doi.org/10.37478/abdika.v4i2.4104>



Copyright (c) 2024 Ulfah Siti Khoeroni, Zikri Fachrul Nurhadi. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License.

Pendahuluan

Di tengah polemik masyarakat modern yang kian kompleks, peran remaja dalam menggalang gerakan sosial semakin krusial. Peran remaja dalam tatanan masyarakat memiliki signifikansi yang besar dalam membentuk dinamika pertumbuhan sosial, agama dan budaya. Remaja merupakan bagian terpenting dari masyarakat yang memiliki kekuatan inovasi dan semangat yang segar dalam membangun pertumbuhan. Remaja memainkan peran penting dalam membangun hubungan yang kuat di masyarakat. Menurut Badan Komunikasi Pemuda Remaja Masjid Indonesia (BKPRMI) dalam (Cahyaningrum & Yulian, 2023) menyatakan bahwa sesungguhnya Pemuda dan Remaja Masjid Indonesia adalah bagian dari potensi generasi muda yang bertanggung jawab terhadap masa depan Agama Islam, Bangsa dan Negara Kesatuan Republik Indonesia yang berdasarkan

Pancasila. Salah satu wadah yang memberikan ruang bagi remaja berperan aktif dalam kegiatan positif adalah Ikatan Remaja Masjid Suci. Ikatan Remaja Masjid Suci sudah berdiri sejak tahun 1980 dengan gagasan awal yaitu mewadahi kegiatan positif kalangan remaja di kala itu. Tetap dengan tujuan yang sama, Ikatan Remaja Masjid Suci di era ini akan selalu menjadi tempat dan wadah bagi remaja yang memiliki tujuan yang serupa yaitu terlibat dalam kegiatan positif seperti keagamaan, budaya, kesenian serta gerakan sosial lainnya.

Gerakan sosial merupakan tindakan yang rasional, terarah, dan terorganisir. Gerakan sosial memiliki syarat di antaranya adalah dilakukan oleh dua orang atau lebih, mencerminkan kolektifitas dan berorientasi pada perubahan de la Porta & Diani 2006 dalam (Hidayaturahmi et al., 2023). Gusfield dan Allen 1980 dalam (Haris et al., 2019) menganggap apabila suatu gerakan sosial sebagai kegiatan dan kepercayaan masyarakat akan harapan adanya perubahan beberapa aspek dari kondisi sosial.



Gambar 1. Contoh konten gerakan sosial di Instagram @sedekah_rombongan

Sumber: https://www.instagram.com/sedekah_rombongan

Sebagai contoh konten yang memuat gerakan sosial yang dilakukan oleh komunitas Sedekah Rombongan di laman media sosial (@sedekah_rombongan) berupa kegiatan galang dana, membantu duafa, menyediakan rumah singgah dan bantuan transportasi *ambulance* (Gambar 1). Semua kegiatan yang dilakukan oleh komunitas tersebut berupaya menyalurkan anggota dan khalayak umum kepada sasarannya melalui kegiatan kemanusiaan. Komunitas Sedekah Rombongan mampu mengemas gerakan sosial dalam konten yang kreatif dan menarik dengan menggabungkan kisah-kisah inspiratif para penerima manfaat, visual yang kuat, dan narasi yang emosional untuk dipublikasi. Konten yang dipublikasikan memanglah harus menarik agar konten tersebut dapat menangkap perhatian *audiens* dan mendorong interaksi, yang pada akhirnya meningkatkan visibilitas, kepercayaan, dan kesuksesan pesan yang disampaikan, hal ini selaras dengan pendapat Merriam-Webster Dictionary dalam buku komunikasi serba ada serba makna, bahwa publikasi adalah setiap tindakan atau rancangan desain produk yang menarik khalayak, seperti informasi yang mempunyai nilai berita sehingga menarik perhatian dan dukungan khalayak (Liliweri, 2011).

Berdasarkan contoh gambar dua postingan Instagram Sedekah Rombongan (Gambar 2), komunitas tersebut mengemas ajakan bersedekah dengan konten informasi berupa manfaat sedekah di waktu subuh, menyempurnakan puasa ramadhan dengan bersedekah, diperkuat dengan isi

konten edukasi yaitu keterangan hadist terkait sedekah. Konten instagram dinilai efektif dalam membangun dan memperkenalkan sebuah merek, efektivitas pembuatan konten terhadap *brand awareness* ditunjukkan dengan adanya penelitian yang dilakukan oleh (Vidyana et al., 2023) mengenai Efektivitas Konten Media Sosial Instagram @Laakfkb Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Akademik Mahasiswa, penelitian tersebut menunjukkan bahwa efisiensi konten sosial media Instagram @laakfkb (X) memberikan kontribusi sebesar 82% terhadap kebutuhan informasi akademik siswa (Y). Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten media sosial tersebut memiliki peran yang penting dalam memenuhi kebutuhan informasi akademik mahasiswa dan mungkin dapat dijadikan sumber yang efektif untuk mendapatkan informasi tersebut.



Gambar 2. Contoh pengemasan ajakan melakukan gerakan sosial menjadi konten menarik di instagram @sedekah_rombongan. Sumber: https://www.instagram.com/sedekah_rombongan

Gerakan sosial yang dilakukan oleh Ikatan Remaja Masjid Suci diantaranya memperingati perayaan hari besar islam, memperingati hari sejarah kebangsaan, melakukan sabtu bersih untuk menjaga lingkungan serta mempererat hubungan komunitas dengan masyarakat, membuat agenda rutin pengajian, serta agenda besar bulan Ramadhan seperti tadarus, i'tikaf dan mengadakan sekolah pendidikan agama untuk anak TK hingga SMP di Desa Suci. Fokus gerakan sosial yang dilakukan oleh Ikatan Remaja Masjid Suci yaitu meningkatkan nilai agama, sosial, dan budaya, membangun solidaritas antar remaja dan berkontribusi bagi masyarakat sekitar. Gerakan-gerakan tersebut sudah seharusnya dibuat menjadi konten yang menarik dan dipublikasi menjadi sarana memperoleh motivasi setiap anggota komunitas. Melalui pendampingan ini gerakan-gerakan sosial yang dilakukan Ikatan Remaja Masjid Suci dapat berdampak positif kepada masyarakat melalui pengemasan konten yang menarik dan publikasi yang strategis.

Konten digital yang diunggah di media sosial dinilai efektif dalam membangun kesadaran suatu merek, seperti yang diungkapkan (Wibisono et al., 2021) bahwa media sosial menjadi salah satu media yang efektif untuk beriklan, hal ini dikarenakan banyak audiens yang tertarik dan terpengaruh dengan adanya iklan di media sosial. Media sosial dapat menjangkau pengguna internet yang luas, dapat melakukan interkasi langsung dengan komentar, pesan langsung atau berbagi konten, serta dapat melakukan analisis pengukuran dengan metrik tayangan, interaksi dan konversi. Penelitian yang dilakukan oleh (Adihandaruni & Fauzi, 2022) menunjukkan bahwa hubungan antara efektivitas konten instagram @somethincofficial

dalam membangun *brand awareness* menunjukkan hasil kuat dan berhasil jika Somethinc dapat terus menjaga konten-konten instagramnya. Penelitian ini menambahkan bahwa konten akan efektif apabila konsisten dalam pengelolaannya.

Pendampingan pembuatan konten berfokus pada pembuatan konten digital di media sosial instagram. Secara visual konten digital berupa konten grafis atau gambar dan konten video, selain dari itu pendampingan akan melatih pembuatan konten berdasarkan jenisnya seperti konten hiburan informatif, edukatif, inspirasional dan konten interaktif. Konten adalah pokok, tipe, atau unit dari informasi digital. Seperti yang dikemukakan Simarmata, 2011 dalam (Mahmudah & Rahayu, 2020) konten dapat berupa teks, citra, grafis, video, suara, dokumen, laporan-laporan, dan lain-lain. Dengan kata lain, konten adalah semua hal yang dapat dikelola dalam format elektronik. Tujuan utama dari konten digital adalah untuk menyampaikan pesan, informasi, atau hiburan kepada audiens target dengan cara yang menarik dan relevan. Konten digital sering kali dibuat dengan tujuan tertentu, seperti untuk edukasi, pemasaran, hiburan, atau komunikasi. Pemilihan media sosial instagram dalam pendampingan ini selaras dengan pendapat (Mahmudah & Rahayu, 2020) yaitu media sosial instagram merupakan media populer yang dapat menunjang publikasi konten berupa gambar dan video, instagram juga merupakan jejaring media sosial yang dapat menjadi media informasi dalam memenuhi kebutuhan khalayak banyak.

Dalam meningkatkan kualitas sumber daya manusia ditatanan masyarakat, salah satunya adalah remaja, program pendampingan dinilai efektif dilakukan, hal ini didukung oleh artikel pengabdian sejenis, dengan program pelatihan yang berjudul “Pelatihan Pembuatan Podcast sebagai Media Komunikasi berbasis Teknologi dan Informasi pada IPNU Ciledug”. Program ini berfokus pada penerapan komunikasi pembangunan dalam pemanfaatan teknologi dan informasi guna mendorong terbentuknya komunitas yang saling terhubung dengan menggunakan jaringan internet untuk berkomunikasi dalam melakukan kegiatan sehari-hari secara elektronik di sektor usaha, perdagangan, layanan kesehatan, komunikasi dan pemerintahan serta komunikasi dalam sektor pertahanan. Pelatihan ini bertujuan mewujudkan desa unggul dan mandiri dengan pemerintahan desa yang perlu mempersiapkan sumber daya manusia yang unggul dimulai dari pimpinan pemerintah desa, aparat desa dan seluruh tatanan masyarakat desa. Metode program pada pelatihan melalui tiga tahapan, yaitu persiapan, pelaksanaan dan evaluasi kegiatan. Hasil dari program pelatihan tersebut adalah peningkatan hingga 93,75 % audiens mampu membuat podcast, 75% mampu membuat program atau konten podcast, serta terampil dalam berbicara menggunakan podcast hingga 81,25% (Sagiyanto et al., 2022).

Pendampingan serupa yang berjudul “Penyajian Konten Podcast Kreatif dan Berkualitas” dengan fokus pelatihan pada Mahasiswa juga aktif di platform podcast. Dalam menyajikan konten berkualitas dalam *podcast* membutuhkan kreativitas tinggi, wawasan luas, dan pemilihan kata yang baik. Oleh karena itu, dibutuhkan pelatihan khusus dalam pembuatan konten podcast yang kreatif dan berkualitas. Program pelatihan ini ditujukan kepada Organisasi Pecinta Televisi dan Radio (OnAir) karena anggotanya memiliki minat besar dalam pembuatan podcast. Hasil dari pelatihan ini menciptakan bibit baru di bidang penyiaran, menjadi aset bagi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, serta Program Studi Ilmu Komunikasi. Metode pengabdian yang digunakan yaitu berupa pelatihan melalui tips dan trik

menyusun konten podcast yang kreatif. Melalui pelatihan ini pengabdian berupaya memberikan pengalaman praktis melalui praktik langsung di studio *podcast* Program Studi Ilmu Komunikasi. Dua tahap yang telah dihasilkan dalam proses pelatihan ini, pertama tahap pengenalan konsep yaitu upaya menjelaskan pengertian sejarah *podcast*, serta perangkat-perangkat yang diperlukan dalam podcast seperti aplikasi pihak ketiga yang disebut *Anchor*, selain itu, pengabdian juga menjelaskan tentang jenis-jenis *podcast*. Pada tahap kedua, praktik kegiatan pengabdian ini, bentuk partisipasi mitra diantaranya menerima, memahami dan mempraktekkan apa saja yang sudah dijelaskan dalam materi. Mitra dalam hal ini diharapkan mampu menjadi ahli *podcaster* yang kreatif dan lugas serta mampu menghasilkan konten podcast yang berkualitas (Akifah et al., 2023).

Permasalahan utama yang dihadapi oleh Ikatan Remaja Masjid Suci adalah keterbatasan dalam memanfaatkan media digital secara efektif untuk menyebarkan pesan-pesan gerakan sosial yang dilakukan komunitas tersebut. Terbatasnya pengetahuan dan keterampilan dalam pembuatan konten yang menarik serta strategi publikasi yang tepat telah menghambat upaya komunitas untuk menyebarluaskan kegiatan gerakan sosial dalam menjangkau target audiens yang lebih luas dan mempengaruhi pertumbuhan gerakan positif di masyarakat. Tujuan utama pendampingan ini adalah untuk meningkatkan kapabilitas dan keterampilan anggota komunitas dalam menciptakan, mengelola dan menghasilkan konten yang efektif di *platform* media sosial khususnya media sosial Instagram. Pendampingan ini diharapkan dapat memperkuat *branding* dan identitas komunitas melalui konten di media sosial serta kemampuan komunitas dalam memperkenalkan kegiatan kegiatan yang dikemas kedalam sebuah konten yang menarik.

Metode Pelaksanaan

Pengabdian dilakukan di Mesjid Al Muhyiddin, merupakan mesjid yang menjadi pusat kegiatan Ikatan Remaja Masjid Suci. Pengabdian ini dilakukan berlangsung selama 60 hari. Kegiatan pendampingan ini menggunakan metode penyampaian teoritis, pelaksanaan praktis, dan *sustainability* pengabdian. Tahapan-tahapan kegiatan pendampingan sebagai berikut:

1. Survei komunitas

Survei ini dilakukan pada tanggal 16 Februari 2024 untuk mengetahui seberapa baik pengetahuan komunitas Ikatan Remaja Masjid Suci mengenai pembuatan konten dan publikasi serta gerakan sosial. Survei dilakukan dengan mengajukan pertanyaan, diskusi dan memberikan gambaran mengenai konteks pengabdian serta teknis pengabdian yang akan dilakukan.

2. Mengajukan perizinan

Pada tanggal 23 Februari 2024, penulis mengajukan permohonan perizinan untuk kegiatan pengabdian ini bertujuan memastikan kelancaran dan legalitas kegiatan tersebut. Perizinan diajukan kepada pihak-pihak yang dilibatkan dengan kegiatan pengabdian ini, pertama mengajukan perizinan kepada pembina Ikatan Remaja Masjid Suci, kemudian kepada Dewan Ketua Masjid Al Muhyiddin untuk perizinan penggunaan tempat kegiatan. Permohonan yang dilakukan menyertakan rincian rencana kegiatan, tujuan, waktu dan sumber daya yang dibutuhkan.

3. Pelaksanaan kegiatan dan pendampingan

Kegiatan pendampingan ini dimulai terhitung tanggal 3 Maret sampai 16 April 2024 melalui empat tahapan, pertama penyampaian materi

menggunakan proyektor, *laptop* dan audio. Kedua, pemateri mengajak anggota komunitas untuk membedah beberapa konten, bertujuan mengetahui isi konten dan bagaimana cara membuat konten tersebut, pemateri juga memberi kesempatan kepada peserta pendampingan untuk mengimplementasikan materi dengan membuat sebuah rencana konten. Ketiga, pemateri dan peserta pengabdian membuat rencana konten kedalam sebuah format *content plan* sebagai langkah *sustainability* pendampingan dan akan diesksekusi pada tahap keempat yaitu produksi pembuatan konten dan publikasi gerakan sosial yang didampingi oleh pemateri kurang lebih 45 hari.

Hasil dan Pembahasan

Tahapan awal dalam rangka pelaksanaan kegiatan dan pendampingan diidentifikasi sebagai fase perencanaan yang cermat dan informatif. Pada tahap ini, pemateri secara rinci menyampaikan materi meliputi konsep dasar pembuatan konten, etika yang harus dijunjung dalam proses pembuatan konten, berbagai jenis konten yang dapat diproduksi, serta pilihan platform yang akan digunakan untuk publikasi konten. tahapan ini serupa dengan metode pengabdian yang dilakukan (Julianto et al., 2023) yaitu metode teoritis dengan menyampaikan materi seperti; pengantar produksi, konten digital marketing, konten pillar Instagram, kalender konten Instagram, produksi konten Instagram, *copywriting*, dan evaluasi konten *digital marketing*.



Gambar 3. Tahap pertama pendampingan, penyampaian materi pembuatan konten dan publikasi gerakan sosial Ikatan Remaja Masjid Suci

Tahapan kedua dari program pendampingan ini mencakup kegiatan praktis yang dirancang untuk memberi kesempatan kepada anggota komunitas untuk mengimplementasikan pengetahuan dan teori yang telah disampaikan pada tahap sebelumnya. Dalam konteks ini, praktik diutamakan pada perencanaan dan pembuatan konten yang diarahkan untuk mengupayakan program keberlanjutan (*sustainability*) dari inisiatif pendampingan.



Gambar 4. Tahap kedua praktik membuat rencana produksi konten

Langkah awal dalam tahap ini adalah praktik penyusunan rencana konten yang tersusun rinci, pada umumnya disusun dalam bentuk *content plan* atau rencana konten yang memuat kebutuhan produksi konten seperti script content, pemilihan talenta, *platform* yang akan digunakan untuk publikasi, captions untuk keterangan postingan serta jadwal posting yang mencakup hari dan jam posting yang optimal untuk mengunggah konten. Hasil praktik pada tahap ini akan diesksekusi pada tahap ketiga yaitu produksi pembuatan konten yang didampingi oleh pemateri kurang lebih selama 45 hari.

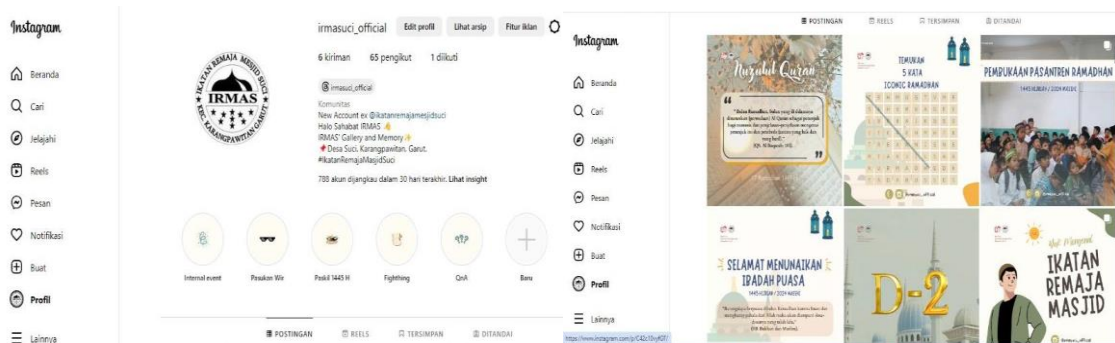
Pada tahap ketiga pendampingan, anggota komunitas diarahkan membuat akun media sosial, nomor *telephone*, akun gmail dan *assets* lainnya. Akun media sosial yang berhasil dibuat adalah Tiktok, Instagram dan *Threads* yang disepakati dengan nama @irmasuci_official. Media sosial yang mulai digunakan adalah *instagram* dan *threads* karena kedua media sosial tersebut mudah digunakan untuk khususnya berbagi konten gambar, media sosial *threads* memudahkan media sosial specialist untuk *mirroring* konten seperti konten hiburan berupa quotes. Pendampingan ini tidak hanya mengedepankan peserta untuk mengasah kemampuan pembuatan konten menggunakan perangkat komputer tetapi memanfaatkan gawai dalam proses pembuatan konten dan pengelolaan sosial media, hal ini senada dengan upaya pendampingan yang dilakukan (Sholeh et al., 2022) bahwa peserta dapat memproduksi konten dengan menggunakan *smartphone*, hal ini meminimalisir hambatan peserta untuk melanjutkan program pendampingan.



Gambar 5 . Tahap ketiga pendampingan produksi dan publikasi konten

Ikatan Remaja Masjid Suci perlu membangun identitas merek di media sosial seperti yang diungkapkan oleh Tarver (2020) dalam (Akulshina, 2020) Identitas merek adalah komponen yang terlihat dari merek yang mengidentifikasikannya dan menciptakan citra konkret dalam pikiran pelanggan. Komponen dapat menjadi logo, warna, desain, bahasa salinan, atau nama, maka dari itu setelah melalui proses aktivasi akun kemudian dilakukan pembagian tim produksi diantaranya, pertama tim desain grafis fokus pada desain konten berupa gambar atau ilustrasi dengan langkah pertama yang dilakukan tim tersebut adalah penyusunan *color guide* dan *typography*. Fungsi *color* atau warna dalam *brand identity* adalah untuk memicu emosi pelanggan dan mengekspresikan kepribadian merek

(Akulshina, 2020) artinya melalui penggunaan warna yang tepat, suatu merek dapat mempengaruhi emosi pelanggan dan juga mengekspresikan identitas atau kepribadian merk tersebut, dalam dunia pemasaran, pemilihan warna seringkali disesuaikan dengan pesan atau perasaan yang ingin disampaikan kepada khalayak. *Thpography* atau seni mengatur huruf atau teks sebagai elemen visual sama pentingnya seperti warna dan logo, tipografi dapat menunjang pengenalan merek, hal ini diungkapkan oleh (Akulshina, 2020) sama seperti waran dan logo, tipografi memungkinkan merek untuk dikenali. Kedua tim *content writer* fokus kepada pembuatan *script content* dan *captions*, proses dimulai dengan pemahaman target audiens, tujuan konten dan pemahaman identitas merk. *Content writer* diarahkan untuk merencanakan struktur konten, termasuk pengaturan topik, alur cerita dan pesan utama yang akan disampaikan. Ketiga tim *videografer* fokus pada kegiatan *shooting* dan menjadi kameramen dalam setiap kegiatan, proses dimulai dari penjelasan mengenai teknik pengambilan gambar dan video, pengambilan fokus gambar, pencahayaan dan framing untuk menghasilkan gambar atau video sesuai *script* yang dibuat. Keempat tim *social media specialist* fokus kepada manajemen sosial media meliputi jam posting, interaksi, posting konten dan lain-lain.



Gambar 6 . Hasil produksi konten gambar dalam tampilan feeds instagram @irmasuci_official
Sumber: https://www.instagram.com/irmasuci_official

Gambar adalah salah satu konten yang tepat untuk diunggah di instagram, gambar atau visual yang memiliki estetika dan aturan dalam proses pengunggahan akan membentuk feeds instagram yang menarik, konten gambar digunakan juga pada program pendampingan (Safitri et al., 2022) dalam programnya, gambar digunakan sebagai konten dan media promosi yang mengisi media sosial instagram objek pendampingan. Pada pendampingan ini, aplikasi yang digunakan untuk konten gambar atau visual adalah *canva*, pemateri menyediakan *canva* premium untuk program pendampingan ini. Aplikasi *canva* memiliki beberapa kelebihan, seperti antarmuka yang ramah pengguna, banyaknya *template* yang tersedia untuk berbagai keperluan desain, kemampuan untuk berkolaborasi secara real-time dengan tim, serta integrasi yang mudah dengan berbagai platform media sosial dan penyimpanan cloud. Senada dengan program pendampingan yang berjudul "Pelatihan Dan Pendampingan Pembuatan Konten Promosi Di Media Sosial Menggunakan Aplikasi Canva" penggunaan aplikasi *canva* menurut (Dharomesz et al., 2023) dinilai mudah digunakan untuk mengedit gambar dengan banyak fitur, bisa diakses lewat web atau aplikasi, dan punya banyak *template* gratis yang atraktif. Tidak hanya keselarasan warna, *typografi*, ilustrasi dan informasi konten, tetapi terdapat pengaturan *layout* agar tampilan feeds di media instagram memiliki keterhubungan agar khalayak

menyadari bahwa konten yang diunggah memiliki *line story*, seperti pendapat Rustan 2020 dalam (Astuti, 2021) bahwa *layout* adalah penataan elemen-elemen dalam sebuah bidang untuk mendukung konten pesan yang dibawanya. Layout memiliki fungsi untuk mempengaruhi persepsi audience tentang konten yang dibuatnya.

Output karya berupa konten gambar di media sosial instagram @irmasuci_official mencakup beragam konten yang telah direncanakan untuk memberi pengetahuan, informasi, laporan kegiatan dan konten hiburan. Sebagai contoh pada gambar enam, konten yang diunggah berupa konten informasi tentang komunitas, laporan gerakan sosial Ikatan Remaja Masjid Suci yang dilakukan selama bulan Ramadhan. Ikatan Remaja Masjid Suci mulai berinteraksi dengan pengikut instagram melalui konten hiburan sebagai bagian dari strategi komunitas, konten hiburan dalam postingan instagram ikatan remaja bertujuan menjaga minat dan interaksi para pengikut di media sosial, konten hiburan berupa *games*, *QnA* dan *quotes* menarik.



Gambar 7 . Hasil produksi konten video yang diunggah di instagram @irmasuci_official
Sumber: https://www.instagram.com/irmasuci_official

Tidak hanya konten gambar, dalam *form plan content* terdapat rencana pembuatan konten berupa video, produksi konten video dilakukan sesuai prosedur yaitu pembuatan script, *briefing* dan produksi konten yang didominasi oleh tim *copywriter* dan tim *videografer*, bertugas dalam membuat script dan pembuatan serta proses edit video. Proses produksi konten video instagram memberikan dampak besar bagi komunitas yaitu meningkatkan keterlibatan anggota komunitas baik masyarakat untuk mengisi konten atau menjadi *talent* dalam video tersebut. Video yang dimuat di media sosial instagram @irmasuci_official berupa kegiatan sosial yang dilakukan oleh komunitas terhadap masyarakat baik itu video informatif, edukatif atau hiburan.



Gambar 8. Konten dalam media sosial threads @irmasuci_official. Sumber: https://www.threads.net/@irmasuci_official

Pada sosial media threads @irmasuci_official penggunaannya bertujuan untuk berbagi quotes yang inspiratif, dapat memberi motivasi, mengajak berbuat bijaksana dan menyebarkan pengetahuan, hal ini didukung oleh pendapat (Rachma et al., 2022) bahwa quote yang umumnya ditulis pada poster atau ilustrasi gambar, untuk memberi motivasi, inspirasi, pengingat, atau pendukung makna dari ilustrasi. Quotes merupakan konten yang mudah dibagikan karena dapat relevan dengan kondisi dan kebutuhan seseorang, konten tersebut dapat meningkatkan visibilitas dan jangkauan akun. Berbagi quotes yang bermakna dapat membantu membangun koneksi dengan orang lain yang memiliki pandangan atau pengalaman serupa. Ini juga bisa menjadi cara untuk memulai percakapan dan memperkuat hubungan sosial.

Media sosial *threads* digunakan untuk berbagi informasi berupa tulisan guna memperkaya kemampuan tim *copy writer* dan kreativitas *social media specialist* dalam *mirroring* konten atau kegiatan menyalin konten kedalam dua media sosial. Serupa dengan penelitian yang dilakukan oleh (Shelby Dhoz Basnet & Anisatul Auliya, 2022) yang berjudul Strategi Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Dalam Penyelenggaraan Event Inacraft 2022, menggunakan media sosial lain untuk *mirroring* konten, pada penelitian ini Facebook digunakan sebagai media sosial yang digunakan untuk *mirroring* konten dalam mengambil informasi yang dibutuhkan.



Gambar 9 . Peserta pendampingan pembuatan konten dan publikasi gerakan sosial Ikatan Remaja Masjid Suci

Beberapa hambatan yang terjadi selama kegiatan pendampingan pembuatan konten dan publikasi gerakan sosial Ikatan Remaja Masjid Suci diantaranya:

1. Sulitnya menyesuaikan jadwal antar anggota komunitas, misalnya saat hendak melakukan proses *shooting* konten, kameramen dan *talent* memiliki jadwal kesiapan yang berbeda, begitupun sebaliknya.
2. Akun-akun media sosial dan gmail Ikatan Remaja Masjid Suci yang telah dibuat sebelumnya tidak bisa digunakan karena lupa kata sandi akun sehingga pengelolaan media sosial dimulai dari nol.
3. Setiap anggota memiliki kesibukan diluar dari perannya sebagai anggota komunitas Ikatan Remaja Masjid Suci, beberapa konten yang sudah dibuat tidak sesuai dengan rencana jadwal *posting* yang telah direncanakan dalam *content plan* sebelumnya.

4. Keterbatasan teknologi dalam proses produksi konten seperti kamera, *personal computer* dan *smartphone*, akan tetapi dengan kreativitas yang dihasilkan oleh anggota komunitas, pembuatan karya tetap berlangsung seperti yang telah direncanakan.

Berdasarkan hasil dari kegiatan pendampingan yang dilakukan oleh penulis, anggota komunitas yang sudah terbagi menjadi beberapa tim diantaranya, tim *content creator*, *talent*, *copy writer*, dan *social media specialist* telah berhasil bekerja sama dan memerankan tugasnya sesuai yang rencana, dengan kemampuan produksi konten dan menghasilkan suatu karya di media sosial @irmasuci_official berupa konten berdasarkan jenisnya yaitu memuat informasi, edukasi dan interaktif, pendampingan ini juga mendapat respon positif dan peningkatan antusias keterlibatan anggota komunitas.

Pembahasan yang dilakukan penulis, diperkuat oleh beberapa program serupa yaitu Pendampingan Pembuatan Konten Promosi Digital bagi UMKM kota Bogor (Pradana & Damatraseta, 2021) dengan jumlah peserta 100 UMKM, pendampingan berhasil mencapai tahap tumbuhnya motivasi pelaku UMKM untuk aktif dalam melakukan pemotretan produk, mendapat respon positif dan pengetahuan selama pendampingan berlangsung merupakan kebutuhan bagi peserta pendampingan. Sama halnya dengan pendampingan yang dilakukan oleh (Sari et al., 2022) yaitu Pemberdayaan Kelompok Masyarakat Suryasari dalam meningkatkan pelayanan dan pemasaran Agrowisata Petik Belimbing melalui Model Eduwisata STAR (*Sharing, Trying, and Adventuring*) berbasis produk Nata de Averrhoa carambola yang telah memberi insentif positif kepada mitra untuk menerapkan proses pembuatan nata belimbing dan strategi pemasaran digital, serta mendorong mereka untuk menjadikan nata sebagai produk unggulan Agrowisata dan melakukan pemasaran digital untuk menarik pengunjung, hasil pengabdian menunjukkan respon yang sangat baik dari para peserta yang ditunjukkan dari indikator *reaction level 95%*, *learning level 87%*, *behaviour level 83%*, dan *result level 80%*.

Simpulan dan Tindak Lanjut

Kegiatan pendampingan pembuatan konten dan publikasi gerakan sosial Ikatan Remaja Masjid Suci terlaksana sesuai dengan rencana yang diharapkan. Kegiatan pendampingan ini menghasilkan karya melalui sosial media yang sudah mulai beroperasi dan beberapa konten mulai diproduksi, hal ini ditinjau dari sosial media instagram Ikatan Remaja Masjid Suci yaitu @irmasuci_official. Kegiatan pendampingan berdampak baik terhadap antusias anggota komunitas yang terbentuk menjadi bagian dari produksi konten baik itu *tim editor*, *desain grafis*, *videografer*, *content writer*, *talent* hingga menjadi *social media specialist*.

Upaya tindak lanjut agar pembuatan konten dan publikasi gerakan sosial ini terus berjalan, anggota komunitas terus membuat rencana konten, produksi konten dan gerakan-gerakan yang dilakukan dipublikasi di sosial media. Komunitas harus menyiapkan kader-kader untuk melanjutkan pembuatan konten dan publikasi serta menyimpan dengan baik aset-aset produksi konten seperti *typografi*, *color guide*, *icon*, dan lain-lain serta menjaga dengan baik akun-akun seperti *instagram*, *tiktok*, *threads*, *youtube* dan akun gmail terkait, agar tidak terulang mengganti akun yang sudah dibuat menjadi akun baru.

Daftar Pustaka

- Adihandaruni, E. H., & Fauzi, R. (2022). Prosiding Manajemen Komunikasi Efektivitas Konten Instagram Dalam Membangun Brand Awareness Pada Somethinc. *PROSIDING MANAJEMEN KOMUNIKASI*, 8(1), 5–10.
- Akifah, A., Kudratullah, & Rahmi. (2023). Penyajian Konten Podcast Kreatif dan Berkualitas. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 3(1), 19–24. <https://doi.org/10.52436/1.jpmi.894>
- Akulshina, S. (2020). *Developing and implementing a strategic social media content plan for a local restaurant*.
- Astuti, E. R. W. (2021). Analisis Penerapan Prinsip Layout pada Visual Konten Instagram Penerimaan Mahasiswa Baru Institut Teknologi dan Sains Nahdlatul Ulama Pasuruan Tahun 2021. *DIMENSI*, 2(2).
- Cahyaningrum, E., & Yulian, V. (2023). KESEHATAN DAN PERAN REMAJA DALAM MENINGKATKAN KESEHATAN MASYARAKAT: LITERATURE REVIEW. *Prosiding Seminar Nasional Keperawatan Universitas Muhammadiyah Surakarta (SEMNASKEP)*, 1, 33–41. <https://proceedings.ums.ac.id/index.php/semnaskep>
- Dharomesz, V. Y., Adyantari, A., Sasmita, R. P. H., & Noventa, C. O. (2023). PELATIHAN DAN PENDAMPINGAN PEMBUATAN KONTEN PROMOSI DI MEDIA SOSIAL MENGGUNAKAN APLIKASI CANVA. *SABANGKA ABDIMAS*, 2(6), 469–475.
- Haris, A., Rahman, A. B., & Ahmad, W. I. (2019). Mengenal Gerakan Sosial dalam Perspektif Ilmu Sosial. *Hasanuddin Journal of Sociology (HJS)*, 1(1), 15–24.
- Hidayaturahmi, Lubis, D. P., Adiwibowo, S., & K., H. (2023). Gerakan Sosial Komunitas Ciliwung Depok dalam Ciliwung Lestari. *Jurnal Good Governance*, 19(1), 92–106. <https://doi.org/10.32834/gg.v19i1.587>
- https://www.instagram.com/irmasuci_official/. (n.d.). *INSTAGRAM IKATAN REMAJA MASJID SUCI @irmasuci_official*. Retrieved April 23, 2024, from https://www.instagram.com/irmasuci_official/
- https://www.instagram.com/sedekah_rombongan/. (n.d.). *INSTAGRAM Sedekah Rombongan (@sedekah_rombongan)*. Retrieved April 23, 2024, from https://www.instagram.com/sedekah_rombongan/
- https://www.threads.net/@irmasuci_official. (n.d.). *THREADS IKATAN REMAJA MASJID SUCI*. Retrieved April 25, 2024, from https://www.threads.net/@irmasuci_official
- Julianto, E. N., Saptiyono, A., & Indainanto, Y. I. (2023). PENINGKATAN KEMAMPUAN PRODUKSI KONTEN DIGITAL PEMASARAN UMKM BAGI BUMDES “BERKAH AMANAH” DESA TRUKO KABUPATEN KENDAL. *DIMASTIK : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 19–26.
- Liliweri, A. (2011). *Komunikasi: Serba Ada Serba Makna* (1st ed., Vol. 1). KENCANA PRENADA MEDIA GROUP.
- Mahmudah, S. M., & Rahayu, M. (2020). Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat pada Instagram Sebuah Pusat Perbelanjaan. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 2(1), 1–9.
- Pradana, E. A., & Damatraseta, F. (2021). PKM-Pendampingan Tehnik Pembuatan Konten Promosi Digital Bagi UMKM Kota Bogor. *Jurnal Abdimas Dedikasi Kesatuan*, 2(2), 147–154.
- Rachma, F., Oktaviani Novita, S., Cahya Dewi, L., & Hyangsewu, P. (2022). PENGARUH QUOTES ISLAMI TERHADAP POLA PIKIR SESEORANG. *Jurnal Pendidikan Dan Studi Islam*, 8(1), 308–324.

- Safitri, D., Azhar, H., Saragih, L., Parinduri, T., & Sinaga, M. H. (2022). PENDAMPINGAN PEMBUATAN INSTAGRAM DALAM PEMASARAN PRODUK LOKAL DESA BAHAL GAJAH, KAB. SIMALUNGUN. *SELAPANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 6(2), 614–618.
- Sagiyanto, A., Liliyana, Syahlani, A., & Lancia, F. (2022). Pelatihan Pembuatan Podcast Sebagai Media Komunikasi Berbasis Teknologi Informasi Dan Komunikasi Pada IPNU Ciledug. *ABDIMAS KALAM: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 18.
- Sari, H. P., Sholihah, M., & Kusuma, A. P. (2022). Pemberdayaan Kelompok Masyarakat Suryasari dalam meningkatkan pelayanan dan pemasaran Agrowisata Petik Belimbing melalui Model Eduwisata STAR (Sharing, Trying, and Adventuring) berbasis produk Nata de Averrhoa carambola. *Prima Abdika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 299–311.
- Shelby Dhoz Basnet, & Anisatul Auliya. (2022). Strategi Pemasaran Digital Melalui Media Sosial Dalam Penyelenggaraan Event Inacraft 2022. *Journal Of Tourism And Economic*, 5(1), 18–31.
- Sholeh, M., Rachmawati, Rr. Y., & Susetyo, J. (2022). Pendampingan Pembuatan Foto Produk Untuk Konten Bagi Pelaku UMKM Sebagai Upaya Promosi di Media Sosial. *SEVANAM: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 76–85.
- Vidyana, A. N., Qurrota A'yun, M., & Nurhadi, Z. F. (2023). EFEKTIVITAS KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @LAAKFKB TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI AKADEMIK MAHASISWA. *Jurnal Komunikasi Dan Media*, 7(2), 85–98.
- Wibisono, Y. P., Primasari, C. H., & Setiawan, D. (2021). Pendampingan dan Pembuatan Konten Video untuk Mendukung Pemasaran melalui Media Sosial Bagi UMKM Fashion. *JURNAL PENGABDI*, 4(2), 113–121.

Ucapan Terima Kasih

Terimakasih saya ucapkan kepada seluruh anggota Ikatan Remaja Masjid Suci yang telah bersedia mengikuti pendampingan sesuai yang telah direncanakan dan saya juga memberi apresiasi setinggi-tingginya karena berani mencoba hal baru yang belum dicoba sebelumnya. Saya ucapkan terimakasih kepada Fakultas Komunikasi dan Informasi Universitas Garut sebagai pendukung yang memberikan dorongan kegiatan ini. Tidak lupa Saya ucapkan terimakasih karena tanpa adanya izin dari Pembina Ikatan Remaja Masjid Suci serta izin penggunaan fasilitas masjid dari DKM Masjid-Al Muhyiddin kegiatan pendampingan ini tidak akan terlaksana.