

MEMBANGUN BRANDING ORGANISASI KARANG TARUNA MELALUI SOSIAL MEDIA

Abdul Rahman Kadafi^{1*}, Indah Purnamasari², Tuslaela³

^{1,2,3}Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Nusa Mandiri
Jl. Jatiwaringin Raya No. 2, Kecamatan Makasar, Jakarta Timur
abdul.alk@nusamandiri.ac.id¹, indah.ih@nusamandiri.ac.id², tuslaela.tll@nusamandiri.ac.id³
(*) Corresponding Author

Abstract

The rapid development of technology and information in recent years has made the internet a communication tools that is widely used by the community. During a pandemic, with social restrictions, social media as a digital means, its presence is very important for all circles of society. Social media as a media for promotion or branding, including for promotion of the organization, can be used as a medium for publication of positive activities carried out by the organization. Karang Taruna is a forum for guidance and development as well as empowerment in an effort to develop productive activities by utilizing all the potential available in the environment, both human resources and natural resources that already exist and the use of the internet as one of its social activities. The Karang Taruna 07 management wanted to build organizational branding, but due to lack of knowledge about the importance of building organizational branding and did not know how to make organizational branding so that the Karang Taruna 07 management did not yet have organizational branding for Karang Taruna 07. administrators and members of the youth organization about organizational branding and how to manage social media to improve the organization's image. In connection with the Covid19 pandemic, the method of implementing community service activities is a hybrid way, collaboration between online and offline, in the form of lectures, discussions and questions and answers and practice. From the implementation of this training, participants gained knowledge and skills on how to use social media to build positive branding, as many as 96.7% of participants were satisfied with the implementation of this activity..

Keywords: *social media, youth organization, branding, publication, promotion*

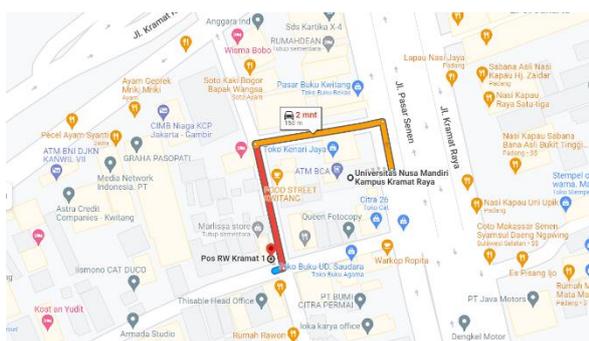
Abstrak

Pesatnya perkembangan teknologi dan informasi dalam beberapa tahun terakhir, menjadikan internet sebagai alat komunikasi yang banyak dimanfaatkan oleh masyarakat. Di masa pandemi dengan adanya pembatasan sosial, media sosial sebagai sarana digital, menjadi sangat penting kehadirannya bagi semua kalangan masyarakat. Media sosial sebagai media promosi/branding termasuk untuk promosi organisasi dapat dimanfaatkan sebagai media publikasi tentang kegiatan-kegiatan positif yang dilakukan organisasi. Karang taruna merupakan wadah pembinaan dan pengembangan serta pemberdayaan dalam upaya mengembangkan kegiatan produktif dengan pendayagunaan semua potensi yang tersedia dilingkungan baik sumber daya manusia maupun sumber daya alam yang telah ada serta pemanfaatan internet sebagai salah satu aktifitas sosialnya. Pengurus Karang Taruna 07 ingin membangun branding organisasi, namun dikarenakan kurangnya pengetahuan tentang pentingnya membangun branding organisasi dan tidak mengetahui bagaimana langkah-langkah membuat branding organisasi sehingga Pengurus Karang Taruna 07 belum memiliki branding organisasi Karang Taruna 07. Kegiatan pelatihan ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan kepada para pengurus dan anggota karang taruna tentang branding organisasi dan bagaimana cara mengelola sosial media untk meningkatkan citra organisasi. Sehubungan dengan masih adanya pandemi Covid19, maka metode pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat dengan cara hybrid, kolaborasi antara online dan offline, dalam bentuk ceramah, diskusi dan tanya jawab dan praktiku. Dari pelaksanaan pelatihan ini para peserta mendapatkan pengetahuan dan kemampuan tentang cara memanfaatkan media social untuk membangun branding yang positif, sebanyak 96,7% peserta merasa puas dengan pelaksanaan kegiatan ini.

Kata kunci: media sosial, karang taruna, branding, publikasi, promosi

PENDAHULUAN

Organisasi merupakan suatu wadah masyarakat yang beranggotakan kelompok masyarakat tertentu seperti PKK, Karang Taruna dan sebagainya. Menurut PERMENSOS No 83 tahun 2005 A menjelaskan bahwa sebuah organisasi Karang Taruna merupakan Organisasi sosial wadah pengembangan generasi muda, yang mampu menampilkan karakter melalui cipta, rasa, karsa, dan karya dibidang kesejahteraan sosial. Organisasi yang tumbuh atas dasar kesadaran dan rasa tanggung jawab sosial dari, oleh dan untuk masyarakat khususnya generasi muda di wilayah Desa / Kelurahan atau komunitas sosial sederajat, yang terutama bergerak dibidang kesejahteraan sosial. Sebagai organisasi sosial kepemudaan Karang Taruna merupakan wadah pembinaan dan pengembangan serta pemberdayaan dalam upaya mengembangkan kegiatan ekonomis produktif dengan pendayagunaan semua potensi yang tersedia dilingkungan baik sumber daya manusia maupun sumber daya alam yang telah ada. Sebagai organisasi kepemudaan, Karang Taruna berpedoman pada Pedoman Dasar dan Pedoman Rumah Tangga di mana telah pula diatur tentang struktur pengurus dan masa 3 jabatan dimasing-masing wilayah mulai dari Desa / Kelurahan sampai pada tingkat Nasional[1]. Karang Taruna RW 07 Kwitang memiliki sekretariat yang berada pada kantor RW 07 di jalan Jl. Kramat I No.16, RT.5/RW.7, Kwitang, Kec. Senen, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10420. Karang Taruna RW 07 merupakan bagian dari Karang Taruna Kelurahan Kwitang.



Gambar 1. Peta Lokasi karang taruna RW 07 Kwitang

Anggota karang taruna RW 07 adalah generasi muda usia 15 – 35 tahun yang berada dilingkungan RW 07 Kelurahan Kwitang. Potensi yang ada pada anak muda ini sangat besar. Tugas Karang Taruna yaitu menyelenggarakan pembinaan generasi muda dan kesejahteraan sosial [2]. Program kegiatan yang dilaksanakan Karang Taruna beragam meliputi kegiatan sosial,

kegiatan rekreatif, kegiatan edukatif, latihan keterampilan praktis serta bidang pengembangan sosial. [3].

Survei membuktikan, mobile internet paling banyak diakses oleh 92,8 juta pengguna (69,9%), Internet rumah terbanyak kedua dengan 17,7 juta (13,3%), dan kantor di posisi ketiga dengan 14,9 juta (11,2%). Sedangkan akses internet di café digunakan oleh 1,2 juta (0,9%). Terkait mobile internet, smartphone digunakan oleh 63,1 juta pengguna sedangkan gabungan antara smartphone dan laptop mencapai 67,2 juta. Komputer meja semakin kecil porsinya. Tahun ini hanya digunakan oleh 2,2 juta pengguna (1,7%). Ada tiga besar jenis konten internet yang dikonsumsi pengguna, yakni media sosial sebanyak 129,2 juta (97,7%), hiburan 128,4 juta (96,8%), dan berita 127,9 juta (96,4%). Sisanya konten Pendidikan 124 juta pengguna, komersial 123,5 juta dan layanan publik 121,5 juta [4].

Branding sendiri berarti suatu pernyataan mengenai siapa, apa yang dilakukan, dan mengenai kenapa menjadi layak dipilih (keistimewaan). brand strategy terdiri atas brand positioning, brand identity, dan brand Personality [5]. Branding Organisasi tidak sekedar berfungsi sebagai identitas tapi juga sebagai brand image atau citra yang terbentuk dalam benak masyarakat mengenai organisasi tersebut, sehingga dapat dikatakan bahwa brand adalah reputasi, yang apabila memiliki reputasi yang baik maka masyarakat akan mempercayai organisasi tersebut. Produk yang bagus tanpa Branding packaging yang baik serta strategi pemasaran akan sia – sia. Branding packaging juga dapat menjadi media promosi kepada konsumen, branding yang memiliki ciri khas menjadi brain minded kepada konstumer. Ciri khas dapat berupa logo, desain kemasan, pewarnaan, serta tipografi [6]. Organisasi tidak sekedar berfungsi sebagai identitas tapi juga sebagai brand image atau citra yang terbentuk dalam benak masyarakat mengenai organisasi tersebut, sehingga dapat dikatakan bahwa brand adalah reputasi, yang apabila memiliki reputasi yang baik maka masyarakat akan mempercayai organisasi tersebut [7]. Oleh karena itu Karang Taruna 07 ingin membangun branding organisasinya. Akan tetapi kurangnya pengetahuan tentang pentingnya membangun branding organisasi dan tidak mengetahui bagaimana langkah-langkah membuat branding organisasi sehingga Karang Taruna 07 belum memiliki branding orgnaisasi Karang Taruna 07.

Tujuan pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Masyarakat:

Tujuan dilaksanakannya pengabdian masyarakat ini adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan pengetahuan tentang Branding Organisasi.
2. Memberikan pengetahuan kepada para peserta tentang bagaimana memulai melakukan branding organisasi Karang Taruna.
3. Memberikan pengetahuan tentang tips dan trik mengoptimalkan media sosial untuk branding organisasi.

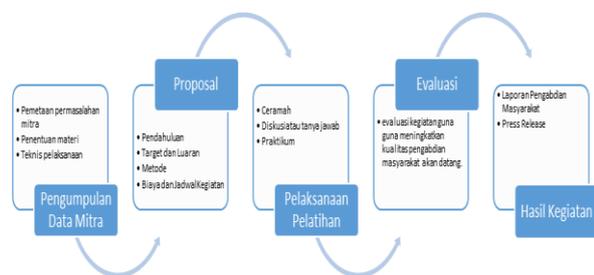
Manfaat Kegiatan Pengabdian Masyarakat:

Manfaat yang dirasakan oleh pengurus Karang Taruna RW 07 Kelurahan Kwitang dalam pelatihan ini sebagai berikut:

4. Peningkatan kemampuan dimana para peserta dapat memahami pentingnya membangun branding organisasi dan mulai beradaptasi untuk menggunakannya di era informasi seperti saat ini.
5. Peserta dapat melakukan praktek pemanfaatan media sosial untuk branding organisasi Karang Taruna RW 07 Kelurahan Kwitang.
6. Pemahaman tentang tips dan trik mengoptimalkan media sosial untuk branding organisasi yang positif
7. Peserta memiliki pemahaman tentang pemanfaatan media online dalam hal positif

METODE PENGABDIAN MASYARAKAT

Pelaksanaan pengabdian masyarakat secara luring dan daring. Dengan peserta adalah para remaja anggota Karang Taruna RW 07 Kelurahan Kwitang dengan memilih tema "Pemanfaatan Sosial Media Untuk Branding Organisasi Karang Taruna RW 07 Kelurahan Kwitang" terdiri dari 5 tahap yaitu



Gambar 2. Metodologi Pengabdian Masyarakat

1. Pengumpulan Data Mitra

Pada tahap ini, dilaksanakan beberapa aktivitas dalam rangka mendapatkan informasi pendukung

tentang mitra, meliputi pemetaan permasalahan mitra, diskusi dengan mitra untuk menentukan materi yang akan diberikan dan teknis pelaksanaan.

2. Pengajuan Proposal kegiatan Pengabdian Masyarakat kepada LPPM

Setelah didapatkan pemetaan masalah dan kebutuhan pengabdian masyarakat, tahapan berikutnya adalah penyusunan proposal berisi Pendahuluan, Target dan Luaran, Metode Pengabdian Masyarakat serta Biaya dan Jadwal Kegiatan.

3. Pelaksanaan Pelatihan

Pelaksanaan pelatihan dalam rangka pengabdian masyarakat ini dilakukan secara online dalam bentuk ceramah disampaikan oleh Tutor, diskusi atau tanya jawab dan praktikum dilakukan oleh para peserta memperhatikan dan mempraktekan penjelasan dibantu tim tutor.

4. Evaluasi

Utuk mendapatkan masukan terhadap kegiatan guna perbaikan atas kekurangan atau kesalahan yang terjadi, maka setelah pelaksanaan pengabdian masyarakat tahap berikutnya adalah evaluasi dengan cara menyebarkan kuesioner kepada peserta pelatihan. Hal ini guna meningkatkan kualitas pengabdian masyarakat yang dilakukan di masa mendatang.

5. Hasil kegiatan

Luaran dari pelaksanaan pengabdian masyarakat berupa Laporan Pengabdian Masyarakat kepada LPPM dan Press Release pada media elektronik dengan harapan menginspirasi masyarakat luas tentang pemikiran konseptual atau ide-ide yang telah dicapai di bidang pengabdian masyarakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bentuk Kegiatan

Sehubungan dengan masih adanya pandemi Covid19, maka program pengabdian masyarakat tentang "Pemanfaatan Sosial Media Untuk Branding Organisasi Karang Taruna RW 07 Kelurahan Kwitang" dalam bentuk ceramah, diskusi dan tanya jawab dan praktikum dilakukan secara luring dan daring dengan peserta berada di lokasi Pengabdian Masyarakat.

Fasilitas yang diberikan kepada peserta berupa modul dan laptop selama pelaksanaan pengabdian masyarakat. Peserta Pengabdian Masyarakat sesuai dengan bentuk kegiatan yang dilaksanakan adalah anggota Karang Taruna 07 Kelurahan Kwitang.

Materi Kegiatan

Materi pelatihan dalam pengabdian ini mencakup:

1. Pengenalan tentang branding organisasi
2. Pengenalsan tentang optimalisasi sosial media
3. Tips optimalisasi dan penyusunan konten sosial media
4. Bagaimana memulai branding organisasi

Instrumen Pelaksanaan

Demi kelancaran kegiatan pelatihan, terdapat instrumen yang mendukung terlaksananya pengabdian ini, antara lain: narasumber, modul ajar, transportasi, tempat pelaksanaan, akses internet, infokus, aplikasi Zoom, kepanitiaan, dan laptop presentasi. Dalam pelaksanaan kegiatan ini, narasumber bertugas untuk memberikan materi, moderator bertugas untuk memandu acara, dan anggota tim bertugas untuk memastikan kegiatan berjalan sesuai dengan rencana serta memastikan peserta mampu memahami materi yang disampaikan.

Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan dilakukan secara *hybrid*. Peserta (mitra) dan perwakilan tim hadir secara offline di Kampus Universitas Nusa Mandiri Kramat 18, tutor dan beberapa tim hadir secara online melalui Zoom. Kegiatan dilakukan mulai pukul 15.00 WIB sampai dengan 17.00 WIB.

Peserta Kegiatan

Peserta pada kegiatan pengabdian “Pemanfaatan Sosial Media Untuk Branding Organisasi Karang Taruna RW 07 Kelurahan Kwitang” berjumlah 18 orang terdiri dari pengurus dan anggota karang taruna RW 07 Kelurahan Kwitang.

Hasil dan Luaran Pengabdian

Kegiatan pengabdian ini berlangsung selama 3 jam yang terdiri dari penyampaian materi, praktikum, tanya jawab, dan mengisi angket.

Gambar berikut menampilkan pembukaan bagian awal yang disampaikan tim pengabdian.



Gambar 3. Persiapan kegiatan oleh panitia

Adapun pada gambar selanjutnya merupakan penyampaian bagian awal materi oleh Tutor.



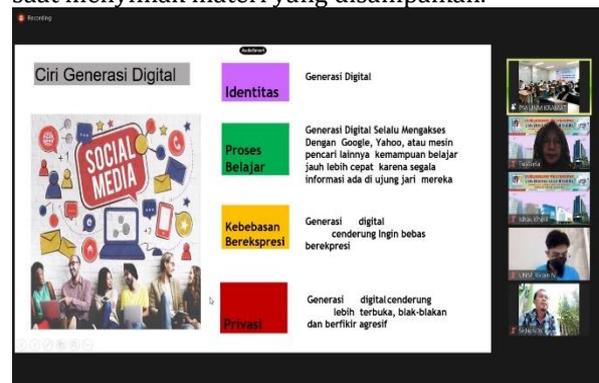
Gambar 4. Penyampaian Materi oleh Tutor

Gambar 5 merupakan penyampaian lanjutan materi kegiatan tentang menyusun materi tentang branding organisasi yang disampaikan oleh narasumber.



Gambar 5. Penyampaian Lanjutan

Gambar 6 adalah kondisi peserta kegiatan saat menyimak materi yang disampaikan.



Gambar 6. Kondisi Peserta saat Kegiatan

Selanjutnya pada Gambar 7 di bawah ini narasumber membahas lebih mendetail mengenai jenis-jenis branding organisasi dan dilanjutkan dengan bagaimana memulai branding organisasi.

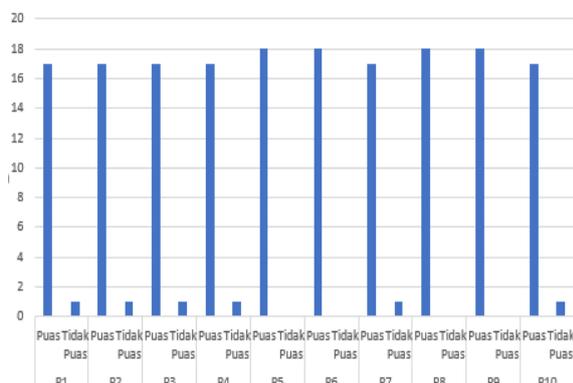


Gambar 7. Praktikum

Setelah narasumber menyampaikan keseluruhan materi, peserta diberikan kesempatan untuk menyampaikan pertanyaan atau konfirmasi terhadap materi yang disampaikan.

Kegiatan pengabdian untuk masyarakat diakhiri dengan sangat memuaskan dan belangsung dengan lancar serta mendapat tanggapan positif. Pada sesi akhir para peserta pelatihan kegiatan mengisi angket berupa tanggapan peserta mengenai kegiatan pengabdian ini seperti terlihat pada Gambar 8.

Kuesioner Kepuasan Peserta Pelatihan



Gambar 8. Hasil Prosentase tanggapan Peserta

Dari grafik diatas dapat terlihat bahwa secara umum peserta puas dalam mengikuti pelatihan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan, sebanyak 96,7%. Ada sebagian yang masih merasa belum puas di beberapa aspek.

KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian Masyarakat dilaksanakan secara online dengan peserta adalah pengurus karang taruna RW 07 kelurahan Kwitang. Kegiatan yang diselenggarakan oleh tim dari fakultas Teknologi Informasi Universitas Nusa Mandiri ini, mengusung tema Pemanfaatan Sosial Media Untuk branding Organisasi Karang taruna RW 07, Kelurahan Kwitang.

Berdasarkan evaluasi yang sudah dilaksanakan, kegiatan dapat berjalan dengan baik, sesuai dengan perencanaan yang direncanakan. Dengan adanya pelatihan ini, para peserta mengetahui media yang dapat digunakan dalam branding organisasi dan bagaimana memulai melakukan branding organisasi menggunakan media sosial.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terimakasih untuk semua pihak yang telah mendukung kegiatan pengabdian ini:

1. Tim dan panitia pengabdian masyarakat yang telah bekerja keras dan berkontribusi demi tercapainya kegiatan ini.
2. Pembina dan pengurus karang taruna RW 07 kelurahan Kwitang

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. W. Saputro, "Alur Komunikasi dalam Organisasi Karang Taruna (Studi Deskriptif Alur Komunikasi Organisasi Karang Taruna Angres Mas Desa Garen, Ngemplak, Boyolali dalam Meningkatkan Kekompakan Antar Anggota)," *Journal*, pp. 1–19, 2018.
- [2] R. Setiawan, W. Ketua, and K. Taruna, "Peran Karang Taruna Dalam Meningkatkan," vol. 7, no. Nomor 2, pp. 661–674, 2019.
- [3] N. Rukanda, S. Nurhayati, and G. Ganda, "Partisipasi Karang Taruna Terhadap Kegiatan Masyarakat Melalui Aksi Sosial," *Comm-Edu (Community Educ. Journal)*, vol. 3, no. 2, p. 144, 2020, doi: 10.22460/comm-edu.v3i2.4151.
- [4] D. Susilo, M. Manajemen, P. Universitas, and K. S. Wacana, "Jurnal Pencerahan STAB Syailendra OPTIMALISASI PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA PEMASARAN JASA PENDIDIKAN," [Online]. Available: www.bimale.com.
- [5] U. Moestopo, "Branding Product Pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah Kuningan Barat Jakarta Selatan Muhammad Saifulloh," 2021. [Online]. Available: <https://journal.moestopo.ac.id/index.php/dianmas>.
- [6] S. F. Rezky *et al.*, "Branding UMKM untuk Meningkatkan Potensi Promosi dan Penjualan Secara Mandiri," 2021.
- [7] D. Kinanti Ningtyas, "Perancangan Visual Branding Dan Konten Media Sosial Instagram

- ‘Andalajari Educational Urban Garden,’” *Peranc. Vis. Brand. Dan Konten Media Sos. Instagram “Andalajari Educ. Urban Gard.*, p. 34, 2019.
- [8] I. H. Noor, “Penelitian dan Pengabdian Masyarakat pada Perguruan Tinggi,” *J. Pendidik. dan Kebud.*, vol. 16, no. 3, pp. 285–297, 2019.
- [9] M. A. Sormin, N. Sahara, and L. Agustina, “Pelatihan Pemanfaatan Perangkat Lunak (Microsoft Office Word, Excel, Power Point) Dalam Kinerja Pengolahan Data Di Pemerintahan Desa Bagikepala Desa Se-Kecamatan Batang Angkola,” *Martabe J. Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 1, no. 2, pp. 78–82, 2018.
- [10] J. Minardi and A. S. Akbar, “Pelatihan Pengembangan Media Pembelajaran Interaktif dengan Power Point untuk Peningkatan Kompetensi Guru SD,” *E-Dimas J. Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 11, no. 1, pp. 96–100, 2020.
- [11] D. Doerjanto, “Membangkitkan Inovasi Presentasi Fotografi,” in *Seminar Nasional Seni dan Desain: “Membangun Tradisi Inovasi Melalui Riset Berbasis Praktik Seni dan Desain,”* Oct. 2017, pp. 399–406.
- [12] S. Juanita, P. Hayati, and D. V. S. Y. Sakti, “Peningkatan Keterampilan Menyajikan Presentasi Menarik Dan Interaktif Bagi Guru Pkbm Negeri 27 Petukangan Dengan Pelatihan Microsoft Power Pointihan Microsoft Power Point,” *Sebatik*, vol. 23, no. 2, pp. 528–533, 2019.