

# Pendampingan Pembuatan Konten Instagram Desa Baros, Serang, Banten

Maria Febiana Christanti<sup>1</sup>, Puri Bestari Mardani<sup>2</sup>, Windhiadi Yoga Sembada<sup>3</sup>

Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta  
Jl. RS. Fatmawati Raya, Pd. Labu, Kec. Cilandak, Jakarta Selatan  
[febiana@upnvj.ac.id](mailto:febiana@upnvj.ac.id), [puribestarimardani@upnvj.ac.id](mailto:puribestarimardani@upnvj.ac.id), [yoga.sembada@upnvj.ac.id](mailto:yoga.sembada@upnvj.ac.id)

## ABSTRAK

Desa Baros belum memanfaatkan media sosial sebagai penyambung lidah informasi kepada masyarakat. Pendampingan pembuatan konten Instagram bertujuan mengadakan akun media sosial sebagai medium informasi Desa Baros, Serang, Banten kepada masyarakat. Pendampingan menggunakan dua metode yaitu ceramah dan penugasan. Metode ini menasar pada dua pengelola akun Instagram yang menitikberatkan pada kemampuan teknis individu. Hasil pendampingan adalah 1) mampu mengunggah delapan konten dari lima konten yang diwajibkan; (2) membuat bentuk *carousel* untuk menggambarkan konten; (3) mampu membuat desain foto; (4) mampu membuat keterangan gambar. Saran bagi pengelola akun Instagram dapat meningkatkan pemilihan jenis konten selain informasi dan berita, membuat bentuk konten yang lebih beragam dengan memanfaatkan fitur-fitur yang tersedia secara konsisten.

*Kata kunci* : konten media sosial, penulisan konten, pendampingan, instagram, desain, pengabdian masyarakat

## ABSTRACT

*Desa Baros, Serang, Banten has not used social media as a medium for sharing information to public. Assistance in creating Instagram content aims to establish social media accounts as a medium of information. Assistance uses two methods, namely lectures and assignments. This method targets two Instagram account managers who focus on individual technical abilities. The results of the mentoring are 1) being able to upload eight of the five required content; (2) create a carousel form to describe the content; (3) able to make photo designs; (4) able to make image captions. Suggestions for Instagram account managers can increase the selection of content types other than information and news, create more diverse forms of content by consistently utilizing the available features.*

**Keywords:** *social media content, content writing, mentoring, instagram, design, public service*

## 1. PENDAHULUAN

Desa Baros, Serang, Banten merupakan desa binaan tim sejak tahun 2020. Program pertama adalah

edukasi penulisan jurnalistik bagi karang taruna. Berdasarkan evaluasi hasil pengabdian, tim menemukan tidak adanya akun media sosial.

Informasi Desa disebarkan menggunakan media baliho dan *whats-app*. Sementara program Desa yang menerapkan sistem pelayanan masyarakat berbasis pemanfaatan teknologi informasi telah berjalan (Alvaro, 2019).

Tim membaca kekurangan ini sebagai tantangan untuk mengadakan akun Instagram Desa Baros, Serang, Banten. Kesadaran tim untuk memajukan Desa dalam penyebaran informasi berbasis teknologi disambut baik oleh pimpinan Desa. Pendekatan tim menggunakan argument bahwa penyebrar pesan melalui internet merupakan bukti terkini untuk menggambarkan keadaan sosial. Masyarakat jaringan kini telah terhubung melalui internet dalam kehidupan sehari-hari (Green, 2010).

Pengabdian yang telah dilakukan tentang penulisan jurnalistik menjadi anak tangga menuju pembuatan konten di Instagram. Hal ini dikarenakan jurnalisme *online* yang dibawa ke dalam media sosial dapat menguntungkan pengguna dalam hal kecepatan dan penyebaran masif (Craig, 2012).

## 2. PERMASALAHAN

Kegiatan penyebaran informasi menggunakan teknologi menjadi sebuah kewajaran di era digital. Desa Baros, Serang, Banten tidak menangkap peluang ini. Data statistik menunjukkan bahwa penghuni planet saat ini berusia di bawah tiga puluh tahun, yang kemungkinan besar tidak lepas dari kehidupan internet (Luttrell, 2019).

Pencarian informasi ada di genggam. Platform media sosial hampir menjadi DNA manusia karena ikatan kuat. Ritual sehari-hari mencari informasi atau berita tidak akan pernah luput berasal dari media sosial.

Argumen di atas kontras dengan keadaan Desa Baros, Serang, Banten yang belum memanfaatkan media sosial. Penyebab hambatan ini yaitu belum ada penunjukkan pengelola informasi desa. Hasil koordinasi antara tim dan pemimpin Desa memilih dua orang pengelola akun Instagram. Kegiatan yang bertujuan menghasilkan produk berwujud (*tangible*) tentunya tidak dapat dilakukan secara singkat. Tim akan melakukan pendampingan pembuatan konten Instagram mulai bulan juli hingga September 2021. Instagram merupakan media sosial populer di Indonesia. Tim berpendapat bahwa merintis akun di Instagram menjadi sebuah jalan mudah bagi peserta. Fitur-fitur yang ada di Instagram dapat memudahkan peserta beradaptasi dengan teknologi, terutama dalam membuat konten.

Tantangan lain adalah memberi pengertian bahwa membuat konten dapat dilakukan dengan cara yang bervariasi. Sementara peserta belum terbiasa membuat konten, desain, atau menulis. Sementara teknologi baru unggul dalam merekam peristiwa (Siapera, 2012), artinya unsur-unsur tersebut tidak dapat terlepas dalam proses pembuatan konten. Proses pendampingan ini juga akan menekankan pada akurasi penulisan. Tim tidak meemungkiri bahwa kecepatan adalah keunggulan media sosial, namun akurasi dan ketepatan informasi menjadi penting (Craig, 2012).

### 3. METODOLOGI

Pendampingan merupakan metode yang kerap untuk mencapai satu rana pembelajaran. Terdapat tiga rana pembelajaran yaitu kognitif yang fokus pada perubahan pengetahuan; afektif atau perubahan keinginan; dan psikomotorik yang bertujuan mencapai perubahan atau peningkatan keterampilan. Kegiatan pengabdian ini bertujuan pada rana psikomotorik.

Pemilihan peserta menggunakan metode *purposive* dengan memilih peserta yang berkaitan dengan permasalahan (Creswell, 2018). Tim melakukan pendampingan kepada dua orang pengelola akun Instagram. Tim mengukur pengetahuan peserta dilakukan melalui tanya jawab, sedangkan evaluasi dilakukan selama proses pendampingan melalui grup *Whats-App*. Metode pendampingan kepada pengelola informasi Desa Baros, Serang, Banten terdiri dari ceramah yang bertujuan meningkatkan pengetahuan; dan penugasan. Deskripsi metode sebagai berikut :

#### a. Ceramah

Metode pelaksanaan ceramah melalui medium *google meets*. Ceramah adalah metode yang memicu terjadinya interaktif. Kegiatan ini menggunakan metode ceramah untuk menyampaikan materi tentang penulisan konten. Pada saat ceramah dibuka sesi tanya jawab yang bertujuan untuk mendapatkan umpan balik dari peserta. Selain itu, tim juga melakukan simulasi sederhana penggunaan aplikasi desain konten.

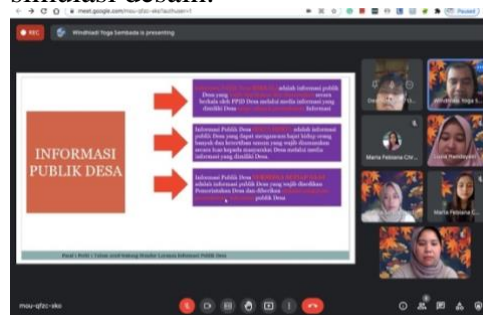
#### b. Penugasan

Metode penugasan merupakan metode pembelajaran dengan memberi tugas individu kepada peserta. Tujuannya untuk menstimuli peserta untuk aktif membuat konten. Selain itu, melatih dan meningkatkan kemampuan peserta dalam mengaplikasikan pengetahuan dan keterampilan yang diperoleh.

Peserta membuat konten dari peristiwa atau kegiatan di Desa Baros, Serang, Banten. Keunggulan metode ini adalah pengalaman membuat konten yang dirasakan peserta, sehingga dapat mengembangkan keterampilannya.

### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tim melaksanakan kegiatan pendampingan kepada masyarakat mulai tanggal 25 Juli 2021 hingga bulan September 2021. Proses pendampingan diawali dengan ceramah melalui *google meet* mulai pukul 09.00 – 12.00. Pertemuan ini dibagi menjadi tiga sesi yaitu : (1) penyampaian materi penulisan konten media sosial; (2) tanya jawab; (3) simulasi desain.



Gambar 1 : Kegiatan Ceramah

Hasil penyampaian materi penulisan konten didapatkan peningkatan pengetahuan kedua pengelola akun Instagram Desa Baros, Serang, Banten. Gambaran

peningkatan pengetahuan diperoleh saat tanya jawab. Pada saat mulai kegiatan, peserta tidak mampu menjawab variasi jenis konten. Setelah mendapat materi, peserta memahami cara membuat konten berita dan informasi. Meski belum memahami teknis penulisan konten lain seperti hiburan, iklan atau promosi, dan sosialisasi kebijakan, namun tim menilai sudah ada peningkatan pengetahuan.

Peningkatan pengetahuan lain adalah materi bentuk konten. Mulanya, peserta memahami bentuk konten hanya menyajikan foto-foto dan memberi keterangan gambar (*caption*). Setelah diberi pelatihan peserta memahami bentuk konten visual dan audio visual. Peserta memanfaatkan tanya jawab untuk menggali cara pembuatan konten berita dan informasi dengan metode *carousel*. Berdasarkan tanya jawab ini, tim memberi contoh pembuatan desain informasi. Setelahnya, tim memberi penugasan membuat lima konten selama pendampingan.

Proses pendampingan berikutnya adalah penugasan. Tim mendampingi dengan memantau pembaruan konten di Instagram. Diskusi dan saran dilakukan oleh tim melalui grup *whats-app*. Target kegiatan ini tercapai dengan rincian sebagai berikut : (1) mampu mengunggah delapan konten dari lima konten yang diwajibkan; (2) membuat bentuk *carousel* untuk menggambarkan konten; (3) mampu membuat desain foto; (4) mampu membuat keterangan gambar.

Aktivitas mengunggah konten menuntut adanya konsistensi. Peserta berhasil membuat delapan konten informasi. Peserta membuat konten informasi yang bertujuan melaporkan kegiatan-kegiatan Desa Baros, Serang, Banten. Informasi tersebut antara lain kegiatan bakti sosial untuk warga yang terdampak covid 19, pengecekan protokol kesehatan pada acara pernikahan, musyawarah desa, dan kerja bakti.



Gambar 2 : Konten informasi

Dalam membuat konten informasi, peserta berhasil mengunggah empat konten informasi dengan bentuk *carousel*. Tampilan *carousel* adalah bentuk konten visual yang terdiri lebih dari satu gambar dalam satu konten. Tampilan ini bersifat interaktif. Pelibatan pembaca dengan konten berdampak pada perhatian pembaca (Kabra, 2012). Seperti *carousel* di mana ketika pembaca masuk dalam akun Instagram akan mulai menggeser dengan jarinya. Penggunaan *carousel* membantu pengelola konten mengoptimalkan informasi yang disampaikan.

Peserta mampu membuat desain sederhana. Desain merupakan cara untuk menggerakkan afeksi secara visual. Pemberian materi desain yang singkat, ternyata dapat ditangkap baik oleh peserta. Desain pada *feed*

Instagram memerlukan variasi. Peserta menggunakan *filter* yang menambah nilai estetika. Upaya baik dari peserta dalam membuat desain terwujud pada konten musyawarah desa. Desain yang dilakukan oleh peserta menggunakan cara kolase foto (*photo collage*). Desain ini merupakan cara untuk menceritakan momen berbeda melalui satu foto, daripada membuat beberapa unggahan foto. Presentasi menjadi lebih menarik secara visual dengan adanya gambar-gambar untuk memperkuat informasi (Lewis, 20014).



Gambar 3 : Desain kolase foto

Pencapaian hasil pembuatan konten terakhir adalah penulisan keterangan gambar. Peserta telah memerhatikan aspek pelaku kegiatan, waktu dan tempat, serta tujuan kegiatan. Peserta juga telah menulis secara sederhana, pendek, tidak kompleks (Gunning, 2007). Keterangan gambar merupakan cara verbal untuk menguraikan kejelasan peristiwa, bila belum tersampaikan dalam gambar. Tim tidak menilai aspek penulisan jurnalistik. Tim menilai kesesuaian teks dan gambar dalam sebuah konten. Peserta telah menyampaikan pesan yang bersifat umum dan dapat dimaknai oleh khalayak luas (Mc.Quail, 2014). Keterangan gambar pada unggahan konten membantu timbulnya

penafsiran ganda atas gambar yang diunggah. Seperti pada keterangan gambar kerja bakti yang menentukan kejelasan gambar. Pada gambar memungkinkan muncul sebuah penafsiran bahwa orang-orang yang sedang melakukan kerja bakti adalah warga Desa Baros, Serang, Banten. Dengan membaca keterangan gambar, pembaca mengetahui bahwa kerja bakti dilaksanakan bersama mahasiswa UNSERA. Hal ini menunjukkan bahwa etika penulisan (akan mengarah pada jurnalistik) harus obyektif (Sendjaja, 2008).



Gambar 4 : Keterangan gambar mendukung unggahan foto

Keunggulan teknologi melalui media baru, khususnya Instagram yang telah dibuat oleh Desa Baros, Serang, Banten merupakan sebuah keunggulan. Pengelola akun dapat melakukan profesi jurnalistik. Jurnalistik saat ini telah bergeser menjadi keterlibatan dalam produksi konten dan kemampuan berpikir secara *online* (Siapera, 2012). Tim mendorong pengelola akun intagram Desa Baros untuk melanjutkan keberhasilan pembuatan konten ini menuju ritual sehari-hari penyampaian informasi kepada masyarakat, karena konsistensi

penulisan akan mengarah pada pemeliharaan kredibilitas muatan informasi. Pada akhirnya produk berita dalam konten dapat berkembang menjadi sifat jurnalistik, yaitu menyiapkan, mencari, mengumpulkan, mengolah, menyakikan dan menyebarkan melalui media. (Hikmat, 2018).

## 5. KESIMPULAN

Kegiatan pendampingan penulisan konten instagram kepada pengelola akun Instagram Desa Baros, Serang, Banten dapat meningkatkan kemampuan pembuatan konten. Ukuran kemampuan ini berdasarkan tercapainya target jumlah unggahan, bentuk konten, desain dan penulisan keterangan gambar.

Saran bagi pengelola akun Instagram dapat meningkatkan pemilihan jenis konten selain informasi dan berita, membuat bentuk konten yang lebih beragam dengan memanfaatkan fitur-fitur yang tersedia secara konsisten. Tim memberi saran agar memadukan materi jurnalistik yang telah diberikan pada tahun 2019 dengan penulisan konten di Instagram, terutama jenis berita *hard* dan *soft* (Reinemann, 2012).

## DAFTAR PUSTAKA

Alvaro, R., & Octavia, E. (2019). Desa Digital: Potensi dan Tantangannya Peningkatan Kredit UMKM Melalui Rasio Intermediasi Makroprudensial Tantangan Revolusi Industri 4.0 di Sektor Pertanian. *Buletin APBN, IV*.

- www.puskajianggaran.dpr.go.id
- Craig, David A. (2012). *Excellence in Online Journalism: Exploring Current Practices in an Evolving Environment*. USA: Sage
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research and Design Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches*. In *Thousand Oaks California*.
- Green, L. (2010). *The Internet - An Introduction to New Media* (New York (ed.); 1st ed.). Berg Publisher.
- Gunning, R. (2007). *The Technique of Clear Writing*. McGraw-Hill.
- Hikmat, M. M. (2018). *Jurnalistik Literary Journalism*. Prenada Media Group.
- Kabra, Vani Chugh. (2012). *Online Content Writing*. India.
- Lewis, D. M. (2004). *New media language*. In *New Media Language*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203696965>
- Luttrell. (2019). *Social Media : How to Engage, Share, and Connect*. New York : Rowman & Littlefield
- McQuail, D. (2014). *Mass Communication*. In *Mass Communication*. <https://doi.org/10.4135/9781446262467>
- Reinemann, C., Stanyer, J., Scherr, S., & Legnante, G. (2012). *Hard and soft news: A review of concepts, operationalizations and key findings*. In *Journalism*. <https://doi.org/10.1177/1464884911427803>
- Sendjaja, Sasa Djuarsa, et al. (2008). *Manusia Komunikasi, Komunikasi Manusia*. xvi–714.
- Siapera, E. (2012). *Edited by The Handbook of Global Online Journalism*.