

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL AKUN INSTAGRAM  
@lkp.cakra.surakarta SEBAGAI SARANA INFORMASI  
BAGI CALON PESERTA PELATIHAN DI LEMBAGA  
KURSUS DAN PELATIHAN CAKRA SURAKARTA**  
*USE OF SOCIAL MEDIA INSTAGRAM ACCOUNT @lkp.cakra.surakarta AS  
A MEANS OF INFORMATION FOR PROSPECTIVE TRAINING  
PARTICIPANTS AT THE CAKRA SURAKARTA COURSE AND TRAINING  
INSTITUTE*

**Chelsea Verro Juvenia T (Haryo Kusumo Aji, S.I.Kom., M.A dan Fikriana  
Mahar Rizqi, S.I.Kom., M.A)**  
Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Slamet  
Riyadi

chelseaavjt@gmail.com

**Abstrak**

Media Sosial Instagram menjadi media yang populer sebagai sarana informasi di khalayak umum, salah satunya yakni akun Instagram @lkp.cakra.surakarta. akun Instagram @lkp.cakra.surakarta menyediakan informasi seputar jadwal gelombang prakerja, program pelatihan, rekomendasi, dan tips. Penelitian ini bertujuan untuk memahami dan mendeskripsikan pemanfaatan media sosial akun Instagram sebagai sarana informasi bagi calon peserta pelatihan di Lembaga Kursus dan Pelatihan Cakra Surakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Subjek penelitian dengan 3 orang informan, yaitu pemilik yayasan, admin Instagram dan calon peserta pelatihan. Keabsahan data yang digunakan adalah triangulasi sumber. Hasil penelitian menunjukkan (1) Pendekatan Kebutuhan Informasi: Pemanfaatan media sosial Instagram untuk menyampaikan informasi terkini/terbaru. (2) Pendekatan Informasi Rutin: Jadwal Posting yang teratur dan konten yang relevan membantu meningkatkan kesadaran khalayak umum tentang program yang ditawarkan (3) Pendekatan Informasi Mendalam: Penyajian *call center* alat untuk mempermudah calon peserta pelatihan dalam mencari informasi lebih lanjut kepada admin Instagram dan menyajikan penjelasan menggunakan fitur *reels* Instagram. (4) Pendekatan Informasi Sekilas: Penggunaan postingan singkat seperti *story* Instagram dan responsivitas terhadap interaksi lewat kolom komentar.

**Kata kunci:** LKP, Instagram, Sarana Informasi

### **Abstract**

*Social media Instagram has become a popular medium as a means of information for the general public, one of which is the Instagram account @lkp.cakra.surakarta. The Instagram account @lkp.cakra.surakarta provides information regarding pre-employment wave schedules, training programs, recommendations and tips. This research aims to understand and describe the use of social media Instagram accounts as a means of information for prospective training participants at the Cakra Surakarta Course and Training Institute. This research uses a qualitative approach with descriptive methods. Data collection techniques are carried out using interviews, observation and documentation. Research subjects with 3 informants, namely the foundation owner, Instagram admin and prospective training participants. The validity of the data used is source triangulation. The research results show (1) Information Needs Approach: Utilization of Instagram social media to convey the latest/newest information. (2) Routine Information Approach: Regular posting schedules and relevant content help increase general public awareness about the programs offered (3) In-depth Information Approach: Presentation of call center tools to make it easier for prospective training participants to seek further information from the Instagram admin and present explanation of using the Instagram reels feature. (4) Information at a Glance Approach: Use of short posts such as Instagram stories and responsiveness to interactions via the comments column.*

**Keywords:** LKP, Instagram, Information Facilities.

### **PENDAHULUAN**

Kemajuan teknologi yang begitu pesat kini memudahkan sesuatu untuk diakses tidak terkecuali informasi melalui media sosial. Lembaga kursus dan pelatihan (LKP) saat ini bersaing untuk menarik perhatian calon peserta pelatihan di dunia online yang penuh dengan informasi. Pemanfaatan media sosial juga semakin memberi kemudahan bagi khalayak umum untuk memperoleh informasi, salah satu media yang digunakan saat ini yaitu media sosial Instagram (Sari & Basit, 2020).

Kebutuhan informasi sangat penting terutama dalam penggunaan media sosial seperti Instagram untuk calon peserta pelatihan. Instagram berperan sebagai

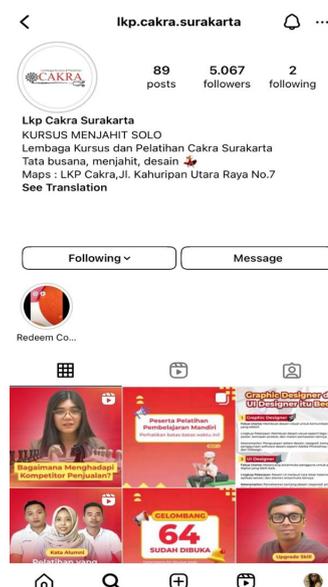
platform efektif untuk menyebarkan informasi dengan cepat dan luas. Bagi calon peserta, Instagram bukan hanya menjadi sumber informasi tentang jadwal dan rincian program pelatihan tetapi juga menyediakan konten menarik yang membantu mereka memahami dan memilih program sesuai kebutuhan. Keterlibatan aktif di Instagram memungkinkan lembaga pelatihan membangun hubungan lebih dekat dan interaktif dengan calon peserta, memastikan mereka selalu menerima informasi terbaru dan relevan. Kebutuhan informasi terjadi ketika seseorang menyadari bahwa pengetahuan yang

mereka miliki tidak cukup untuk mencapai tujuan yang diinginkan (Christiani, 2020).

Menurut Michael Cross dalam Gustiandi et al (2022) Media sosial adalah istilah yang mencakup berbagai teknologi yang digunakan untuk menghubungkan orang-orang dalam kolaborasi, bertukar informasi, dan berinteraksi melalui konten berbasis web. Dengan perkembangan internet yang terus-menerus, teknologi dan fitur yang tersedia bagi pengguna juga terus berubah. Media sosial kini menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari yang menjadi peran penting dalam komunikasi, penyebaran informasi, dan interaksi sosial.

Lembaga Kursus dan Pelatihan (LKP) Cakra didirikan sejak tahun 2012, Selama 11 tahun berpengalaman yang didukung oleh jaringan mitra DUDI yang kuat dan SDM yang berkualitas, selalu memprioritaskan kualitas. Dipilihnya LKP Cakra Surakarta sebagai objek penelitian telah lama berkecimpung dalam dunia pendidikan dan pelatihan seringkali menawarkan beragam program pelatihan dan kursus yang melihat situasi dan peluang yang dibutuhkan dari berbagai bidang untuk memenuhi kebutuhan atau meningkatkan keterampilan pribadi, serta menyediakan tenaga pelatih yang ahli dalam bidangnya. Lembaga Kursus dan Pelatihan (LKP) Cakra Surakarta merupakan Lembaga pelatihan yang bekerjasama dengan program kartu prakerja juga dapat dianggap sebagai upaya pemerintah untuk mendorong bagi peningkatan kualitas sumber daya manusia, yang mencakup keterampilan berpikir dan fisik yang dimiliki oleh individu secara holistik (Yana, 2021).

Menurut Atmoko dalam (Helen dan Farid, 2018), Platform Instagram merupakan aplikasi yang digunakan untuk menyebarkan informasi melalui gambar/video. Penggunaan Instagram sebagai media informatif untuk calon peserta pelatihan. Berikut ini langkah-langkah untuk calon peserta pelatihan, meliputi: (1) membuka situs [www.prakerja.go.id](http://www.prakerja.go.id), (2) Daftar, (3) Isi data diri, (4) Login menggunakan email dan kata sandi, (5) Uji kemampuan dasar, (6) Gabung dalam gelombang, (7) Pengumuman kelulusan, (8) Peserta yang berhasil melewati tahap seleksi, akan diberikan nomor kartu prakerja serta dana yang tersedia pada halaman *dashboard* akun. Peserta yang lolos harus mengikuti pelatihan yang dituju, maka pentingnya konten informatif pada LKP Cakra untuk calon peserta dalam memilih pelatihan (<https://www.prakerja.go.id/> diakses pada 2024).



**GAMBAR 1. 1** AKUN INSTAGRAM  
@lkp.cakra.surakarta  
Sumber: Akun Instagram  
@lkp.cakra.surakarta

Akun media sosial di Instagram @lkp.cakra.surakarta yang memiliki 5.067 pengikut. Akun Instagram @lkp.cakra.surakarta sebagai media informasi seperti jadwal gelombang prakerja, berbagai pelatihan, dan program di LKP Cakra, serta lebih unggul pengikutnya daripada Lembaga/Instansi lainnya di daerah Surakarta. Maka dari itu dipilihnya Instagram menjadi media sosial yang untuk sarana informasi karena banyaknya calon peserta dapat memilih pelatihan. Ada 104,8 juta pengguna aktif Instagram di Indonesia pada oktober 2023 (<https://databoks.katadata.co.id/> diakses pada 2024).

Akun Instagram @lkp.cakra.surakarta satu-satunya media sosial yang digunakan untuk sarana informasi bagi calon peserta pelatihan agar sesuai dengan *passion* atau minat yang di miliki dan akan memandu untuk mendapatkan pengalaman terbaik, bermanfaat, dan berguna selama mengikuti kursus atau pelatihan di LKP Cakra. Akun Instagram @lkp.cakra.surakarta merupakan media daring sebagai sarana informasi yang memiliki keunggulan, lebih efektif, menyajikan konten yang original, akurat, dan terutama menjadi sumber informasi bagi para calon peserta pelatihan. Instagram menyediakan platform kepada pengguna aktif untuk menyebarkan foto dan video yang dimiliki, sebagaimana halnya dalam berkomunikasi atau menyampaikan informasi (Utami et al, 2022).

Media informasi adalah kumpulan informasi yang dapat dimanfaatkan sebagai penyaluran pesan informasi oleh

penerimanya. Konten informatif bertujuan memberikan informasi penting kepada khalayak umum dan bertujuan untuk memberikan informasi dengan bentuk tulisan, foto, ataupun video. Informasi yang disampaikan melalui platform yang populer saat ini, yaitu Instagram, merupakan contoh yang relevan. Instagram adalah platform yang memfasilitasi pengguna untuk membagikan foto, menerapkan filter digital, dan menyebarkannya melalui berbagai jaringan sosial (Cindie et al, 2020).

Dari pembahasan diatas sebuah penggunaan media sosial intagram sebagai sarana informasi sangatlah penting untuk calon peserta pelatihan yang ingin meningkatkan keterampilan di LKP Cakra, oleh kerena itu di dalam penelitian ini membahas mengenai penggunaan media sosial informasi untuk calon peserta pelatihan di Lembaga Kursus Pendidikan Cakra Surakarta.

### 1. *New Media*

Menurut Arshano Sahar (2014) *new media* digunakan untuk menggambarkan media yang berbasis digital, terhubung melalui computer dan jaringan merupakan hasil dari kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang terus berkembang. Dengan kemudahan penggunaan sosial media untuk menyebarkan informasi melalui *new media* mendorong khalayak umum beralih dari media konvensional ke *new media* (Herlina et al, 2017).

Media baru juga didefinisikan sarana komunikasi yang memanfaatkan teknologi digital yang dikenal sebagai teknologi komunikasi dan informasi untuk mencapai

jangkauan yang sangat luas Creeber dalam (Sutrisno & Mayangsari, 2021)

McQuail dalam Singaraja, et al (2019)

Ciri-ciri utama internet sebagai media, meliputi: (a) Berbasis teknologi komputer, (b) Karakteristiknya hibrida, tidak terbatas, bisa menyesuaikan, (c) Potensi interaktif, (d) Fungsi secara publik dan pribadi, (e) Peraturan yang tidak rigid, (f) Saling terkoneksi satu sama lain, (g) Ketersediaannya dimana saja dan kapan saja/ tanpa tergantung lokasi, (h) Diakses oleh individu sebagai komunikator, (i) Bersifat media massa dan personal.

Adapun perbedaan antara media baru dan media lama sebagai berikut, yaitu :

- a. Media baru mengabaikan batasan percetakan dan modal penyiaran dengan memfasilitasi dialog antar banyak pihak.
- b. Membuka kemungkinan penerimaan, perubahan dan penyebaran kembali objek budaya secara simultan.
- c. Mengubah aksi komunikasi dari posisi pentingnya dari hubungan wilayah modernitas.
- d. Memberikan akses instan ke objek global.
- e. Menyisipkan subjek modern atau akhir modern ke dalam jaringan.

Menurut Mayfield dalam Prihatiningsih (2017) Mendefinisikan media sosial sebagai konsep terbaik dari jenis baru media daring yang meliputi beberapa karakteristik, yaitu:

- 1) Keterlibatan merupakan bagian yang memberikan kontribusi dan tanggapan dari semua individu yang tertarik, tanpa batasan antara sarana dan audiens.

- 2) Transparansi sebagai pelayanan sosial yang terbuka untuk tanggapan dan keterlibatan, sehingga memberikan komentar dan berkomunikasi.
- 3) Percakapan merupakan dimana media sosial dikenal karena memfasilitasi komunikasi saling berjalan dua arah.
- 4) Konektivitas merupakan kebanyakan media yang saling terhubung ke berbagai situs-situs.

Jadi, media baru menggambarkan sesuatu yang menjadi virtual. Virtual yang dimaksud ialah sesuatu yang bersifat dalam jaringan internet serta memudahkan untuk mengakses informasi yang lebih luas (Yunita Pratiwi et al, 2021). Selain teori new media yang berhubungan dengan topik penelitian adalah media sosial, karena hal ini akan memperlihatkan gambaran mengenai media sosial demi tujuan tertentu.

## 2. Media Sosial

Menurut Kotler dan Keller dalam Yusuf et all (2023), Sebagai sebuah platform media sosial memungkinkan konsumen untuk bertukar informasi berupa teks, gambar, audio, dan video antara sesama pengguna dan dengan perusahaan, serta sebaliknya. Konsep media pada dasarnya dirancang untuk mendukung interaksi banyak ke banyak, percakapan, dan kemampuan penerimaan. Media sosial pada intinya adalah sebuah platform di mana individu dapat membuat halaman pribadi, lalu terhubung dengan orang lain untuk berbagi informasi dan berkomunikasi. Media sosial didefinisikan sebagai

alat elektronik yang membantu mempercepat dan meningkatkan kemampuan kita dalam berhubungan, berkomunikasi, dan berkolaborasi dengan orang lain (Herlina et al, 2017).

Karakteristik media sosial menurut Nasrullah dalam Neng, et al (2018) meliputi jaringan (*network*), informasi (*information*), arsip (*archive*), interaksi (*interactivity*), simulasi sosial (*simulation of society*), dan konten yang dibuat oleh pengguna (*user-generated content*). Berikut penjelasan dari masing-masing karakteristik tersebut:

- a. Jaringan (*network*): Kata jaringan dapat dipahami dalam konteks teknologi seperti ilmu komputer, yang berarti infrastruktur yang menghubungkan komputer dan perangkat keras lainnya.
- b. Informasi (*information*): Informasi merupakan entitas penting di media sosial. Berbeda dengan media lainnya di Internet, pengguna media sosial menciptakan representasi identitasnya, memproduksi konten, dan berinteraksi berdasarkan informasi. Informasi menjadi komoditas dalam masyarakat informasi, di mana informasi diproduksi, dipertukarkan, dan dikonsumsi oleh setiap individu.
- c. Arsip (*archive*): Arsip menunjukkan bahwa informasi yang disimpan di media sosial dapat diakses kapan saja dan melalui perangkat apapun. Informasi yang diunggah tidak akan hilang meskipun waktu terus berjalan.
- d. Interaksi (*interactivity*): Karakter dasar media sosial

adalah terbentuknya jaringan antar pengguna, memungkinkan mereka untuk berinteraksi satu sama lain.

### 3. Pemanfaatan Media Sosial

Media sosial memanfaatkan "konsep orang banyak" untuk menghubungkan informasi secara kolaboratif. Kehadiran media sosial memberikan berbagai manfaat besar bagi masyarakat, terutama dalam mencari informasi dan berkomunikasi (Fauziyyah & Rina, 2020). Salah satu contoh dari media sosial ini adalah Instagram. Media sosial merujuk kepada alat di internet yang mengizinkan pengguna untuk merepresentasikan diri mereka secara virtual, berinteraksi, berkolaborasi, berbagi, dan berkomunikasi dengan pengguna lain, sehingga membentuk ikatan sosial (Yusuf et al, 2023).

Menurut Puntoadi dalam Fauzi (2016) penggunaan atau pemanfaatan media sosial sebagai berikut :

- a. Kelebihan dalam membangun citra pribadi melalui media sosial khalayak umum yang akan menentukannya. Berbagai platform media sosial dapat digunakan oleh individu untuk berinteraksi bahkan meraih popularitas.
- b. Media sosial memberikan kesempatan untuk berinteraksi lebih dekat dengan konsumen. Media sosial menyediakan bentuk komunikasi yang lebih personal. Dengan menggunakan media sosial, perusahaan dapat memahami kebiasaan konsumen dan berinteraksi secara pribadi untuk membangun hubungan yang lebih erat.

#### 4. Instagram

Instagram sebuah platform media sosial yang disukai dan digemari oleh khalayak umum, termasuk oleh kalangan remaja dan dewasa. (Riduan et al, 2023). Menurut Sidiq dalam Cania & Heryani (2020), lima menu utama dari instagram antara lain:

- a. Halaman awal adalah layar utama yang menampilkan gambar-gambar terbaru dari pengguna lain yang diikuti oleh pengguna.
- b. Komentar adalah opsi yang memungkinkan pengguna untuk meninggalkan pesan atau komentar pada foto dan video yang diposting
- c. Profil adalah tampilan yang menunjukkan informasi tentang pengguna, termasuk foto-foto yang diunggah, jumlah pengikut, dan pengguna yang diikuti.
- d. Jelajah adalah fitur yang menampilkan gambar-gambar yang paling populer dan banyak disukai.
- e. Berita adalah fitur yang memberikan notifikasi tentang aktivitas yang dilakukan oleh pengguna Instagram.

Adapun fitur dalam Instagram. Menurut Sidiq dalam Cania & Heryani (2020) meliputi:

- 1) Tindak "*Follow*" merujuk pada pengguna Instagram yang memilih untuk mengikuti atau bergabung dengan pengguna lain yang juga menggunakan Instagram.
- 2) Tindak "*Mentions*" adalah fitur yang memungkinkan pengguna untuk menambahkan pengguna lain dengan menambahkan tanda @ diikuti dengan nama pengguna Instagram.
- 3) Tindak "*Like*" adalah opsi di mana pengguna dapat mengekspresikan penghargaan atau kesukaannya

terhadap postingan di Instagram dengan menekan tombol "*love*"

Kemudahan penggunaan ada pada Instagram, walaupun masih awam pengguna dengan dapat mudah menelusuri tiap menu yang ada, hal ini dikarenakan tampilan antar muka yang sederhana dan sangat mudah dimengerti. Aplikasi ini disukai banyak pengguna media sosial karena kemudahan serta kecepatan dalam berbagi foto di tambah dengan beberapa fitur bergaya yang menarik dan pembaruan-pembaruan yang lainnya seperti *story* dan *reels*.

#### 5. Media Sosial Sebagai Sarana Informasi

Media informasi menurut Sadiman dalam Noerand & Primadani (2021) Sarana informasi adalah sarana untuk menyebarkan dan mengumpulkan informasi yang dirangkai untuk kepentingan penerimaannya. Fungsinya adalah untuk menyalurkan pesan kepada penerima dengan tujuan menyampaikan pemikiran yang dirasakan, dan minat agar tahapan komunikasi berjalan secara efektif sesuai dengan harapan. Di media sosial informasi memiliki peran penting karena pengguna menggunakan platform tersebut untuk merepresentasikan identitas, membuat konten informasi, dan berinteraksi berdasarkan informasi tersebut (Setiadi, 2016).

Dengan munculnya teknologi internet pada saat ini yang sangat mempermudah untuk mengakses dan membagikan informasi yang lebih cepat didapatkan dan informasi tidak terkait oleh Batasan ruang dan waktu. kebutuhan akan informasi telah menjadi sangat penting dalam mendorong individu untuk mencari berbagai sumber informasi yang terutama melalui media sosial, dan kemudian menggunakan informasi tersebut untuk menunjukkan bagaimana mereka meresponsnya. Kebutuhan informasi dapat berubah berdasarkan situasi saat itu

dan menggunakan memerlukan masalah yang dihadapinya (Puspitadewi et al, 2016).

Menurut Guha dalam Nugra Arifin (2015), Adapun pendekatan kebutuhan informasi yang terdiri dari empat jenis, sebagai berikut :

a. Pendekatan Kebutuhan Informasi Mutakhir

Sebuah metode yang memberikan kebutuhan terkini pengguna informasi. Pengguna berinteraksi secara umum untuk menyegarkan pengetahuan mereka. Dalam pendekatan ini interaksi konstan antara pengguna dan sistem informasi sangat diperlukan.

b. Pendekatan Informasi Rutin

Sebuah metode yang memenuhi kebutuhan khusus dan segera pengguna media sosial adalah memastikan bahwa pemilik akun media sosial menerima informasi secara teratur yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi pengguna.

c. Pendekatan Kebutuhan Informasi Mendalam

Sebuah metode untuk kebutuhan pengguna akan informasi secara mendalam, sebagai orang yang menggunakan informasi yang dibutuhkan bersifat relevan dan spesifik.

d. Pendekatan Informasi Sekilas

Sebuah pendekatan terhadap pengguna akan informasi atau berita yang singkat, padat, jelas, dan ringkas tetapi juga lengkap khususnya mengenai informasi terkini sebuah objek yang diperlukan.

Dari pendekatan kebutuhan informasi ini, akun Instagram LKP Cakra memberikan sebuah informasi mengenai kebutuhan materi yang ada pada saat pelatihan untuk

memberikan kemudahan bagi para calon peserta.

## METODE PENELITIAN

Analisis data merupakan proses sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan lainnya agar mudah dipahami dan temuannya dapat disampaikan kepada orang lain (Sugiyono, 2019: 435). Teknik analisis data yang diterapkan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, yang melibatkan pembuatan deskripsi serta analisis mendalam terhadap data yang diperoleh dilapangan, kemudian di uraikan dalam bentuk penjelasan yang sesuai dengan fakta sebenarnya. Metode analisis data yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan model *flow model analysis* atau mengalir. Isi dari *flow model analylis* oleh Miles dan Huberman dalam Sugiyono (2019: 438) yaitu, (1) reduksi data (*data reduction*), (2) penyajian data, (*data display*), (3) kesimpulan.

a. Reduksi data (*data reduction*)

Langkah awal adalah menyederhanakan dan mempersempit data yang terkumpul dari konten informasi di Instagram, termasuk pengelompokan dan pengurutan berdasarkan relenvansi dengan topik.

b. Penyajian data (*data display*)

Setelah data direduksi, langkah berikutnya adalah menyajikan data dengan cara yang lebih terstruktur dan mudah dipahami. Ini melibatkan pengelompokan konten berdasarkan tema atau topik tertentu.

c. Kesimpulan

Langkah terakhir adalah mengevaluasi dan menyimpulkan temuan dari analisis data Instagram. Hal ini melibatkan penarikan kesimpulan yang didasarkan pada pola-pola yang muncul dari data yang telah

disajikan, serta menetapkan implikasi atau saran untuk penelitian selanjutnya.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### 1. Pemanfaatan Media Sosial Instagram

Penelitian ini menemukan bahwa pemanfaatan media sosial memungkinkan penyebaran informasi tersebut menyatakan bahwa akun Instagram mereka merupakan sarana utama untuk menyebarkan informasi tentang program pelatihan yang ditawarkan. Melalui platform ini LKP Cakra dapat menjangkau calon peserta dari berbagai latar belakang dan minat sesuai dengan program yang tersedia. LKP Cakra menggunakan akun Instagram untuk membagikan informasi mengenai jadwal pelatihan terbaru, pendaftaran yang dibuka, rekomendasi dan tips yang disampaikan oleh lembaga, sehingga memastikan peserta mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Penjelasan tersebut sesuai pernyataan wawancara dengan Ninik sebagai pemilik yayasan.



**GAMBAR 4. 1 INFORMASI TERKINI**

**@lkp.cakra.surakarta**

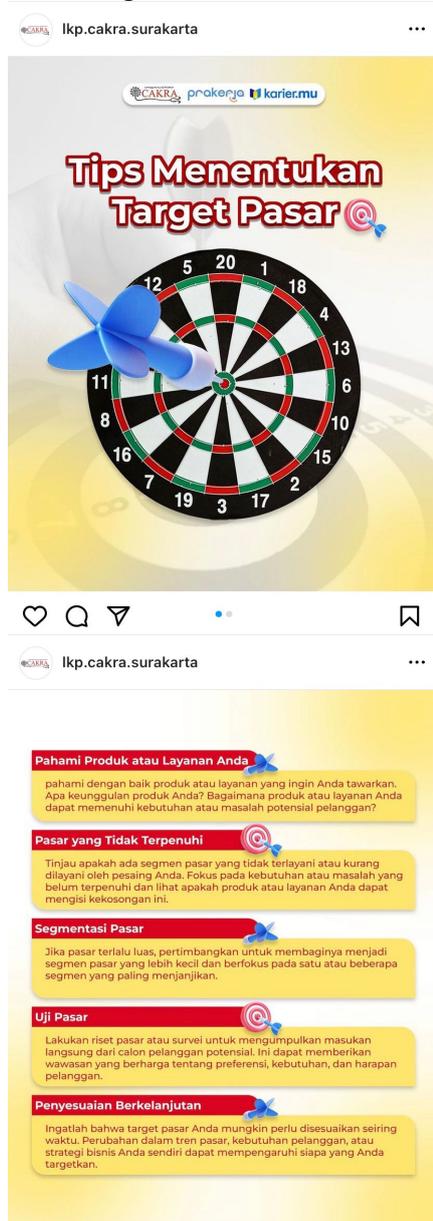
Sumber: Akun Instagram

**@lkp.cakra.surakarta**

Bedasarkan dari penjelasan tersebut menurut admin akun Instagram

**@lkp.cakra.surakarta** dengan memanfaatkan fitur-fitur Instagram untuk menghubungkan lembaga dengan calon peserta pelatihan secara langsung dan interaktif. Admin instagram berkomitmen untuk selalu menyajikan informasi terkini, seperti cerita Instagram dan *Reels* Instagram yang menjelaskan mengenai program pelatihan, tips, dan rekomendasi. Hal ini bertujuan agar calon peserta lebih mudah mencari informasi terbaru yang ada di LKP Cakra. Melalui akun Instagram, lembaga berusaha menyampaikan informasi yang lengkap, relevan, dan menarik terkait program pelatihan yang ditawarkan. Sehingga menciptakan keterlibatan yang lebih dalam dengan calon

peserta pelatihan. Ini yang sesuai dengan pernyataan Adhie Pratama sebagai admin Instagram.



**GAMBAR 4. 2 INFORMASI TIPS**

Sumber: Akun Instagram @lkp.cakra.surakarta  
 Diterimanya akun Instagram @lkp.cakra.surakarta bagi calon peserta pelatihan yang bertujuan untuk dapat dikenal

banyak orang. Melihat kemudahan media sosial Instagram sebagai alat dalam memberikan informasi yang membuat calon peserta pelatihan dengan mudah untuk mengakses dan membuat calon peserta pelatihan dapat Akun tersebut selalu memperbarui informasi mengenai program pelatihan, jadwal, tips, dan rekomendasi yang ada pada lembaga. Kontennya menarik dan mudah dipahami, sehingga memudahkan calon peserta dalam mencari tahu lebih banyak tentang program-program yang ditawarkan. Selain itu, sangat membantu dalam memberikan rekomendasi dalam pelatihan. Secara keseluruhan, akun Instagram ini dinilai sangat efektif dalam memberikan gambaran yang jelas dan terkini tentang kegiatan di Lembaga Kursus dan Pelatihan Cakra Surakarta. Keterangan di atas sesuai dengan ungkapan Thomas sebagai calon peserta pelatihan.



**GAMBAR 4. 3 INFORMASI REKOMENDASI**

Sumber: Akun Instagram  
@lkp.cakra.surakarta

## 2. Informasi Rutin

Informasi rutin dalam pemanfaatan Instagram dengan cara memiliki jadwal posting yang teratur, menyampaikan informasi yang menarik dan memikat serta memberikan gambaran yang lebih jelas tentang apa yang di harapkan dari program pelatihan. Jadwal posting yang konsisten dan konten yang menarik tidak hanya meningkatkan kesadaran tentang layanan di khalayak umum tetapi ini juga menunjukkan pemanfaatan Instagram sebagai alat komunikasi yang mampi memperluas jangkauan dan membangun kepercayaan dengan calon peserta pelatihan. Keterangan tersebut sesuai dengan ungkapan Ninik sebagai pemilik Yayasan.



**GAMBAR 4. 4**

### **INFORMASI RUTIN**

Sumber: Akun Instagram  
@lkp.cakra.surakarta

Adanya akun Instagram @lkp.cakra.surakarta yang menjadi fokus utama dalam konsistensi konten yang diposting untuk memastikan bahwa informasi yang disampaikan sangat relevan

dan menarik bagi calon peserta pelatihan. Admin Instagram memperhatikan kebutuhan dan minat dari calon peserta pelatihan dan menjaga konsisten dalam posting konten di akun Instagram @lkp.cakra.surakarta dengan *content plan* yang telah ditetapkan sehingga memiliki jadwal posting yang teratur terkait program pelatihan yang ada. Berikut ini sesuai dengan ungkapan Adhie:

“Lembaga Kursus dan Pelatihan Cakra Surakarta berfokus pada kebutuhan dan minat calon peserta pelatihan. Tantangan yang dihadapi dalam karier atau pendidikan, serta bagaimana lembaga dapat membantu mencapai tujuan mereka. Hal ini memandu mereka dalam menyusun konten yang relevan dan bermanfaat.”

(Wawancara dengan Adhie sebagai admin Instagram, 8 Mei 2024)

Akun Instagram @lkp.cakra.surakarta membuat calon peserta pelatihan merasa tertarik dengan memiliki postingan rutin yang sangat membantu, Konsistensi tersebut sangat membantu calon peserta pelatihan untuk mendapatkan gambaran yang lebih tentang apa yang akan didapatkan jika memutuskan untuk mendaftar. Uraian ini sesuai yang

diungkapkan Thomas sebagai calon peserta pelatihan:

“Saya aktif mengikuti akun tersebut dan saya tertarik karena mereka memiliki postingan rutin yang sangat membantu. Membantu saya untuk mendapatkan gambaran yang lebih baik tentang apa yang akan saya dapatkan jika saya mendaftar.”

(Wawancara dengan Thomas sebagai calon peserta pelatihan, 8 Mei 2024)

### 3. Platform Instagram

Akun Instagram telah menjadi alat untuk informasi yang sangat efektif dalam memperkuat *brand awareness*, membangun kepercayaan, dan meningkatkan keterlibatan dengan calon peserta pelatihan. Menyampaikan informasi dengan cara yang menarik dan memberikan gambaran yang lebih jelas tentang manfaat dan keunggulan program pelatihan. Pendekatan ini memastikan bahwa konten tidak hanya menarik perhatian, tetapi juga memfasilitasi nomor admin untuk interaksi yang cepat dan membantu calon peserta pelatihan dalam mengikuti pelatihan dengan responsif. Hal ini juga diungkapkan oleh Ninik Sutarsih sebagai pemilik Yayasan:

”Akun Instagram telah menjadi alat yang efektif dalam memperkuat *brand*

*awareness*, membangun kepercayaan, dan meningkatkan keterlibatan dengan calon peserta pelatihan kami. Kami juga memberikan nomor admin. Memfasilitasi interaksi yang cepat dan responsif.”

(Wawancara dengan Ninik sebagai pemilik Yayasan, 8 Mei 2024)



**GAMBAR 4. 5 INFORMASI CALL CENTER**

Sumber: Akun Instagram  
@lkp.cakra.surakarta

Informasi yang fokus pada variasi dalam jenis konten yang dibagikan dengan tidak hanya mengandalkan teks tetapi juga memanfaatkan fitur *reels* Instagram profile tenaga pelatih yang menjelaskan mengenai materi dalam pelatihan dan konten visual lainnya untuk menarik dan memikat bagi pengikut. Dengan cara ini dapat menjangkau lebih banyak

calon peserta pelatihan dan mempertahankan minat terhadap akun, sehingga meningkatkan keterlibatan dan kesadaran calon peserta terhadap program pelatihan yang ditawarkan. Uraian tersebut sesuai dengan ungkapan Adhie sebagai admin Instagram.



**GAMBAR 4. 6 REELS INSTAGRAM**

Sumber: Akun Instagram  
@lkp.cakra.surakarta

Akun Instagram sebagai sarana informasi yang sangat lengkap tentang program pelatihan, jadwal pelatihan, profil tenaga pelatih. Selain itu, akun Instagram memposting konten yang menarik seperti video yang memberikan gambaran lebih jelas tentang materi belajar. Pendekatan informasi mendalam tidak hanya membantu calon peserta

memahami program yang di tawarkan dengan lebih baik, namun juga meningkatkan interaktif menggunakan *caption* pada instagram yang membuat calon peserta pelatihan minat terhadap program pelatihan. Hal di atas sesuai dengan pernyataan Thomas sebagai calon peserta pelatihan:

“Akun Instagram tersebut memberikan informasi yang sangat lengkap tentang program pelatihan, termasuk deskripsi program, jadwal dari tenaga pelatih. penggunaan *caption* Instagram untuk meningkatkan daya tarik pada calon peserta pelatihan ”

(Wawancara dengan Thomas sebagai calon peserta pelatihan, 8 Mei 2024)

lkp.cakra.surakarta Prospek Kerja Jadi Pemasaran Konten Digital 🌐📱

Pemasaran konten digital adalah salah satu bidang yang penuh potensi dan terus berkembang di era digital saat ini Berikut beberapa alasan mengapa prospek kerja di bidang ini sangat menjanjikan:

1. Penulis Konten (Copywriter/Content Writer)
2. Social Media Specialist.
3. Content Creator.
4. Search Engine Optimization (SEO) Specialist.
5. Data Scientist
6. Dan masih banyak lainnya.

Yuk, Ikut pelatihan bersama LKP Cakra di Pelatihan Merancang Konten Pemasaran Digital (Cover dan harga) Mari Daftar Sekarang!

#### GAMBAR 4. 7 INFORMASI CAPTION

Sumber: Akun Instagram  
@lkp.cakra.surakarta

lkp.cakra.surakarta Kabar Gembira! 🎉🌟

Kami dengan bangga mengumumkan update kelas baru di LKP Cakra dalam program Prakerja! Kami terus berkomitmen untuk memberikan pelatihan berkualitas kepada Anda dalam upaya meningkatkan keterampilan dan kesempatan kerja.

#### 1. Merancang Konten Pemasaran Digital 📱🌟

Pemasaran digital adalah seni menyampaikan pesan dengan kreatif dan efektif kepada audiens Anda melalui platform online. Merancang konten yang memukau adalah kunci untuk terhubung dengan orang-orang di dunia digital ini.

Dengan pemikiran kreatif, strategi yang matang, dan pemahaman yang mendalam tentang audiens Anda, Anda dapat menciptakan konten yang menginspirasi, mendidik, dan mempengaruhi positif. Selamat merancang dan berbagi cerita Anda dengan dunia!

#### 2. Bermain dengan Kreativitas di Figma! 🎨🌟

Membuat desain antarmuka (UI) yang menarik dan pengalaman pengguna (UX) yang memuaskan adalah seni yang tak pernah berhenti berkembang. Figma adalah sahabat terbaik kami dalam menjalani perjalanan ini.

Dengan alat yang intuitif dan kolaboratif ini, kami dapat menghasilkan desain yang memukau dan berfungsi. Ini adalah tempat di mana ide-ide menjadi kenyataan, dan setiap klik adalah langkah menuju kesempurnaan.

*Ayo, jangan lewatkan kesempatan ini!* 🎉🌟 Slot peserta masih tersedia untuk pelatihan menarik di LKP Cakra. Ini adalah waktu yang sempurna untuk berinvestasi dalam diri Anda dan meningkatkan keterampilan Anda.

#### GAMBAR 4. 8 INFORMASI CAPTION

Sumber: Akun Instagram  
@lkp.cakra.surakarta

#### 4. Tantangan dan hambatan

Dalam menghadapi tantangan memanfaatkan akun instagram sebagai sarana informasi bagi calon peserta pelatihan di Lembaga Kursus dan Pelatihan Cakra Surakarta. Yang menjadi salah satu tantangan utamanya adalah persaingan dengan Lembaga lain yang juga menggunakan Instagram dengan tujuan yang sama. Dengan begitu banyaknya konten yang bersaing untuk mendapatkan perhatian dari calon peserta pelatihan, sehingga mengharuskan untuk terus berinovasi dalam menyajikan konten informasi dengan cara yang lebih menarik dan memikat misalnya dalam

memanfaatkan fitur *story* Instagram.



**GAMBAR 4. 9 INFORMASI *STORY* INSTAGRAM**

Sumber: Akun Instagram  
[@lkp.cakra.surakarta](#)

Salah satu tantangan utama media sosial Instagram sebagai sarana informasi adalah membuat postingan singkat dan cerita dengan desain visual yang menarik. Dengan menetapkan jadwal posting yang teratur dan memiliki tim yang siap untuk menjawab dengan cepat terhadap pertanyaan atau komentar dari pengikut. Penjelasan di atas sesuai dengan pernyataan Adhie sebagai Admin Instagram:

“Salah satu tantangan utama adalah postingan singkat dan memanfaatkan *story*

Instagram dengan desain visual yang menarik. Untuk mengatasinya, kami telah menetapkan jadwal posting yang teratur dan memiliki tim yang siap untuk merespons setiap interaksi dengan pengikut.”

(Wawancara dengan Adhie sebagai admin Instagram, 8 Mei 2024)

Pengelolaan akun Instagram [@lkp.cakra.surakarta](#) dapat di apresiasi upaya admin dalam membangun hubungan yang lebih dekat dengan pengikutnya melalui interaksi yang ramah dan responsif. Dengan mengajukan pertanyaan secara rutin atau memberikan komentar terkait konten yang disampaikan melalui akun Instagram [@lkp.cakra.surakarta](#).



#### GAMBAR 4. 10 INFORMASI KOMENTAR

Sumber: Akun Instagram  
@lkp.cakra.surakarta

### HASIL ANALISIS PENELITIAN

Berdasarkan hasil wawancara dari beberapa informan, pada bagian ini penulis membuat pembahasan yang didapatkan dari hasil wawancara yang akan dikaitkan dengan teori-teori yang relevan serta disesuaikan dengan kerangka pemikiran dalam penelitian ini. Teori yang digunakan dalam pembahasan ini adalah media informasi menurut Guha yang dikaitkan dengan pemanfaatan media sosial akun Instagram @lkp.cakra.surakarta sebagai sarana informasi bagi calon peserta di Lembaga Kursus dan Pelatihan Cakra Surakarta.

Berikut ini pembahasan dalam penelitian ini:

#### a. Pendekatan Kebutuhan Informasi Mutakhir

Pendekatan informasi mutakhir dalam pemanfaatan akun Instagram

@lkp.cakra.surakarta adalah cara yang digunakan untuk menyampaikan informasi terbaru secara cepat dan efisien kepada calon peserta pelatihan. Informasi terbaru mengenai program pelatihan, perubahan jadwal, berbagai tips, dan pengumuman penting lainnya dapat disampaikan dengan segera melalui postingan dan *story* Instagram. Hal ini memastikan bahwa calon peserta selalu mendapatkan informasi terkini tanpa penundaan.

Dengan memanfaatkan popularitas Instagram sebagai platform media sosial untuk sarana informasi yang dapat menjangkau *audiens* lebih luas. Instagram juga memiliki fitur-fitur seperti *comment*, *direct message*, *story*, dan *reels* Instagram yang memungkinkan interaksi langsung antara Lembaga dan calon peserta pelatihan. Calon peserta pelatihan dapat mengajukan pertanyaan, memberikan masukan atau mencari klarifikasi secara

langsung oleh admin Instagram.

Pendekatan informasi mutakhir melalui Instagram berdasarkan wawancara dengan Thomas sebagai calon peserta pelatihan telah terbukti efektif dalam memastikan calon peserta pelatihan selalu mendapatkan informasi yang dibutuhkan.

b. Pendekatan Informasi Rutin

Pendekatan yang dilakukan dalam memanfaatkan Instagram yaitu memiliki jadwal posting teratur, menyampaikan informasi atau tips menarik, dan memberikan gambaran yang jelas tentang program pelatihan. Dengan konsistensi dalam posting konten yang relevan dan menarik di akun Instagram @lkp.cakra.surakarta, admin Instagram dapat memperhatikan kebutuhan serta minat calon peserta pelatihan, menjaga konsistensi dalam posting konten sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan. Hal ini membuat calon peserta pelatihan merasa tertarik dan terinformasi dengan baik dengan adanya postingan rutin yang mengingatkan tentang jadwal pendaftaran, tips, dan informasi penting lainnya setiap minggu.

c. Pendekatan Informasi Mendalam

Pendekatan kebutuhan informasi mendalam melalui akun Instagram telah terbukti menjadi alat informasi secara menarik dan memberikan gambaran yang jelas tentang manfaat dan keunggulan program pelatihan, akun tersebut mampu memenuhi kebutuhan informasi calon peserta. Pemanfaatan ini didukung oleh Ninik Sutarsih sebagai pemilik yayasan yang merencanakan waktu dan memastikan tidak ketinggalan informasi penting, serta oleh Adhie sebagai admin Instagram yang berfokus pada variasi konten untuk memberikan pengalaman menarik bagi pengikut.

Informasi mendalam yang disajikan tidak hanya mengandalkan teks, tetapi juga memanfaatkan gambar, video, cerita, dan konten visual lainnya untuk menarik dan memikat pengikut. Hal ini memungkinkan akun Instagram untuk menjangkau lebih banyak calon peserta pelatihan dan mempertahankan minat mereka, meningkatkan keterlibatan dan kesadaran tentang program pelatihan yang ditawarkan. Pendekatan informasi

mendalam ini tidak hanya membantu calon peserta memahami program yang ditawarkan dengan lebih baik, tetapi juga meningkatkan interaktivitas melalui penggunaan *caption* yang menarik, sehingga menumbuhkan minat calon peserta terhadap program pelatihan. Hal ini sejalan dengan pernyataan Thomas sebagai calon peserta pelatihan, yang mengapresiasi peran akun Instagram dalam menyajikan informasi. Dengan demikian, pendekatan kebutuhan informasi mendalam melalui akun Instagram memberikan manfaat ganda dengan memahami serta memenuhi kebutuhan informasi calon peserta pelatihan, sambil meningkatkan daya tarik visual dan interaktif yang mempertahankan minat mereka terhadap program pelatihan.

d. Pendekatan Informasi Sekilas

Pendekatan informasi sekilas dalam memanfaatkan akun Instagram sebagai sarana informasi bagi calon peserta pelatihan di Lembaga Kursus dan Pelatihan Cakra Surakarta. Pendekatan ini membutuhkan pembuatan postingan singkat seperti *story* Instagram dengan desain visual yang

menarik, dan responsif terhadap pertanyaan atau komentar dari pengikut yang siap merespons setiap interaksi yang cepat dan responsif dengan pengikut.

Upaya admin dalam membangun hubungan yang lebih dekat dengan pengikut melalui interaksi yang ramah dan responsif juga menjadi hal yang patut diapresiasi. Dengan demikian, pengelolaan akun Instagram @lkp.cakra.surakarta berhasil menciptakan pengalaman yang positif bagi calon peserta pelatihan. Admin secara aktif terlibat dalam menjawab pertanyaan dan memberikan respons yang cepat, serta membangun hubungan yang lebih dekat dengan pengikut melalui interaksi yang ramah dan responsif.

#### KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis penelitian Pemanfaatan Media Sosial Akun Instagram @lkp.cakra.surakarta sebagai Sarana Informasi Bagi Calon Peserta Pelatihan di Lembaga Kursus dan Pelatihan Cakra Surakarta, sebagai berikut: (1) Pendekatan Kebutuhan Informasi: Pemanfaatan media sosial Instagram untuk menyampaikan informasi terkini/terbaru. Informasi tentang program pelatihan, informasi rekomendasi, informasi tips yang dapat segera diakses oleh calon peserta pelatihan. (2) Pendekatan Informasi Rutin: Jadwal Posting yang teratur dan konten yang relevan membantu meningkatkan kesadaran khalayak umum tentang program yang ditawarkan dan mengingatkan mengenai jadwal pelatihan. (3) Pendekatan Informasi Mendalam: Penyajian *call center* alat untuk

mempermudah calon peserta pelatihan dalam mencari informasi lebih lanjut kepada admin Instagram dan menyajikan penjelasan mengenai program pelatihan dengan detail menggunakan fitur *reels* Instagram. (4) Pendekatan Informasi Sekilas: Penggunaan postingan singkat seperti *story* Instagram dan responsivitas terhadap interaksi lewat kolom komentar. Secara keseluruhan, pemanfaatan akun Instagram @lkp.cakra.surakarta sebagai sarana informasi telah berhasil menciptakan pengalaman yang positif bagi calon peserta pelatihan. Admin akun Instagram secara aktif terlibat dalam menjawab pertanyaan, memberikan respon cepat, dan membangun hubungan yang lebih dekat melalui interaksi yang ramah dan responsif. Hal ini membuktikan bahwa Instagram adalah alat yang efektif dalam menyampaikan informasi dan menarik minat calon peserta pelatihan di Lembaga Kursus dan Pelatihan Cakra Surakarta.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Cania N & Heryani R D. (2020). Peran Media Sosial Instagram Dalam Meningkatkan Minat Berwirausaha Peserta Didik SMK PLUS PELITA NUSANTARA. *Journal of Education* 1(1),91 91-101.
- Christiani L. (2020). Pemanfaatan Line Today terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mahasiswa Fakultas Ilmu Budaya Universitas Diponegoro Semarang. *Jurnal* 4(4), 425–439.
- Cindie Sya'bania Feroza, Desy Misnawati. (2020). Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun @yhoophii\_official sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan. *Jurnal Inovasi* 14(1) 2020.
- Depdiknas. (2003). Bahan Sosialisasi Undang-undang Sistem Pendidikan Nasional. Jakarta: Depdiknas. <https://databoks.katadata.co.id/>. diakses pada 2024.
- Fauzi V P. (2016). Pemanfaatan Instagram Sebagai Sosial Media *Marketing Er-Corner Boutique* Dalam Membangun *Brand Awarness* Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Jom FISIP*3(1) 2016.
- Fauziyyah S N & Rina N. (2020). Literasi Media Digital: Efektivitas Akun Instagram @infobandungraya Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Jurnal Ilmu Komunikasi* 3(1), 13-24.
- Guha, B. (2004). *Document and Information*. New Delhi: World Press.
- Gustiandi, Kurniadi, Lubis A R, Aas N Rohmah, F. (2022). Pengaruh Penggunaan Sosial Media Instagram Dimasyarakat Kampung Kandaga *Jurnal* 1(2), 17-23.
- Helen dan Rusdi F. (2018). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Akun Instagram @Jktinfo Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers*. *Jurnal Prologia* 2(2), 355-362.
- Herlina N, Evawani P, dan Lubis E. (2017). Efektivitas Komunikasi Akun Instagram @sumbar\_rancak Sebagai Media Informasi Online Pariwisata Sumatra Barat. *Jurnal Jom FISIP* 4.(2) 2017.
- Isni P, Wina E, dan Nuning K. (2016). Pemanfaatan “Twitter TMCPODAMETRO” Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Para Pengguna Jalan Raya. *Jurnal Kajian Informasi dan Perpustakaan* 4(1), 21-28.
- Noerand Prayoga, A & Primadani, B. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Bagi Pecinta Vespa Tua Pada Akun @Vespasoy. *Jurnal Telkom* 21(4) 904.
- Nugra Arifin, F. (2015). Efektivitas Akun Instagram @filmnasional Dalam

- Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Jurnal* 2(3), 3971.
- Prakerja. (2024). Tentang Kartu Prakerja. <https://www.prakerja.go.id/tanya-jawab/>. Diakses pada 2024.
- Riduan B, Fauziah N, Amelia, K. (2023). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Informasi Pendidikan. Islam Negeri Sultan Aji Muhammad Idris Samarinda. *Journal of Islamic Education* 3(1), 2023.
- Sari D N & Basit A. (2020). Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Edukasi Parenting. *PERSEPSI: Communication Journal*, 3(31), 23–36.
- Setiadi. (2016). Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektivitas Komunikasi.
- Sugiono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABET.
- Sutrisno A P & Mayangsari I D. (2021). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Intagram @humasbdg Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Jurnal Common* 5(10).
- Neng D K, Riche C J, dan Gema R. (2018). *The Correlation Between Instagram Social Media Usage and Competency of Media Literacy at UPT National Institute of Technology Library*. *Jurnal* 8 (1) 2018.
- Utami N F & Yuliati N. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Media Informasi. *Joernal Conference Series: Public Relations*, 2(2) 1-4.
- Yana S D. (2021). Efektifitas Program Kartu Prakerja Dalam Membangun Sumberdaya Manusia di Tengah Pandemi. *Jurnal Investasi Islam* 6(1) 12-21.
- Yunita Pratiwi C, Cindrakasi & Novianita R. (2021). Strategi Kounikasi Digitak PT. GOJEK INDONESIA di Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial* 10(5) 1158-1167.
- Yusuf F, Rahman H, Rahmi S, Lismayani A & Guru Sekolah Dasar Universitas Negeri Makassar, P. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi, Informasi, dan Dokumentasi: Pendidikan di Majelis Taklim Aanur Sejahtera. *Jurnal Hasil-Hasil Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat* 2(1) 2961-8776.