

PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL UNTUK PENINGKATAN KOMUNITAS

Hendro Gunawan¹, Clara Hetty Primasari²

¹²Program Studi Sistem Informasi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta, Jalan Babarsari 44 Yogyakarta

¹hendro.gunawan@uajy.ac.id, ²clara.hetty@uajy.ac.id

ABSTRAK

Perkembangan web forum yang pesat pada saat ini dapat mendorong berbagai individu untuk membangun sebuah kelompok, misalnya komunitas. Komunitas adalah sekelompok orang yang saling berbagi lingkungan, perhatian, masalah, serta memiliki ketertarikan atau kegemaran yang sama terhadap suatu topik, dan dapat memperdalam pengetahuan serta keahliannya dengan saling berinteraksi secara terus menerus. Masalah-masalah yang sering di hadapi dalam komunitas yang berhubungan dengan media sosial adalah kurang memanfaatkan media sosial lain dalam mempromosikan komunitasnya dan maraknya artikel-artikel hoax di dalam komunitas. Berawal dari masalah komunitas tersebut konsep Pengabdian Pada Masyarakat ini disusun. Kegiatan pengabdian masyarakat ini menyasar komunitas dengan sampel satu mitra, yaitu komunitas Big Bike Yogyakarta yang merupakan salah satu komunitas motor di Yogyakarta. Kegiatan ini akan dilakukan dalam jangka waktu enam bulan. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk menangkal berita hoax, sehingga anggota komunitas dapat menyaring artikel mana yang baik dan artikel yang hoax. Pada pengabdian masyarakat ini komunitas dibimbing bagaimana cara memajukan komunitas melalui media sosial agar komunitas lebih dikenal dengan kegiatan positif dan dapat menambah anggota komunitas.

Kata-kata kunci: *komunitas, media sosial, hoax*

PENDAHULUAN

Perkembangan ilmu pengetahuan yang semakin pesat mendorong berkembangnya berbagai Teknologi Informasi di berbagai sektor, misalnya sektor komunikasi. Perkembangan yang pesat dalam sektor komunikasi saat ini sangat berpengaruh pada kehidupan masyarakat, misalnya internet. Saat ini internet telah tumbuh menjadi sedemikian besar dan berdaya sebagai alat informasi dan komunikasi yang tak dapat diabaikan. Dengan bermodalkan koneksi internet, masyarakat bisa mengakses informasi dan berkomunikasi dengan orang lain secara online.

Mengakses internet saat ini sudah menjadi rutinitas masyarakat. Tidak hanya dengan menggunakan komputer/laptop saja tetapi dapat mengaksesnya melalui handphone dengan berbagai kemudahan yang ditawarkan oleh sejumlah provider telepon selular. Saat ini masyarakat tidak hanya menggunakan internet untuk berinteraksi dengan orang lain, namun juga

menggunakannya sebagai sebuah sarana sosialisasi, membentuk hubungan yang lebih bertahan lama, bahkan malah dapat berkembang secara nyata di dalam kehidupan sosial. Dengan berbagai macam kegunaan yang dimilikinya, internet pada saat ini menjadi kebutuhan yang sangat penting bagi masyarakat di dunia. Berawal dari kebutuhan masyarakat akan akses informasi serta komunikasi dengan orang lain, maka lahirlah media sosial yang membantu masyarakat dalam mengakses informasi serta berkomunikasi dengan orang lain. Media sosial adalah media yang dimanfaatkan oleh individu supaya menjadi sosial secara online dengan cara berbagi isi, berita, foto dan sebagainya dengan orang lain (Taprial & Kanwar, 2012). Dengan menggunakan media online tersebut, komunikasi bisa lebih interaktif, masing-masing individu bisa berbagi informasi, berkomunikasi, dan aktivitas lainnya. Kehadiran media sosial semakin memudahkan manusia dalam berkomunikasi. Media baru seperti facebook, whatsapp, instagram, dan line pada akhirnya menjadi

media sosial yang sangat berguna bagi masyarakat. Melalui media sosial, pola komunikasi masyarakat tidak lagi terbatas oleh ruang dan waktu. Pengguna bisa mencari teman, saling berinteraksi, bertukar pendapat, berbagi komentar, mengirim file, berbagi informasi, dan sebagainya. Media sosial mempercepat arus komunikasi dengan mendorong kontribusi dan umpan balik dari semua orang yang tertarik, merupakan percakapan dua arah ketika membandingkan ke media tradisional karena media sosial terbuka untuk umpan balik dan partisipasi (KOÇAK & OYMAN, 2012). Penggunaan internet melalui media sosial telah menghadirkan sebuah web forum yang dapat membentuk suatu forum online. Layaknya forum diskusi, sebuah web forum dapat juga menampung ide, pendapat, dan segala informasi dari para anggotanya sehingga dapat saling berkomunikasi atau bertukar pikiran antara satu sama lainnya (Hermawan, 2009).

Perkembangan web forum yang pesat pada saat ini dapat mendorong berbagai individu untuk membangun sebuah kelompok, misalnya komunitas. Komunitas adalah sekelompok orang yang saling berbagi lingkungan, perhatian, masalah, serta memiliki ketertarikan atau kegemaran yang sama terhadap suatu topik, dan dapat memperdalam pengetahuan serta keahliannya dengan saling berinteraksi secara terus menerus (Wenger, Trayner, & de Laat, 2011). Komunitas juga dapat diartikan sebagai kelompok khusus dari orang-orang yang tinggal dalam wilayah tertentu yang memiliki kebudayaan dan gaya hidup yang sama, sadar sebagai satu kesatuan serta dapat bertindak secara kolektif dalam usaha mencapai suatu tujuan (Cohen, 1992).

Faktor yang mempengaruhi terbentuknya komunitas, berdasarkan empat faktor yaitu (Adi, 2008):

- 1) Keinginan untuk berbagi dan berkomunikasi antar anggota sesuai dengan kesamaan minat.
- 2) Basecamp atau wilayah tempat dimana mereka biasa berkumpul.
- 3) Berdasarkan kebiasaan dari antar anggota yang selalu hadir.

- 4) Adanya orang yang mengambil keputusan atau menentukan segala sesuatunya.

Manusia sebagai individu merupakan penggerak dari jalannya organisasi dalam sebuah komunitas. Faktor individu sebagai penggerak awal suatu tindakan pada suatu kesatuan kumpulan yang terorganisir (Morissan, 2013). Pernyataan tersebut memberikan penjelasan bahwa dalam suatu sistem organisasi pada komunitas membutuhkan komunikasi efektif untuk membangun kesatuan komunitas. Media sosial dengan karakteristik komunikasi interaktif dimana pelaku komunikasi dalam media ini dapat menjadi prosumer yaitu para generasi muda pengguna media bisa menjadi produsen sekaligus konsumen dalam kegiatan penyampaian informasi (Astuti, 2011).

Masalah-masalah yang sering di hadapi dalam komunitas yang berhubungan dengan media sosial misalnya ada anggota yang mengirimkan artikel-artikel hoax yang tentunya artikel-artikel tersebut sangat mengganggu bagi anggota komunitas lain dan dapat memberikan citra buruk bagi komunitas jika artikel tersebut berbau hoax. Masalah lain dalam komunitas ini yaitu kurangnya promosi komunitas. Anggota komunitas kurang memanfaatkan media sosial lain dalam mempromosikan komunitasnya karena hanya menggunakan media sosial Instagram dalam hal promosi, sehingga promosi menjadi tidak maksimal.

Berdasarkan situasi dan kondisi diatas, maka konsep Pengabdian Masyarakat ini disusun. Program ini disusun untuk memberikan solusi dalam bentuk pengetahuan dan pelatihan yang bertujuan untuk menangkal berita hoax, sehingga anggota komunitas dapat menyaring mana artikel yang baik dan mana artikel yang hoax. Selain itu juga dari pengabdian masyarakat ini komunitas akan dibimbing bagaimana cara memajukan komunitas dengan menambah media sosial untuk mempromosikan komunitas seperti youtube, facebook dan twitter agar komunitas lebih dikenal dengan kegiatan positif dan dapat menambah anggota komunitas. Sasaran untuk kegiatan ini adalah untuk memberi pengarahan kepada komunitas motor besar yang bernama Big Bike Yogyakarta untuk memajukan komunitasnya. Big Bike Yogyakarta adalah

suatu komunitas motor yang didirikan dengan maksud dan tujuan untuk mengembangkan minat dan hobi bersama dengan positif, pengembangan karakter dan kepribadian yang positif.



Gambar 1. Kegiatan Rutin Big Bike

BAHAN DAN METODE

Pengabdian pada masyarakat ini akan dilakukan dengan melibatkan beberapa mahasiswa Fakultas Teknologi Industri dengan melakukan sejumlah aktivitas yang berkaitan, yaitu pengumpulan data, Implementasi dan Pelatihan penggunaan Media Sosial, evaluasi dan penulisan laporan serta publikasi.

Pengumpulan data dilakukan dengan tujuan agar bisa mengerti dan memahami masalah-masalah apa saja yang sedang dihadapi oleh komunitas Big Bike Yogyakarta. Selain untuk mencari masalah-masalah yang ada, pengumpulan data juga dilakukan untuk mencari kekurangan dalam bidang teknologi informasi yang ada dalam komunitas Big Bike Yogyakarta seperti minimnya pengetahuan anggota untuk mengembangkan komunitas melalui media sosial dan kurangnya pemahaman menggunakan media sosial yang baik dan benar. Pengumpulan data dilakukan sebanyak 3 kali dengan beberapa metode, yaitu:

1. Observasi secara langsung, dengan mendatangi langsung dan melihat bagaimana keadaan komunitas secara lebih dekat.
2. Diskusi dengan Pengurus Big Bike Yogyakarta, melakukan wawancara dengan mengadakan tanya jawab secara langsung/tatap muka ke pada sebagian member komunitas Big Bike Yogyakarta untuk bisa mendapatkan informasi secara jelas dan mendetail.

Pelatihan dan penyuluhan yang ditujukan kepada para anggota komunitas Big Bike Yogyakarta mengenai media sosial bagi komunitas untuk bisa menggunakannya dengan maksimal dan bertanggung jawab. Kegiatan ini diadakan untuk menjawab permasalahan pada aspek edukasi, ekonomi dan aspek budaya. Penyuluhan dan pelatihan ini akan dilakukan sebanyak 6 kali dengan beberapa materi penyuluhan/ pelatihan mencakup:

- a. Pengetahuan tentang media sosial dan bagaimana menyaring berita hoax
- b. Manfaat penggunaan media sosial untuk promosi komunitas
- c. Cara promosi menggunakan media sosial
- d. Membuat konten video komunitas untuk media youtube
- e. Membuat foto untuk media sosial

Tahap evaluasi akan dilakukan sebanyak 1 kali dengan melakukan evaluasi terhadap kegiatan pengabdian yang telah dilakukan. Evaluasi ini dilakukan untuk mengevaluasi kinerja yang telah dilaksanakan pada pengabdian yang sudah berjalan, diharapkan dengan adanya evaluasi para anggota dapat mengoreksi kinerja yang telah dilakukan sehingga ke depannya lagi dapat bisa menghadirkan acara yang lebih baik lagi.

HASIL DAN DISKUSI

Tahap pertama yang dilakukan adalah dengan melakukan wawancara ke komunitas. Dari wawancara didapat beberapa kesimpulan antara lain komunitas membutuhkan media promosi tentang kegiatan-kegiatan komunitas, anggota komunitas belum memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan komunitasnya, maraknya berita-berita hoax yang beredar di komunitas. Untuk dapat membantu komunitas tersebut maka team menyusun sebuah penyuluhan dan pelatihan kepada komunitas untuk dapat mengembangkan media sosial yang ada dan membantu anggota komunitas dalam menyeleksi berita-berita yang beredar.

Waktu dan pelaksanaan kegiatan penyuluhan dan pelatihan bertempat di pendopo rumah makan Kebon Ndelik Jombor. Penyuluhan dilakukan oleh mahasiswa

Fakultas Teknologi Industri (FTI) Universitas Atma Jaya Yogyakarta, mereka melakukan penyuluhan mengenai manfaat media sosial dan bagaimana cara memaksimalkan media sosial sebagai media promosi. Gambar 2 dan 3 menunjukkan penyuluhan yang dilakukan oleh mahasiswa FTI. Selain itu mereka juga melakukan penyuluhan bagaimana menyaring berita-berita hoax. Anggota komunitas diharapkan jangan dengan mudahnya melakukan sharing berita tanpa mengecek dulu kebenaran berita tersebut. Pada awal penyuluhan diketahui bahwa anggota komunitas belum menggunakan media sosial dengan maksimal untuk mempromosikan komunitasnya. Setelah dilakukan Penyuluhan anggota komunitas dapat lebih memahami manfaat dan cara mempromosikan komunitasnya di media sosial. Anggota komunitas memahami tips dan trik untuk memaksimalkan media sosial.

Untuk dapat menarik minat masyarakat umum dan calon anggota komunitas, maka pengabdian ini juga memberikan pelatihan bagaimana membuat konten video komunitas untuk media youtube dan membuat foto untuk media sosial. Komunitas Big Bike diajarkan untuk membuat konten video dan editing video agar video dapat diupload melalui media sosial. Teknik pengambilan foto yang baik dan bagus juga diberikan ke komunitas Big Bike.



Gambar 2. Kegiatan Penyuluhan



Gambar 3. Kegiatan Penyuluhan

KESIMPULAN

Berdasarkan Pelatihan Penggunaan Media Sosial Untuk Memajukan Komunitas Big Bike Yogyakarta yang sudah dilaksanakan dapat disimpulkan bahwa masih banyak anggota dari Komunitas Big Bike Yogyakarta yang belum mengerti cara memaksimalkan Media Sosial dengan baik dan benar agar komunitasnya bisa berkembang dengan lebih baik. Anggota komunitas juga masih belum dapat menyeleksi berita-berita hoax. Oleh karena itu dengan diadakannya pelatihan ini sangat membantu bagi anggota Komunitas Big Bike Yogyakarta untuk bisa memaksimalkan penggunaan media sosial yang ada serta dapat membantu anggota komunitas dalam membedakan mana berita yang benar dan berita hoax. Hal ini tentunya berdampak baik bagi anggota komunitas dikarenakan anggota komunitas akan menjadi lebih paham tentang cara promosi di media sosial, tips dan trik untuk memaksimalkan media sosial sebagai media promosi bagi komunitas, dan hal-hal yang tidak boleh dilakukan jika akan mempromosikan media sosial. Dengan adanya kegiatan seperti ini ke depannya komunitas Big Bike Yogyakarta bisa lebih berkembang lagi untuk memajukan komunitasnya sehingga lebih dikenal di masyarakat luas.

DAFTAR PUSTAKA/RUJUKAN

- Adi, I. (2008). *Intervensi Komunitas Pengembangan Masyarakat Sebagai Upaya Pemberdayaan Masyarakat*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Astuti, P. (2011). *Remaja Digital: Learn, Play, Socialize, Participate*. Surakarta: Program Studi Ilmu

- Komunikasi Universitas Muhammadiyah
Surakarta.
- Cohen, B. J. (1992). *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta:
PT. Rineka Cipta.
- Hermawan, C. W. (2009). *Cara Mudah Membuat
Komunitas Online dengan PHPBB*. Yogyakarta:
ANDI.
- KOÇAK, N. G., & OYMAN, M. (2012, November).
Social Media Usage Behaviors of Individuals: An
Application in Eskişehir. *International Journal of
Business and Social Science*, 3(22).
- Morissan. (2013). *Teori Komunikasi Individu Hingga
Massa*. Jakarta:: Kencana Prenada Media Group.
- Taprial, V., & Kanwar, P. (2012). *Understanding Social
Media*. London: Ventus Publishing ApS.
- Wenger, E., Trayner, B., & de Laat, M. (2011). Promoting
and assessing value creation in communities and
networks: A conceptual framework.