

Pelatihan Perancangan Komunikasi Visual Pada Media Sosial Resmi Organisasi Di Balai Pengelola Transportasi Darat Wilayah VII Provinsi Sumatera Selatan Dan Bangka Belitung

***Yosef Yulius, Bobby Halim, Imelda Saluza**

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Indo Global Mandiri. Jl. Jend Sudirman KM.4
No. 629. Palembang - Sumatera Selatan 30129

*Corresponding Author e-mail: yosef_dkv@uigm.ac.id

Abstrak

Seiring meningkatnya perkembangan teknologi informasi, proses berkomunikasi haruslah mengikuti perkembangan jaman. Penyaluran informasi dari komunikator kepada komunikan mengalami perubahan, media baru dengan koneksi internet mulai bermunculan tidak hanya sebagai media hiburan namun dipakai sebagai media untuk bersosialisasi. Hal tersebut secara tidak langsung membuat para penggiat organisasi turut serta menggunakan media sosial sebagai media informasi. Proses perancangan media sosial ini menjadi problematika organisasi karena tidak semua sumberdaya manusia yang dimiliki memiliki kemampuan merancang yang baik secara grafis, visual dan verbal. Maka dari itu pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan sebagai bentuk pemecahan masalah yang dialami mitra yakni Balai Pengelola Transportasi Darat Wilayah VII (BPTD VII) dengan mengadakan pelatihan perancangan komunikasi visual pada media sosial organisasi resmi dengan narasumber dari bidang desain komunikasi visual. Dalam pelatihan ini jumlah peserta yang dilibatkan berjumlah 40 orang staff kehumasan dari BPTD VII yang dimana 85% peserta belum menguasai kemampuan desain komunikasi visual dan grafis. Metode yang dipakai dalam pengabdian ini menggunakan metode *design thinking* lima tahap yaitu *emphatize*, *define*, *ideate*, *prototype* dan *test*. Metode ini dianggap efektif sebagai pemecah masalah dari suatu perancangan visual dengan harapan kegiatan ini mampu memberikan edukasi terhadap peserta agar mampu menciptakan konten media sosial yang baik, kreatif dan estetis secara visual maupun verbal sebagai sarana informasi yang tepat dan mudah diterima di masyarakat. Secara teknis peserta mendapatkan peningkatan kemampuan kreatif dalam menggunakan aplikasi desain grafis diatas 70% dengan nilai kebermanfaatan di angka 83%. Semoga pelatihan ini dapat dilaksanakan secara berkelanjutan agar mampu meningkatkan kualitas dari konten media sosial yang selalu berkembang mengikuti perkembangan jaman.

Kata Kunci: Media Sosial, Desain Komunikasi Visual, Konten Media Sosial, Media Informasi

Visual Communication Design Training on Organizational Official Social Media at the Region VII Land Transportation Management Center in South Sumatra and Bangka Belitung Provinces

Abstract

Along with the increasing development of information technology, the communication process must keep up with the times. The distribution of information from communicators to communicants has changed, new media with internet connections have begun to emerge not only as entertainment media but are used as media for socializing. This indirectly makes organizational activists participate in using social media as a medium of information. The process of designing social media is an organizational problem because not all human resources have the ability to design well graphically, visually and verbally. Therefore this community service is carried out as a form of solving problems experienced by partners, namely BPTD VII by holding training on visual communication design on official organizational social media with resource persons from the field of visual communication design. In this training the number of participants involved was 40 public relations staff from BPTD VII where 85% of the participants had not mastered visual and graphic communication design skills. The method used in this service uses a five-stage design thinking method, namely *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype* and *test*. This method is considered effective as a problem solver of a visual design with the hope that this activity will be able to educate participants so that they are able to create good, creative and aesthetically pleasing social media content both visually and verbally as a means of accurate information and easily accepted in society. Technically the participants get an increase in creative ability in using graphic design applications above 70% with a usefulness value of 83%. Hopefully this training can be carried out on an ongoing basis so as to be able to improve the quality of social media content which always evolves with the times.

Keywords: Social Media, Visual Communication Design, Social Media Content, Information Media

How to Cite: Yulius, Y., Halim, B., & Saluza, I. (2023). Pelatihan Perancangan Komunikasi Visual Pada Media Sosial Resmi Organisasi Di Balai Pengelola Transportasi Darat Wilayah VII Provinsi Sumatera Selatan Dan Bangka Belitung . *Lumbung Inovasi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(2), 197–208. <https://doi.org/10.36312/linov.v8i2.1204>



<https://doi.org/10.36312/linov.v8i2.1204>

Copyright© 2023, Yulius et al

This is an open-access article under the [CC-BY-SA](#) License.



LATAR BELAKANG

Komunikasi merupakan suatu proses pengiriman informasi dari satu pihak kepada pihak lain dalam mendapatkan tujuan tertentu. Komunikasi dapat dikatakan efektif apabila di dalam prosesnya terjadi arus Informasi dua arah, yaitu dengan munculnya tanggapan balik dari pihak penerima pesan (Sutirman, 2015). Dalam Era Digital 4.0 suatu proses komunikasi harus menyesuaikan dengan perkembangan teknologi, karena hal tersebut secara tidak langsung akan memberikan dampak terhadap perubahan global dan signifikan bagi pola hidup masyarakat, salah satunya adalah proses komunikasi melalui media massa (Tambunan, 2018). Media Sosial adalah sebuah piranti digital yang digunakan dengan menggunakan internet yang dalam prosesnya penyampaian informasi dapat diberikan dan diterima secara langsung tanpa dibatasi jarak. (Yulia, 2018). Media sosial merupakan salah satu media massa / media komunikasi yang paling banyak dipakai dan diminati di Indonesia pada saat ini, hal ini dikarenakan proses penggunaannya yang mudah dengan biaya yang minim serta efektif dan efisien (Priselie & Paramita, 2022). Jenis-jenis media sosial yang saat ini paling banyak digunakan adalah Instagram, Facebook, Tiktok, dan Youtube.

Komunikasi dalam media sosial harus dilakukan dengan persuasif, maka dari itu diperlukan strategi dalam berkomunikasi yang mampu membangun pemahaman masyarakat terhadap suatu pemikiran ide maupun gagasan. Faktor yang diperlukan dalam membangun strategi komunikasi meliputi tujuan berkomunikasi, segmentasi khalayak, metode penyampaian pesan, media, dan peranan komunikator (Priselie & Paramita, 2022, p. 164). Berdasarkan hal tersebut ada beberapa hal yang menjadi fokus perhatian dan temuan yang didapati oleh mitra BPTD VII sebagai permasalahan yakni bagaimana merancang suatu media sosial yang baik secara grafis, visual dan verbal yang komunikatif dan interaktif. Komunikasi dan visual merupakan hal yang tidak bisa dipisahkan dalam konten media sosial, hal ini didukung dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh M. Putri Anggoro (2020) yang menyatakan bahwa variabel komunikasi dan variabel visual memiliki nilai yang tinggi terhadap faktor keberhasilan suatu proses penyampaian informasi. Indikator yang mempengaruhi keberhasilan variabel komunikasi meliputi bagaimana cara menanggapi, cara menjawab, tanggapan jelas dan mudah dipahami, serta penggunaan bahasa yang ramah. Pada variabel visual, indikator yang mempengaruhi keberhasilan media sosial meliputi isi gambar, bahasa yang jelas dan informasi yang sesuai.

Berdasarkan hal tersebut, diperlukan adanya suatu peningkatan kualitas media komunikasi resmi suatu organisasi yang pada studi kasus ini adalah BPTD VIII yang meliputi permasalahan seperti 1) permasalahan akan pemahaman akan target sasaran (audiens), 2) permasalahan tentang berfikir kreatif/proses mencari ide dan gagasan 3) pemilihan jenis media sosial yang akan dipakai, 4) pemahaman akan desain komunikasi visual / desain grafis, 5) pemahaman akan software aplikasi desain dan editing. Hal ini dikarenakan tidak semua sumberdaya manusia yang dimiliki dalam organisasi memiliki kemampuan merancang yang baik secara grafis, visual dan verbal. Sebagai solusi dalam menyelesaikan problematika diatas maka BPTD VII

mengadakan suatu Pelatihan Perancangan Komunikasi Visual Pada Media Sosial yang terangkum dalam kegiatan besar Bimtek Kehumasan 2022 dengan peserta staff Humas BPTD VII.

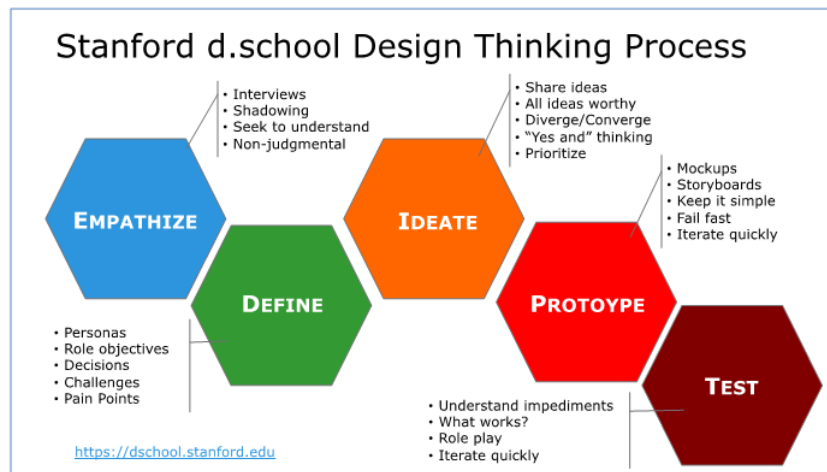
Pendekatan desain komunikasi visual dipakai karena cabang keilmuan ini adalah suatu pemecah masalah yang mencakup bidang komunikasi dan visual. Desain komunikasi visual merupakan suatu cabang ilmu yang mempelajari dasar konsep komunikasi serta ungkapan kreatif melalui media-media dalam menyampaikan pesan dan gagasan secara visual dengan mengolah elemen-elemen grafis berupa bentuk dan gambar, tatanan huruf, serta komposisi warna dan tata letak. Sehingga suatu gagasan dan ide dapat diterima oleh khalayak sasaran sebagai penerima pesan". (Kusrianto, 2007). Metode yang dipakai dalam proses pelaksanaan kegiatan pelatihan ini adalah metode *design thinking* yang akan disajikan secara sederhana dan berfokus pada aspek komunikasi dan visual baik secara teori dan teknis praktik dengan aplikasi desain grafis komputer maupun *smartphone*.

Target dan capaian yang ingin diraih dari pelatihan ini adalah memberikan edukasi secara keilmuan dan kemampuan teknis kepada staff Humas BPTD VII agar dapat merancang suatu konten media sosial yang baik sebagai sarana media informasi berdasarkan aspek komunikasi dan visual, serta staff BPTD VII mampu menguasai aplikasi grafis baik itu dalam komputer maupun *smartphone* seperti *adobe illustrator*, *adobe photoshop*, *canva*, *capcutz*, dan media editing langsung di *instagram*. Capaian yang didapatkan dari pelatihan ini adalah mayoritas staff BPTD VII antusias selama mengikuti pelatihan. Diharapkan pelatihan dapat dilaksanakan secara berkelanjutan agar mampu meningkatkan kualitas dari konten media sosial yang selalu berkembang mengikuti perkembangan jaman baik itu dari sisi aplikasi, kemajuan teknologi, perkembangan komunikasi, dan perkembangan trend gaya desain dari khalayak sasaran.

Berdasarkan capaian tersebut maka dapat diuraikan tujuan dari pengabdian masyarakat ini adalah: 1) setiap organisasi menjadi memahami akan pentingnya pengetahuan tentang ilmu desain komunikasi visual dalam suatu perancangan media komunikasi, 2) organisasi wajib memiliki divisi desain grafis yang lebih spesifik dalam sub organisasi yang menaungi bidang penyampaian informasi. 3) organisasi harus membuka diri terhadap perkembangan media sosial sebagai media komunikasi yang selalu berkembang sesuai trend di masyarakat, 4) organisasi harus mampu menyesuaikan kebutuhan pendukung terkait perancangan media komunikasi visual baik dari sisi aplikasi *software* desain grafis, dan perangkat keras penunjang desain grafis seperti komputer, dan kamera.

METODE PELAKSANAAN

Metode yang dipakai dalam kegiatan pengabdian ini yaitu metode *Design Thinking*. Metodologi dapat dikatakan sebagai ilmu tentang cara atau tahapan dalam menganalisa sesuatu yang baru (Negoro., 1990, p. 45). Maka dari itu metode bisa diartikan sebagai suatu cara atau tahapan-tahapan yang dilakukan untuk menyelesaikan suatu permasalahan yang telah dirumuskan (Patriansah & Yulius, 2021, p. 61). Metode *design thinking* adalah metode yang digunakan dalam suatu pemecahan masalah, yang pada pelaksanaannya *design thinking* bersifat *human centered* atau terpusat pada manusia.



Gambar 1. Alur Metode *Design Thinking*

Setiap proses *design thinking* berasal dan ditujukan pada manusia. Dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat ini, metode *design thinking* yang dipakai merupakan metode *design thinking* lima (5) tahap yang digagas oleh Tim Brown sebagai istilah di Harvard Business Review yang lalu dikembangkan oleh Stanford d.school. (Yulius & Pratama, 2021, p. 112). Permasalahan yang dirumuskan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah diperlukannya peningkatan kreatifitas, wawasan, dan teknik pengolahan komunikasi visual dalam membuat sebuah karya konten media sosial dalam sebuah media sosial organisasi resmi di Balai Pengelola Transportasi Darat Wilayah VII (BPTD VII) oleh staff kehumasan yang mengurus bidang promosi dan publikasi informasi. Kegiatan pengabdian kepada staff kehumasan BPTD VII dibagi dalam lima tahapan metode *design thinking* yakni *Emphatize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype* dan *Test*. Adapun rincian dari metode yang digunakan adalah sebagai berikut :

Emphatize (Persiapan awal, proses pengenalan dan pemahaman permasalahan)

Sebagai bentuk awal pelaksanaan pengabdian masyarakat, tim pengabdian Universitas Indo Global Mandiri melakukan pendekatan dengan mitra yakni BPTD VII guna mengetahui hal apa yang menjadi problematika dalam organisasi yang bisa tim bantu sesuai dengan bidang keilmuan yang dimiliki. Hal ini merupakan bagian dari observasi awal yang pada akhirnya ditemukan topik pengabdian akan berfokus pada bagaimana merancang media sosial organisasi resmi yang baik dan komunikatif berlandaskan bidang ilmu desain komunikasi visual. Pada tahapan selanjutnya tim pengabdian dan mitra menentukan jadwal kegiatan, kebutuhan sarana dan prasarana, lokasi hingga materi yang akan disampaikan pada kegiatan pengabdian masyarakat. Kegiatan pengabdian akan dilaksanakan dalam bentuk Pelatihan Perancangan Komunikasi Visual Pada Media Sosial Resmi Organisasi Di Balai Pengelola Transportasi Darat Wilayah VII (BPTD VII) Provinsi Sumatera Selatan Dan Bangka Belitung selama dua hari yaitu pada tanggal 13 s/d 14 September 2022 yang dikolaborasikan dengan kegiatan Bimtek Kehumasan dan akan dihadiri oleh 30 peserta bagian humas dan promosi. Pelaksanaan kegiatan pengabdian berlangsung di Hotel Algoritma Palembang.

Define (Proses Analisa Data dan Brainstorming)

Tahapan Pelaksanaan berikutnya di hari pertama kegiatan pengabdian masyarakat ini, tim pengabdian menyampaikan materi dasar berupa teori komunikasi visual dan pengenalan media sosial dalam bentuk presentasi pada sesi pertama di

hari pertama. Secara keseluruhan, materi yang disampaikan lebih berfokus kepada bagaimana bidang keilmuan desain komunikasi visual hadir dan diperlukan pada setiap detail media promosi baik itu media promosi konvensional hingga media promosi digital. Desain Komunikasi Visual merupakan suatu acuan dasar yang bisa menjadikan suatu media promosi itu menjadi baik tidak hanya dalam bentuk grafis, namun dalam bentuk penyampaian informasi. Materi ini mengajarkan peserta bahwa pengemasan media informasi haruslah kreatif dan inovatif, berkembang dan mampu mengikuti kebutuhan target sasaran. Selain itu dalam sesi di hari pertama, peserta juga diajarkan tentang jenis-jenis media terbaik yang bisa dipakai sebagai media promosi digital yang pada sesi selanjutnya. Pada Akhirnya pada sesi ini diakhiri dengan sesi diskusi dan tanya jawab untuk memberikan *problem solving* atas permasalahan yang peserta alami langsung selama berada dalam jabatan humas. Metode diskusi juga secara tidak langsung akan membuka wawasan dasar secara teoritis dan memberikan stimulus untuk kegiatan di sesi pengabdian masyarakat selanjutnya.

Ideate (Proses Penyusunan Konsep Kreatif dan Konsep Media)

Pada sesi kedua ini, tim pengabdian mulai masuk kedalam metode pelatihan penyusunan konsep kreatif dan konsep media yang dimana para peserta akan diarahkan untuk melakukan observasi dari beberapa referensi yang tim perlihatkan. Tim pengabdian memperlihatkan beberapa contoh media promosi yang sudah terpublish di masyarakat mulai dari media konvensional hingga media digital mulai dari yang terburuk hingga terbaik. Dalam sesi ini para peserta diminta untuk melakukan review dan observasi menggunakan analisis SWOT, dan menuliskannya kedalam kertas untuk selanjutnya dapat disampaikan kekurangan dan kelebihan media yang diperlihatkan, dengan harapan para peserta menjadi peka terhadap bagaimana merancang media sosial yang baik di sesi selanjutnya. Materi berikutnya pada sesi ini, peserta diarahkan untuk membuat kerangka gagasan terkait topik media yang akan diangkat menjadi sebuah media. Topik tersebut harus berhubungan dengan ruang lingkup organisasi yakni pada bidang sosialisasi transportasi darat. Peserta diarahkan untuk membuat mind mapping, menemukan masalah, pembentukan big idea, penyusunan gagasan kreatif melingkupi bentuk visualisasi yang akan dihadirkan dalam bentuk verbal dan non verbal, gaya desain, dan pemilihan media. Metode yang dilakukan pada sesi ini bertujuan untuk membuka ruang pemikiran gagasan baik dari konsep kreatif hingga konsep media untuk selanjutnya dapat diimplementasikan menjadi sebuah karya media sosial pada pertemuan di esok hari.

Prototype (Proses Perancangan Media Sosial)

Setelah pada hari sebelumnya para peserta kegiatan pengabdian diberikan wawasan akan teori dasar desain komunikasi visual dan pelatihan penyusunan konsep kreatif dan konsep media, pada kesempatan sesi satu di hari ke dua ini, peserta akan diarahkan untuk mencoba membuat konten media sosial instagram berbasis foto dan video, yang dimana peserta dibebaskan untuk membuat konten dalam bentuk feed instagram ataupun reels instagram berdurasi satu menit. Proses pembuatan konten dibantu dan dibimbing secara langsung oleh tim pengabdian dan panitia yang telah *dibriefing* sebelumnya. Dalam proses ini, para peserta sangat antusias dan mampu mengimplementasikan konsep kreatif dan konsep media kedalam sebuah karya yang menarik dan interaktif.

Test (Publikasi dan Evaluasi)

Setelah karya dalam bentuk konten media sosial Instagram selesai dibuat pada sesi sebelumnya, di sesi ini setiap peserta diarahkan untuk mempublikasikan konten tersebut di profil instagram masing-masing peserta. Proses ini dilakukan agar setiap peserta dapat melihat tanggapan dan reaksi netizen, serta jumlah viewers dari konten yang mereka buat. Setelah itu, setiap peserta diarahkan untuk melakukan evaluasi terkait konten yang telah mereka posting dengan durasi tertentu untuk mengetahui kekurangan apa saja yang perlu diperbaiki dari karya yang sudah di buat, agar setelah kegiatan ini berakhir para peserta mampu membuat karya konten media sosial yang lebih baik pada media sosial resmi Balai Pengelola Transportasi Darat Wilayah VII (BPTD VII) Provinsi Sumatera Selatan Dan Bangka Belitung seperti youtube, instagram, tik tok, dan facebook.

Kerangka Metode Pengabdian



Gambar 3. Kerangka Pengabdian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Emphasize Result (Hasil dari Persiapan awal, proses pengenalan dan pemahaman permasalahan)

Target utama dari proses awal ini adalah mendapatkan topik pengabdian untuk selanjutnya dapat dibuat materi kegiatan, serta menentukan kebutuhan sarana prasarana kegiatan pengabdian masyarakat ini. Pada proses ini, tim pengabdian melakukan survei singkat kepada panita untuk mendapatkan data dasar calon peserta yakni karyawan bidang kehumasan BPTD VII terkait sejauh mana wawasan dan konten yang pernah dibuat dan pernah diposting/dipublikasikan, dengan harapan kegiatan pengabdian ini mampu menunjang keterampilan dan peningkatan kualitas hasil karya dari konten media sosial organisasi resmi kedepannya. Adapun kendala yang ditemukan adalah minimnya pengetahuan, keterampilan, dan kreatifitas dari peserta dalam membuat konten media sosial yang menarik dan kreatif, termasuk minimnya pemahaman menggunakan aplikasi editing pembuatan konten. Pada tahapan ini disepakati materi yang akan dipresentasikan berupa slide presentasi PDF dan contoh referensi desain. Materi akan dibagi menjadi empat sesi, dua sesi di hari pertama terkait pemahaman teori dasar, dan dua sesi di hari kedua terkait perancangan karya dan publikasi karya. Sarana prasarana yang digunakan meliputi proyektor, perangkat laptop, kamera, smartphone berbasis android/IOS.



Gambar 4. Pembukaan Kegiatan Pelatihan Perancangan Komunikasi Visual Pada Media Sosial Resmi Organisasi BPTD VII

Define Result (Hasil Proses Analisa Data dan Brainstorming)

Tahapan ini merupakan sesi pertama yang dijalankan di hari pertama. Sesi ini dilakukan dengan cara ceramah serta berdiskusi. Proses ceramah serta diskusi adalah suatu langkah/proses yang dilakukan dengan cara pemaparan materi dan tanya jawab. Ceramah dan diskusi dilaksanakan pada hari pertama kegiatan. Kombinasi dari ceramah serta diskusi secara tidak langsung memberikan dampak yang signifikan untuk memotivasi dan menjadikan peserta lebih aktif dalam proses pemahaman materi (Ita Chairun Nissa, Masjudin, 2021). Indikator keberhasilan umum dari tahapan ceramah ini adalah memberikan wawasan terkait pentingnya pemahaman akan ilmu desain komunikasi visual sebagai landasan perancangan media komunikasi yang kreatif dan inovatif terutama pada perancangan media promosi, baik itu konvensional dan digital. Indikator keberhasilan khusus pada tahapan ini adalah memberikan pemahaman secara teoritis terkait teknik komunikasi berbasis verbal dan visual mulai dari penentuan warna, gaya desain, tipografi, alur komunikasi, bentuk

interaktif dan layouting pada konten media sosial yang siap tayang/dipublikasikan yang setelahnya diadakan sesi tanya jawab.

Ideate Result (Hasil Proses Penyusunan Konsep Kreatif dan Konsep Media)

Pada sesi kedua di hari pertama ini, kegiatan pengabdian ditampilkan dalam bentuk pelatihan. Pertama-tama para peserta diberikan contoh-contoh karya konten media promosi yang sudah pernah terpublikasi sebelumnya baik itu media promosi konvensional maupun digital. Pada tahapan ini Indikator keberhasilan umum yang dicapai adalah para peserta menjadi tahu kekuatan, kekurangan, peluang, dan ancaman (SWOT) dari karya yang ditampilkan. Para peserta menjadi paham karya mana yang baik dan tidak baik, karya mana yang informatif dan yang tidak, serta karya mana yang layak terpublikasikan dan yang tidak. Indikator keberhasilan khusus pada tahapan ini adalah para peserta menjadi peka terhadap topik yang akan diangkat menjadi sebuah karya/konten media sosial dan memahami *target audience* secara mendalam akan kebutuhan informasi yang diharapkan, yang setelahnya bisa dituangkan kedalam suatu gagasan kreatif yang melingkupi bentuk visualisasi verbal, non verbal, dan gaya desain yang akan diimplementasikan kedalam proses pembuatan karya di sesi esok hari.



Gambar 5. Ceramah serta diskusi tim PKM dengan peserta PKM
Prototype Result (Hasil Proses Perancangan Media Sosial)

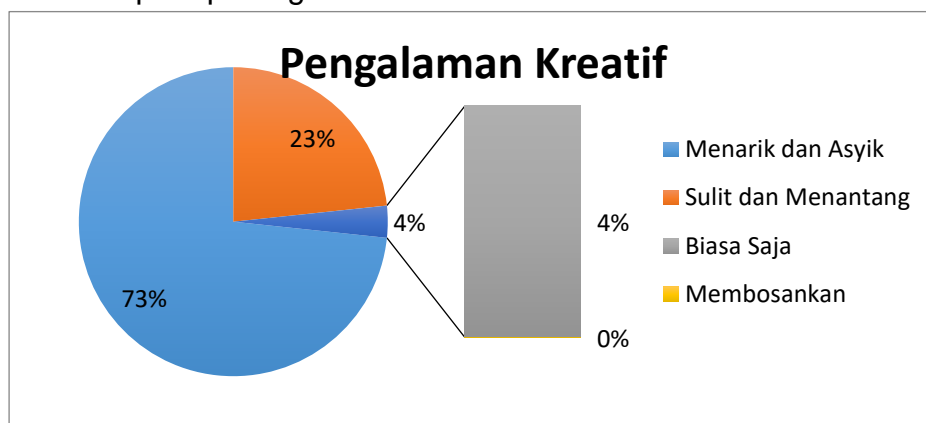
Tahapan ini merupakan sesi pertama di hari kedua. Pada tahapan ini peserta ditugaskan untuk merancang sebuah media informasi organisasi resmi BPTD VII berupa konten media sosial Instagram. Aplikasi Instagram dipilih karena digunakan oleh hampir seluruh peserta kegiatan. Selain itu Instagram memiliki banyak fitur untuk mengedit konten baik itu dalam bentuk foto maupun video dan *tools* yang dimiliki dirasakan sangat mudah dan familiar. Indikator keberhasilan umum pada tahapan ini adalah para peserta menjadi mampu untuk mencoba membuat karya berupa konten media sosial yang baik dan sesuai dengan kaidah-kaidah desain komunikasi visual baik dari konsep kreatif dan konsep media yang telah dipelajari di sesi sebelumnya. Indikator keberhasilan khusus dari tahapan ini adalah peserta menjadi mengerti bagaimana menyusun sebuah karya berupa konten media sosial yang estetik dan mendetail secara teknis, mulai dari teknik sudut/*angle* pengambilan gambar foto/video, proses *editing* layout, penggunaan filter, penulisan *script*, penambahan *effects*, *setting* audio, hingga proses rendering dengan menggunakan aplikasi pihak ketiga.



Gambar 6. Bimbingan dan Demonstrasi kepada peserta pelatihan
Test (Hasil Publikasi dan Evaluasi)

Tahapan ini merupakan tahapan terakhir dari keseluruhan kegiatan yang telah dijadwalkan. Pada kesempatan ini para peserta kegiatan ditugaskan untuk memposting/ membagikan karya konten media sosial yang telah dibuat pada profil instagram masing-masing peserta. Seluruh peserta diberikan waktu kurang lebih 60 menit untuk melihat interaksi dan respon dari *netizen* terkait konten yang mereka posting/publikasikan. Indikator keberhasilan umum yang tercapai adalah rata-rata konten *feed* Instagram yang dibuat mendapatkan jumlah *like* yang relatif lebih banyak dari postingan pribadi peserta sebelumnya. Dan untuk konten *reels* Instagram didapati jumlah like dan persentasi interaksi yang lumayan tinggi pada fitur polling dan tanya jawab. Indikator keberhasilan khusus yang dicapai dari sesi ini terlihat dari banyaknya postingan yang di *re-share* oleh netizen serta banyaknya komentar positif terkait konten yang diposting oleh para peserta kegiatan.

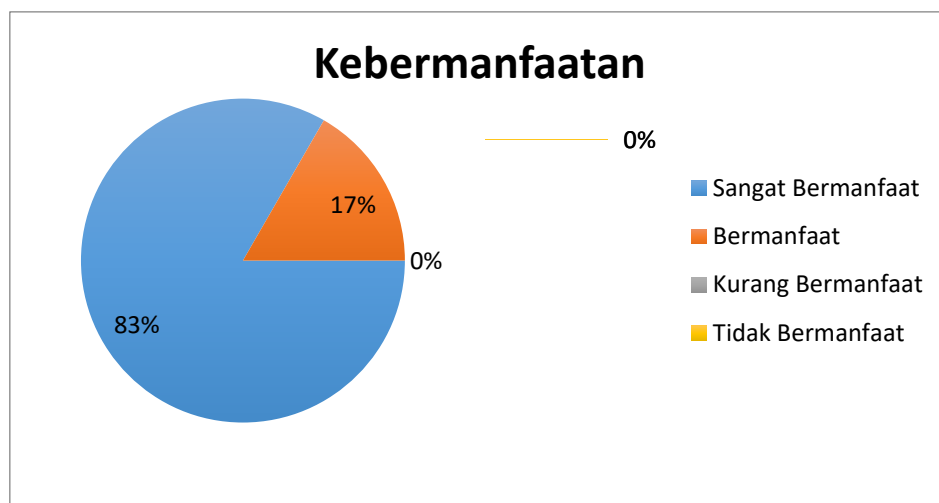
Pada tahapan ini juga ditemukan beberapa permasalahan dan kendala yang menjadi bahan evaluasi terkait proses perancangan karya hingga respon dari netizen sebagai *target audience* seperti kualitas gambar yang kurang jernih dikarenakan perbedaan kualitas kamera yang dimiliki oleh setiap peserta. Setelah permasalahan diketahui, seluruh karya ditinjau ulang oleh tim pengabdian dan pada akhirnya diberikan masukan kepada setiap peserta secara mendetail. Hal ini dilakukan agar setiap peserta mempunyai tolak ukur standar karya konten media sosial yang siap tayang. Dan menjelang akhir sesi, setiap peserta diarahkan untuk mengisi kuesioner melalui *google form*. Penyebaran kuesioner dilakukan untuk mengetahui respon dari setiap kegiatan yang telah dijalani seperti nilai kebermanfaatan, pengalaman kreatif, dan antusiasme seperti pada gambar di bawah.



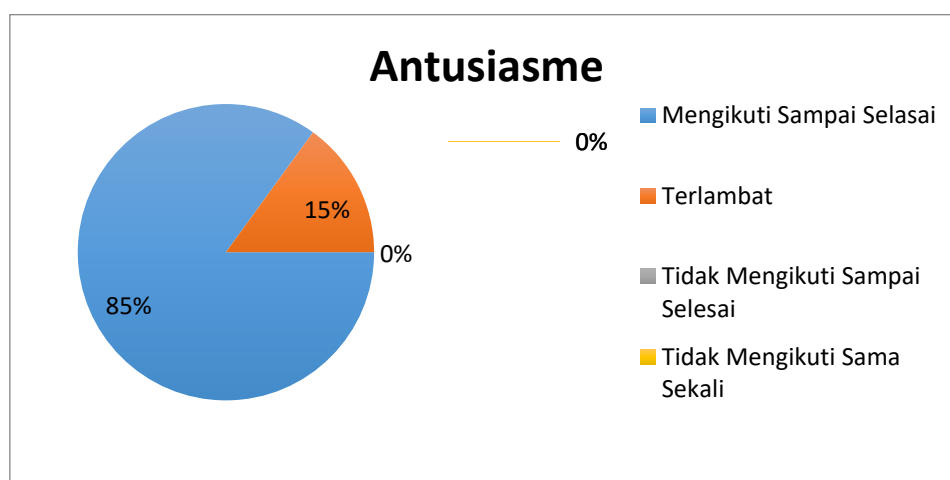
Gambar 7. Diagram Respon Kebermanfaatan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

Diagram diatas menjelaskan tentang pengalaman kreatif yang diterima peserta selama proses pelatihan meliputi proses diskusi terkait pencarian ide dan gagasan, pemetaan target sasaran, pemilihan media yang tepat, serta pelatihan perancangan konten media sosial memakai aplikasi desain grafis dengan hasil mayoritas peserta merasakan hal yang menarik dan asyik sebanyak 73%, peserta merasakan kesulitan namun merasa tertantang sebanyak 23% terutama saat menggunakan aplikasi berbasis videografi, dan 4% merasakan hal yang biasa-biasa saja. Secara keseluruhan proses tersebut di atas tidak membuat para peserta merasa bosan.

Berdasarkan nilai kebermanfaatan, dapat dilihat pada tabel berikutnya di gambar 8, bahwa mayoritas peserta merasakan pelatihan ini sangatlah bermanfaat, dikarenakan mayoritas peserta 83% masih belum memiliki pengetahuan tentang ilmu desain komunikasi visual baik secara teoritis dan praktik. Namun 17% diantaranya merasakan kecukupan manfaat, karena sudah memiliki pengalaman dan kemampuan dasar berupa bakat seni dan olah digital yang pernah dipelajari sebelumnya. Pada pelatihan ini tidak ditemukan peserta yang mengatakan bahwa kegiatan ini kurang bermanfaat atau tidak bermanfaat.



Gambar 8. Diagram Respon Pengalaman Kreatif Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat



Gambar 9. Diagram Respon Antusiasme Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

Pada hasil tingkat antusiasme diagram di atas, dapat disimpulkan bahwa mayoritas peserta mengikuti kegiatan sampai acara selesai sebanyak 85%, walaupun dalam prosesnya ditemukan ada beberapa peserta yang terlambat sebanyak 15%. Namun hal tersebut masih bisa diterima karena keterlambatan ditemukan atas alasan teknis.

KESIMPULAN

Secara keseluruhan rangkaian kegiatan pelatihan Pelatihan Perancangan Komunikasi Visual Pada Media Sosial Resmi Organisasi telah selesai dan terselenggara dengan baik sesuai dengan tujuan serta target capaian yang sudah ditentukan. Berdasarkan kusioner yang telah tersebar, mayoritas peserta pelatihan memberikan umpan balik yang positif. Hal ini terlihat dari tingginya persentase antusias peserta yang terlibat dalam pelatihan serta nilai manfaat pelatihan dalam menunjang proses pembuatan konten media sosial yang lebih baik. Dari sisi pengalaman kreatif, peserta pelatihan menjadi memiliki pengalaman baru dan mampu untuk mengeluarkan ide dan gagasan kreatif dalam membuat konten media sosial yang menggunakan aplikasi yang dipakai. Kesuksesan kegiatan ini tercipta atas kerjasama seluruh pihak yang terlibat mulai dari peserta pelatihan, mitra pengabdian dan tim pengabdian. Persiapan yang dilakukan oleh tim pengabdian Universitas Indo Global Mandiri (UIGM) merupakan salah satu faktor keberhasilan dari kegiatan pelatihan ini, yang telah melakukan pemetaan awal dalam penentuan topik permasalahan yang disesuaikan dengan kebutuhan pelatihan mitra pengabdian.

REKOMENDASI

Melalui pelatihan ini para staff kehumasan BPTD VII secara tidak langsung telah merasakan nilai manfaat baik berupa pengetahuan maupun teknis dalam merancang suatu konten media sosial yang menarik dan interaktif sebagai media informasi resmi organisasi. Kemampuan staff humas BPTD VII dalam menguasai proses perancangan media sosial menarik dari awal hingga akhir proses pelatihan tentunya memberikan dampak terhadap proses berkarya. Proses perancangan yang didukung dengan kemudahan dalam menggunakan aplikasi desain baik itu dari komputer maupun *smartphone* tentunya harus diimbangi oleh kemauan dan gagasan/ide yang harus lebih diasah lebih kreatif kedepannya. Dengan demikian, kualitas media sosial yang dibuat dapat mengikuti trend perkembangan jaman yang akan selalu berubah kedepannya. Sebagai upaya dalam menghadapi persoalan ini, diperlukan program pelatihan lanjutan agar proses berkarya menjadi selalu up to date dan tidak ketinggalan jaman. Program pelatihan selanjutnya direkomendasikan dengan cara memberikan pelatihan perancangan konten media sosial yang lebih interaktif dengan jenis media sosial yang terbaru dan lebih kekinian.

DAFTAR PUSTAKA

- Nissa, I. C. ., Masjudin, M., & Sukanta, A. (2021). Pelatihan Perancangan Perangkat Pembelajaran Daring dan Luring sebagai Pendukung Belajar Dari Rumah . *Lambung Inovasi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), 46–56. <https://doi.org/10.36312/linov.v6i2.562>
- Kusrianto, A. (2007). Pengantar Desain Komunikasi Visual. In *Bab 2*.
- Negoro., A. (1990). *Ensiklopedi nasional Indonesia Volume 14*. Jakarta : PT. Cipta Adi Pustaka.
- Patriansah, M., & Yulius, Y. (2021). Upaya Meningkatkan Perekonomian Warga Desa melalui Pelatihan Kerajinan Bunga dari Akar Kayu. *Abdimas Mahakam Journal*,

- 5(01), 58–66.
- Priselie, A. E., & Paramita, S. (2022). Strategi Komunikasi Digital Influencer dalam Menggunakan Media Sosial Instagram sebagai Media Fundraising. *Prologia*. <https://doi.org/10.24912/pr.v6i1.10375>
- Putri Anggoro, M. E. O., & Pranata, L. (2020). PENGARUH KOMUNIKASI DAN KONTEN VISUAL DALAM MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA FOTOGRAFI DI SWEETESCAPE JAKARTA. *Jurnal Hospitality Dan Pariwisata*. <https://doi.org/10.30813/jhp.v6i2.2415>
- Sutirman, S. (2015). Komunikasi Efektif dalam Pembelajaran. *EFISIENSI - KAJIAN ILMU ADMINISTRASI*. <https://doi.org/10.21831/efisiensi.v6i2.3857>
- Tambunan, N. (2018). Pengaruh Komunikasi Massa Terhadap Audiens. *JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study*. <https://doi.org/10.31289/simbollika.v4i1.1475>
- Yulia, I. (2018). OPTIMALISASI PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DALAM PEMASARAN SOSIAL DAN KOMUNIKASI PERUBAHAN PERILAKU (Suatu Pendekatan Studi Literature Review). *HEARTY*. <https://doi.org/10.32832/hearty.v6i2.1276>
- Yulius, Y., & Pratama, E. (2021). Metode Design Thinking Dalam Perancangan Media Promosi Kesehatan Berbasis Keilmuan Desain Komunikasi Visual. *Besaung : Jurnal Seni Desain Dan Budaya*, 6(2). <https://doi.org/10.36982/jsdb.v6i2.1720>