

Pelatihan Media Publikasi dalam Hubungan Masyarakat untuk Meningkatkan Kualitas Pengurus di Yayasan Kota Maju Gemilang

Ade Titie Solihati¹, Novia Rahma Aulia², Subekti³, Parjono⁴, Sobirin⁵

¹⁻³ Institut Agama Islam Al Zaytun Indonesia

E-mail: ¹Ttitemaroeef15234@gmail.com, ²aulianovia756@gmail.com, ³subektiharun80@gmail.com,

⁴parjono010268@gmail.com

INFO ARTIKEL

Article history:

Available online

DOI://journal.unuha.ac.id/index.php/JIMi/

How to cite (APA):

Solihati, A.T., Aulia, N.R., Subekti, S., Parjono, P., Sobirin, S. (2025). Pelatihan Media Publikasi dalam Hubungan Masyarakat untuk Meningkatkan Kualitas Pengurus di Yayasan Kota Maju Gemilang. *Jurnal Indonesia Mengabdi*, 7(2), 99-104.

ISSN 2685-3035



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

ABSTRAK

Abstrak

Kegiatan pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas strategi kehumasan di Yayasan Kota Maju Gemilang melalui pemberdayaan media publikasi digital. Permasalahan utama mitra adalah rendahnya efektivitas komunikasi publik yang menyebabkan partisipasi masyarakat terhadap kegiatan yayasan kurang optimal. Pendekatan kegiatan menggunakan metode pelatihan partisipatif, simulasi konten digital, dan pendampingan teknis. Kegiatan ini dilaksanakan secara luring dengan tahapan perencanaan, pelatihan, dan evaluasi berbasis kebutuhan mitra. Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan kapasitas pengurus, di mana 77,8% peserta menyatakan sangat puas terhadap materi pelatihan, dan 66,7% peserta mengalami peningkatan keterampilan dalam membuat konten media sosial. Kegiatan ini mendorong pembentukan tim media internal dan peningkatan eksistensi digital yayasan. Program ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi digital dapat memperkuat hubungan lembaga dengan masyarakat dan meningkatkan kepercayaan publik.

Kata kunci: Media Publikasi, Partisipasi Masyarakat, Humas.

Abstract

This activity aims to empower media publication strategies in public relations to increase community participation in the Kota Maju Gemilang Foundation. The main problem faced is the low effectiveness of communication foundations due to minimal use of digital media. The implementation methods include seminars, workshops, digital content practices, and assistance in managing social media. The results of the activity showed an increase in the capacity of foundation administrators in public relations strategies, increased digital existence, and the formation of community collaboration. This activity has a positive impact on increasing community involvement and strengthening the foundation's image as a professional and communicative social institution.

Keywords: Publication Media, Community Participation, Public Relations

PENDAHULUAN

Yayasan Kota Maju Gemilang sebagai lembaga sosial di wilayah Ciledug, Kota Tangerang, memiliki potensi besar dalam menjalankan program-program pemberdayaan masyarakat. Namun, dalam praktiknya, partisipasi masyarakat terhadap kegiatan yayasan masih tergolong rendah. Berdasarkan hasil observasi dan survei awal terhadap 18 pengurus dan relawan yayasan, sebanyak 72% responden menyatakan informasi kegiatan terpublikasi secara luas, sementara 67% mengaku belum pernah mengikuti pelatihan strategi komunikasi digital. Selama ini, penyampaian informasi



kepada masyarakat masih mengandalkan metode tradisional seperti komunikasi lisan, sebaran manual, dan pengumuman dari mulut ke mulut, yang dinilai kurang efektif menjangkau khalayak luas. Minimnya pemanfaatan media digital menyebabkan masyarakat tidak mengetahui program-program yang dilaksanakan, sehingga partisipasi publik pun stagnan.

Kondisi ini juga diperparah oleh keterbatasan kapasitas sumber daya manusia (SDM) di bidang kehumasan. Hanya sekitar 3 dari 18 responden (16,7%) yang menyatakan terbiasa mengelola media sosial secara terstruktur untuk kepentingan lembaga. Padahal, berdasarkan laporan *Indeks Masyarakat Digital Indonesia (IMDI)* tahun 2024, terjadi peningkatan signifikan dalam penggunaan media sosial oleh masyarakat Indonesia, terutama dalam bidang pendidikan dan ekonomi digital. Sayangnya, sektor sosial dan lembaga nonprofit masih tertinggal dalam pemanfaatan teknologi ini (Pahlevi et al., 2024).

Temuan ini sejalan dengan Afandi dan Cahyono (2022), yang menyebutkan bahwa banyak yayasan belum memiliki strategi komunikasi digital yang matang, sehingga informasi program tidak tersampaikan secara maksimal. Akibatnya, tingkat partisipasi masyarakat rendah dan kepercayaan terhadap lembaga pun menurun. Sari dan Susanti (2023) juga menegaskan bahwa media digital dapat meningkatkan transparansi, memperluas jangkauan informasi, dan membangun kredibilitas lembaga sosial.

Studi lain pun menunjukkan bahwa keberhasilan lembaga sosial dalam meningkatkan partisipasi publik sangat bergantung pada pengelolaan media digital yang strategis dan partisipatif (Diana et al., 2023). Kesenjangan digital dan lemahnya strategi komunikasi publik di Yayasan Kota Maju Gemilang menjadi alasan penting perlunya intervensi. Solusi yang ditawarkan adalah penguatan kapasitas kehumasan melalui pelatihan partisipatif, simulasi penyusunan konten, dan pendampingan pengelolaan media sosial (Lieyani et al., 2025).

Dengan pendekatan ini, kegiatan tidak hanya ditujukan untuk meningkatkan keterampilan teknis, tetapi juga membangun kesadaran pentingnya komunikasi strategis sebagai bagian dari penguatan identitas dan citra lembaga. Transformasi komunikasi publik berbasis media digital merupakan langkah krusial dalam menjawab kebutuhan zaman dan memperkuat eksistensi yayasan di tengah arus informasi yang kompetitif (Shania & Ismail, 2024).

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini menggunakan pendekatan ABCD (*Asset-Based Community Development*) yang menekankan pada pengembangan kapasitas dan potensi yang telah dimiliki oleh komunitas mitra, yaitu Yayasan Kota Maju Gemilang. Pendekatan ini dipilih karena sesuai dengan tujuan kegiatan, yaitu meningkatkan kapasitas kehumasan yayasan melalui pemberdayaan media publikasi secara partisipatif dan berkelanjutan. Kegiatan dilaksanakan di Jl. Persatuan II Dr. Setiabudi No. 25 A RT. 004 RW. 05 Kelurahan Parung Serab, Kecamatan Ciledug, Kota Tangerang, Banten. Sasaran kegiatan mencakup pengurus yayasan, relawan, dan staf Humas yang secara langsung bertanggung jawab dalam pengelolaan komunikasi publik dan penyebaran informasi yayasan kepada masyarakat.

Tahapan kegiatan dimulai dengan tahap persiapan melalui survei kebutuhan organisasi guna mengidentifikasi tantangan komunikasi dan memetakan potensi lokal yang dapat diberdayakan. Hasil survei digunakan sebagai dasar penyusunan materi pelatihan yang kontekstual. Selanjutnya dilakukan koordinasi teknis dengan pihak yayasan untuk menentukan waktu pelaksanaan, jumlah peserta, serta kesiapan sarana dan prasarana. Pelaksanaan kegiatan terdiri atas tiga bentuk utama intervensi, yaitu pelatihan konseptual mengenai peran humas dan strategi publikasi yang sesuai karakteristik audiens, pendampingan teknis dalam bentuk simulasi penggunaan media sosial dan praktik pembuatan konten, serta evaluasi dan refleksi strategis untuk menyusun rencana tindak lanjut secara partisipatif.

Setelah penyampaian materi, kegiatan dilanjutkan dengan sesi diskusi terbuka dan studi pengalaman peserta dalam mengelola komunikasi publik. Diskusi ini bertujuan untuk menggali kendala dan potensi lokal yang dapat dijadikan dasar penguatan strategi komunikasi yayasan. Hasil diskusi digunakan sebagai dasar penyusunan action plan bersama pihak yayasan. Tahap akhir dari kegiatan



ini adalah evaluasi dan monitoring dengan menggunakan instrumen survei, observasi, serta wawancara untuk menilai efektivitas pelatihan dan perubahan kemampuan peserta dalam mengelola komunikasi yayasan. Hasil evaluasi digunakan untuk menyusun rekomendasi keberlanjutan yang diarahkan pada integrasi fungsi humas dalam struktur organisasi yayasan secara profesional. Pendekatan ABCD ini diharapkan mampu memberikan dampak jangka panjang berupa peningkatan partisipasi masyarakat terhadap program-program yayasan melalui sistem komunikasi yang strategis, adaptif, dan berbasis potensi lokal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) di Yayasan Kota Maju Gemilang berjalan dengan baik dan mendapat respons positif dari peserta. Kegiatan difokuskan pada peningkatan kapasitas pengurus yayasan dalam memanfaatkan media publikasi digital sebagai sarana komunikasi strategis. Tahapan kegiatan meliputi pemaparan materi, sesi diskusi kelompok, simulasi pembuatan konten, dan evaluasi reflektif.

Kegiatan diikuti oleh 18 peserta aktif, terdiri dari pengurus inti yayasan, staf humas, dan relawan. Hasil kuesioner evaluasi menunjukkan: 14 peserta (77,8%) menyatakan sangat puas terhadap materi dan metode pelatihan, 12 peserta (66,7%) menunjukkan peningkatan kemampuan dalam menyusun konten digital (berdasarkan lembar kerja dan hasil praktik), 11 peserta (61,1%) menyatakan siap menjadi bagian dari tim media yayasan pasca kegiatan. Yayasan Memiliki tim media internal dan jadwal unggahan rutin setiap minggu. Selama kegiatan, peserta juga menunjukkan media sosial yayasan, dll.



Gambar 1. Sambutan oleh Perwakilan Panitia & Perwakilan Pengurus YKMG

Sebagian besar pengurus yayasan telah memiliki kesadaran dan pengalaman dasar dalam menggunakan media sosial. Melalui kegiatan ini, pemanfaatan media publikasi digital semakin terarah dan sistematis. Peserta mulai memahami pentingnya strategi komunikasi yang terencana dalam membangun citra lembaga secara profesional.





Gambar 2. Suasana Penyampaian Materi & Forum Diskusi

Namun, dalam pelaksanaan kegiatan ditemukan beberapa kendala teknis dan non-teknis. Kendala utama meliputi variasi tingkat literasi digital di antara peserta, keterbatasan waktu akibat aktivitas keseharian, dan kurangnya perangkat pendukung seperti laptop atau ponsel dengan kapasitas memadai. Untuk mengatasi kendala tersebut, tim pelaksana PkM menerapkan alternatif solusi sebagai berikut:

- a. Materi pelatihan disesuaikan dengan kemampuan peserta, menggunakan pendekatan praktis dan studi kasus nyata dari lingkungan yayasan.
- b. Jadwal pendampingan disusun fleksibel dan personal agar tidak mengganggu kegiatan utama peserta.
- c. Materi disediakan dalam bentuk digital (PDF dan video singkat) untuk memudahkan akses ulang secara mandiri.

Dampak langsung dari pelaksanaan kegiatan ini terlihat dari inisiatif peserta dalam menyusun jadwal publikasi konten, membentuk tim media internal, serta mulai melakukan audit sederhana terhadap efektivitas unggahan media sosial yayasan.

Pembahasan

Hasil kegiatan menunjukkan adanya **transformasi signifikan** dalam pola komunikasi yayasan. Sebelum pelatihan, penyampaian informasi sangat terbatas pada komunikasi langsung. Namun pasca pelatihan, yayasan mulai menerapkan strategi komunikasi berbasis konten yang lebih terstruktur dan menarik. Pendekatan berbasis potensi lokal (ABCD) terbukti efektif karena mengedepankan kebutuhan dan partisipasi aktif dari peserta.

Hal ini sejalan dengan temuan Afandi dan Cahyono (2022) yang menyatakan bahwa yayasan sosial yang mengelola media digital secara strategis lebih mampu menarik keterlibatan masyarakat. Selain itu, sebagaimana dinyatakan oleh Sari dan Susanto (2023), media digital tidak hanya sebagai alat informasi, tetapi juga menjadi sarana membangun hubungan emosional dan kepercayaan publik.

Keberhasilan kegiatan ini memperkuat pandangan bahwa komunikasi yang dirancang secara profesional dan partisipatif mampu meningkatkan efektivitas lembaga dalam menjangkau publik dan memperkuat eksistensi sosialnya.

Hasil kegiatan PkM ini menunjukkan bahwa pemanfaatan media publikasi digital dalam strategi kehumasan Yayasan Kota Maju Gemilang telah mengalami perkembangan yang signifikan. Sebelum kegiatan ini dilaksanakan, pemanfaatan media publikasi sudah ada namun belum terstruktur secara strategis. Setelah rangkaian pelatihan dan pendampingan, peserta menunjukkan perubahan sikap dan tindakan yang mencerminkan peningkatan kesadaran terhadap pentingnya komunikasi yang terencana dan profesional.

Temuan ini sekaligus menjawab permasalahan yang menjadi fokus PkM, yaitu bagaimana mengoptimalkan media digital sebagai saluran komunikasi yang efektif. Melalui pendekatan praktis dan berbasis partisipasi, para pengurus yayasan tidak hanya memahami fungsi media sosial, tetapi juga mulai menyusun konten dengan mempertimbangkan agenda kegiatan lembaga, segmentasi audiens, serta citra organisasi yang ingin dibangun.



Pendekatan yang digunakan dalam kegiatan ini terbukti efektif karena berangkat dari kebutuhan lokal peserta. Materi yang kontekstual, metode yang interaktif, dan jadwal yang fleksibel memberikan ruang yang cukup bagi peserta untuk belajar dan bertransformasi sesuai kapasitas masing-masing. Ini memperlihatkan bahwa keberhasilan program tidak hanya bergantung pada konten pelatihan, tetapi juga pada strategi penyampaian yang inklusif dan responsif terhadap kondisi peserta.

Perubahan perilaku yang muncul setelah kegiatan ini dapat dilihat dari inisiatif peserta dalam menyusun jadwal publikasi, membentuk tim pengelola media internal, hingga meningkatkan kualitas desain dan narasi dalam setiap unggahan. Hal ini merupakan indikasi bahwa pelatihan tidak berhenti pada transfer pengetahuan semata, tetapi telah memicu kesadaran kritis dan tindakan nyata dalam penguatan identitas kelembagaan.

Jika dibandingkan dengan beberapa pengalaman PkM lain yang cenderung bersifat satu arah dan instruksional, kegiatan ini menonjolkan dimensi reflektif yang lebih kuat. Sesi diskusi dan tanya jawab memberikan ruang bagi peserta untuk mengekspresikan tantangan mereka secara langsung, sekaligus mencari solusi secara kolaboratif. Pendekatan ini memberikan kontribusi dalam membangun kepercayaan diri peserta dan memperkuat rasa kepemilikan terhadap proses perubahan.

Secara teoritis, keberhasilan ini dapat dikaitkan dengan pentingnya komunikasi partisipatif dalam mendorong perubahan sosial. Namun, keberhasilan nyata dari program ini justru terletak pada kemampuan untuk mengintegrasikan pembelajaran ke dalam praktik organisasi sehari-hari. Oleh karena itu, keberlanjutan dari transformasi ini perlu dijaga melalui evaluasi berkala dan dukungan manajerial yang konsisten.

Dengan demikian, kegiatan PkM ini telah berperan sebagai katalisator dalam mendorong penguatan kapasitas komunikasi yayasan secara lebih profesional, terbuka, dan adaptif terhadap perkembangan teknologi informasi. Ke depan, yayasan diharapkan dapat mengembangkan inisiatif serupa secara mandiri dan memperluas cakupan pengaruhnya kepada komunitas yang lebih luas.

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian ini menegaskan pentingnya media publikasi sebagai instrumen strategis dalam membangun citra lembaga sosial keagamaan secara berkelanjutan. Keberhasilan peningkatan kapasitas pengurus yayasan menunjukkan bahwa literasi media dan pengelolaan informasi publik bukan sekadar keterampilan teknis, melainkan bagian integral dari strategi hubungan masyarakat yang berorientasi pada keberdayaan dan partisipasi. Temuan ini mengarah pada perumusan prinsip bahwa transformasi digital lembaga sosial memerlukan pendekatan holistik—yang mencakup penguatan SDM, pengelolaan narasi kelembagaan, serta kolaborasi sosial-kultural melalui media. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini dapat menjadi pijakan bagi pembentukan model strategis humas digital berbasis pemberdayaan komunitas, yang dapat direplikasi pada lembaga serupa untuk memperluas dampak sosial dan membangun kepercayaan publik secara sistemik.

DAFTAR PUSTAKA

- Adisti And Setiawan, 2021. Strategi Humas Dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Di Masa Pandemi Covid-19. *J. Inspirasi Manaj. Pendidik*. Volume 09 Nomor 05.
- Afandi, A., & Cahyono, R. (2022). Strategi pemberdayaan media digital untuk meningkatkan partisipasi publik di lembaga sosial. *Jurnal Indonesia Mengabdi*, 4(2), 45–52.
- Agustini, D., 2022. Pemanfaatan Media Sosial Dalam Manajemen Hubungan Masyarakat Sebagai Upaya Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Di Era Pandemi.
- Alivia, T., Sulistiya, A., Kustina, L., April, R.N., Salsabilah, V.A.Q., N.D. *Tolis Ilmiah: Jurnal Penelitian* Vol. 6, No. 1, 2024.



- Diana, E., Solehah, S. R., & Rohmah, N. (2023). Pengelolaan digital public relation dalam membangun citra positif madrasah. *Semantik: Jurnal Riset Ilmu Pendidikan, Bahasa dan Budaya*, 1(4), 192–202.
- Fiqri, 2024. Strategi Komunikasi Yayasan Friday Sonten Dalam Pemberdayaan Masyarakat Di Suryoputran Yogyakarta. UIN Sunan Kalijaga, Yogyakarta.
- Irmansyah, R.R., Afriani, A.L., N.D. Strategi Komunikasi Media Sosial Untuk Mendorong Partisipasi Masyarakat Pada Website Sajiwa Foundation.
- Lieyani, Y., Natalia, L., & Setiyadi, B. (2025). Pemanfaatan media sosial humas pada lembaga pendidikan serta peningkatan citra lembaga. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 25(1), 1–15.
- Nugraha, P.S., Irwansyah, I., 2022. Pemanfaatan Media Sosial Dalam Kehumasan Digital Kementerian Luar Negeri. *Interak. J. Ilmu Komun.* 11, 35–48. <https://doi.org/10.14710/Interaksi.11.1.35-48>
- Nurmansyah, 2023. Strategi Komunikasi Persuasif Komunitas Setu Sore Selo Dalam Membentuk Loyalitas Relawan. Universitas Tidar Magelang.
- Pahlevi, Et Al., 2024. Indeks Masyarakat Digital Indonesia 2024. Kementerian Komunikasi Dan Digital Republik Indonesia, Jakarta Pusat
- Sari, M., & Susanti, L. (2023). Optimalisasi komunikasi publik berbasis digital pada yayasan sosial. *Jurnal Indonesia Mengabdi*, 5(1), 60–68.
- Shania, F., & Ismail, F. (2024). Optimalisasi media digital dalam pengelolaan public relations lembaga pendidikan Islam. *JIMPI: Jurnal Inovatif Manajemen Pendidikan Islam*, 3(2), 129–140.

