

Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial Bagi Anggota WKRI Cabang Paroki Gembala Yang Baik, Surabaya

Yuliasuti, Maria^{#1}, Akhsaniyah^{#2}, Aripastowo, Rys Dedy^{#3}

[#]*Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya*

Jl. Dinoyo 42-44, Surabaya

*Email: maria_yuliasuti@ukwms.ac.id

Abstrak

Organisasi masyarakat Wanita Katolik Republik Indonesia (WKRI) memiliki cabang di berbagai wilayah di Indonesia. Cabang Paroki Gembala Yang Baik (GYB) adalah salah satu cabang yang memiliki ranting yaitu Ranting Yohanes. Di cabang ini ditemukan beberapa kesulitan yang dialami oleh anggotanya untuk memanfaatkan media sosial Instagram baik untuk kebutuhan organisasi maupun juga pribadi. Pelatihan ini diharapkan menjadi solusi untuk mengatasi kendala tersebut. Hasil dari pelatihan yang dilakukan adalah bahwa para anggota mampu memanfaatkan Instagram dengan lebih baik lagi dengan pertimbangan etika berkomunikasi di media sosial. Pada praktiknya dalam berkomunikasi tatap muka juga bisa lebih maksimal dan dapat menjadi bahan pembuatan konten di Instagram. Sehingga para anggotanya mampu menjadi agen untuk kesejahteraan organisasi dan tentunya juga keluarga sebagai organisasi terkecil didalamnya.

Kata Kunci: instagram, konten, WKRI

Abstract

Wanita Katolik Republik Indonesia (WKRI) has branches in various regions in Indonesia. The Gembala Yang Baik (GYB) is one of those that has The Ranting Yohanes. Members experienced several difficulties in utilizing Instagram social media for both organizational and personal needs. This training is expected to be a solution to these obstacles. As a result, members are able to make better use of Instagram by considering the ethics of communicating on social media. In practice, face-to-face communication can also be maximized and can be used as material for creating content on Instagram. So that its members are able to become agents for welfare organizations and of course also the family as the smallest organization in it.

Keywords: instagram, content, WKRI

I PENDAHULUAN

Wanita Katolik Republik Indonesia (WKRI) adalah organisasi masyarakat yang beranggotakan perempuan Katolik dan memiliki tugas untuk menghidupi organisasi berdasarkan ajaran sosial gereja (WKRI 2021). WKRI memiliki banyak cabang di beberapa kota besar dan terbagi menjadi beberapa ranting pada setiap Paroki, salah satunya adalah Ranting Yohanes WKRI Cabang Paroki Gembala Yang Baik di Surabaya.

Bertempat di kota besar, anggota dari Ranting Yohanes telah melewati cukup banyak tantangan. Rata-rata usia dari anggotanya berada pada generasi X yang saat ini berusia antara 43-58 tahun (detikEdu 2023). Pada usia tersebut tentunya mengalami beberapa kendala dalam mengikuti perkembangan teknologi komunikasi yang saat ini telah berkembang pesat. WKRI Cabang GYB peka terhadap perkembangan tersebut, beberapa kali cabang ini telah melakukan kerjasama untuk mengadakan pelatihan bagi anggotanya. Pada awalnya dilakukan pelatihan pembuatan konten untuk media sosial, mulai dari foto, video, dan juga menulis *caption* untuk nantinya di *publish* di media sosial (Yuliasuti, Nugraheni, and Akhsaniyah 2022). Kemudian berlanjut untuk memanfaatkan media sosial sebagai sarana berbelanja dan usaha online bagi anggota WKRI Cabang GYB (Nugraheni et al. 2022). Namun keduanya ternyata masih belum cukup memadai, Ranting Yohanes (WKRI Cabang GYB) masih mengalami kesulitan untuk memanfaatkan media sosial dengan maksimal termasuk fitur yang ada didalamnya (Yuliasuti 2023). Penggunaan media sosial selama ini hanya sebatas untuk kesenangan saja, padahal media ini juga sangat bermanfaat untuk meningkatkan penjualan produk dalam kaitannya dengan kegiatan ekonomi (Darmastuti et al. 2021; Hamzah, Sungkono, and Santoso 2022; Nur Agustina et al. 2022; Rohma et al. 2020)

Pemanfaatan konten juga tidak hanya dilihat berkaitan dengan konten belaka,

karena desain grafis yang bagus dapat juga menjadi daya tarik tersendiri (Ricko and Junaidi 2019; Saeni, Achmad, and Setiawan 2023).

Selain desain yang menarik, pemilihan kategori konten juga menjadi pertimbangan utama. Kategori yang paling banyak diminati beberapa diantaranya adalah hiburan, persuasif, *giveaway*, informatif, dan *storytelling* yang keseluruhannya juga harus diatur kapan saja harus di *publish* (Saputri and Hanifa 2021)

Hal ini didukung oleh hasil sebuah penelitian, dikatakan bahwa perubahan kategori konten yang ada di sosial media dapat merubah jumlah pengikut (*followers*) pada sebuah akun media sosial (Thifalia et al. 2021)

Lepas dari daya tarik sebuah konten yang menarik seperti apapun, kuncinya adalah satu hal bahwa kita harus bisa memilah mana konten yang tepat untuk nantinya ditampilkan. Kita perlu memastikan apakah konten tersebut benar atau tidak (Lesmanah 2020), terlebih lagi media sosial telah menjadi andalan masyarakat dalam mencari informasi (Maulana Ibrahim and Edi Irawan 2021).

Ditemukan bahwa anggota WKRI belum paham betul mengenai literasi digital, sehingga masih memerlukan pendampingan. Hal tersebut banyak dirasakan oleh beberapa anggota, khususnya anggota dari Ranting Yohanes (WKRI Cabang GYB). Mereka seringkali sulit untuk membedakan mana informasi yang benar dan mana yang salah.

Seringkali banyak informasi yang diterima namun minim koreksi yang dilakukan oleh mereka, sehingga tanpa adanya pemeriksaan ulang konten yang ada kemudian langsung disebarluaskan melalui media sosial. Hal ini menjadi kekhawatiran bersama ketika Instagram (WKRI Cabang GYB) kemudian beresiko untuk menjadi pihak yang meneruskan berita bohong (hoax).

Literasi digital sangat penting untuk dilakukan, khususnya pada Ranting Yohanes (WKRI Cabang GYB). Sehingga harapan

kedepannya, informasi yang disampaikan oleh Ranting Yohanes (WKRI Cabang GYB) adalah informasi yang sesuai dengan fakta dan tentunya dapat dipercaya.

II RUMUSAN MASALAH

Berangkat dari latar belakang tersebut, maka rumusan masalah pada Ranting Yohanes (WKRI Cabang GYB) dalam pengabdian masyarakat ini adalah:

1. Bagaimana cara untuk memanfaatkan media sosial secara maksimal dengan menghasilkan konten yang bermanfaat.
2. Bagaimana caranya membedakan informasi yang benar dan yang salah yang diperoleh untuk tidak disebarluaskan sesuai dengan etika komunikasi di media

III METODE

Kegiatan pengabdian yang diselenggarakan lebih pada memberikan pelatihan untuk pemanfaatan konten media sosial, mulai dari kebutuhan pembuatan konten untuk tujuan informasi hingga etika berkomunikasi pada media sosial sesuai kebutuhan Ranting Yohanes (WKRI Cabang GYB) dan juga umat Paroki GYB. Seluruh narasumber pelatihan adalah dosen dan mahasiswa dari Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi (FIKOM) Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya(UKWMS).

Kegiatan pelatihan ini melibatkan dua narasumber dengan topik yang berbeda sebagai pembanding untuk memudahkan peserta memahami materi. Pada sesi yang pertama, peserta diberikan materi mengenai etika berkomunikasi pada media digital. Apa saja yang boleh dan apa yang sebaiknya tidak dilakukan saat di media sosial disampaikan pada materi ini. Termasuk juga kebiasaan sehari-hari yang perlu dihindari di media sosial untuk lebih memaksimalkan potensi yang dimiliki masing-masing peserta. Sehingga nantinya sebagai organisasi, WKRI juga mampu berperan penting memberikan edukasi ataupun

informasi kepada seluruh umat Paroki GYB termasuk juga keluarga masing-masing.

Pada sesi yang kedua, peserta diberikan paparan materi mengenai etika berkomunikasi saat bertatap muka. Keduanya memiliki perbedaan, peserta ditekankan pada kebutuhan komunikasi yang berbeda antara tatap muka dan juga digital.

Komunikasi tatap muka tidak bisa dipisahkan dari komunikasi pada media digital. Sebagai anggota dari WKRI, diharapkan masing-masing pribadi juga turut menjaga nama baik dari WKRI yang merupakan organisasi perempuan Katolik. Dimana masing-masing pribadi memiliki tugas yang berbeda pada lingkungan yang berbeda, sehingga perlu dijaga saat mewakili organisasi WKRI.

Tatap muka fisik membutuhkan usaha ekstra dibandingkan dengan tatap muka secara digital. Namun, antara digital dan tatap muka juga harus berjalan seirama. Sehingga ketika peserta berhadapan langsung dengan orang lain ataupun di media digital, tidak ada perbedaan yang menonjol. Peserta sebagai anggota Ranting Yohanes (WKRI Cabang GYB) diharapkan mampu berperan maksimal sebagai pribadi yang juga membawa tugas penting sebagai anggota WKRI, baik di media digital ataupun tatap muka.

IV HASIL PEMBAHASAN

Pada pembuatan konten di media sosial mewakili sebuah organisasi memiliki tantangan tersendiri. Hal ini terutama terkait dengan latar belakang organisasi WKRI (Wanita Katolik Republik Indonesia) yang memiliki tugas yang sangat besar sebagai organisasi tingkat nasional yang keseluruhan anggotanya adalah perempuan dengan latar belakang agama Katolik. Sehingga konten yang dimunculkan di media sosial tentunya diharapkan erat kaitannya dengan agama Katolik yang menegaskan peran WKRI Cabang Paroki Gembala Yang Baik (GYB)

Hal yang pertama dilakukan adalah melalui pelatihan pemanfaatan media sosial

sesuai dengan kebutuhan seluruh anggota dari Ranting Yohanes (WKRI Cabang GYB). Topik yang diangkat ada dua, yaitu mengenai komunikasi tatap muka dan komunikasi digital.

Pada komunikasi digital, kegiatan yang ada melibatkan seluruh anggota WKRI Cabang GYB untuk menyampaikan pengalamannya dalam melakukan komunikasi melalui media digital. Beberapa anggota merasa kesulitan untuk memanfaatkan fitur di media sosial Instagram dan Facebook. Pelatihan kali ini difokuskan untuk media sosial Instagram yang masih belum dimaksimalkan oleh WKRI Cabang GYB. Setelah pelatihan dilakukan oleh Tim Pengabdian Masyarakat FIKOM UKWMS, WKRI Cabang GYB merasakan banyak manfaat.

Anggota Ranting Yohanes (WKRI Cabang GYB) sebelumnya kesulitan untuk membuat konten di Instagram. Namun setelah mengikuti pelatihan, mereka lebih mahir dalam pembuatan konten. Tidak hanya pada pemahaman manfaat fitur yang tersedia di Instagram, namun juga secara teknis penulisan *caption* dan juga pemilihan foto serta *editing* foto yang bisa mewakili pesan yang disampaikan kepada target sasaran dapat segera dikuasai. Anggota kini juga lebih berhati-hati karena lebih memahami mana yang sebaiknya dihindari konten di media digital dan mana yang tidak. Sehingga konten yang ada di media sosial Instagram WKRI Cabang GYB adalah konten yang bermanfaat bagi seluruh umat, terutama umat Katolik yang ada di Paroki GYB.

Melalui konten di Instagram WKRI Cabang GYB, seluruh anggota juga dapat berkontribusi lebih maksimal lagi, tidak seperti sebelumnya hanya beberapa anggota saja. Seluruh kegiatan di WKRI Cabang GYB juga dapat di *publish* lebih detail lagi di setiap *postingan*. Ketika ada acara bakti sosial, pelatihan, ataupun acara besar lainnya dapat di *publish* lebih baik lagi sehingga seluruh umat Paroki GYB dapat turut terlibat

dan berkontribusi lebih baik lagi karena informasi yang disampaikan.

Tidak hanya kemampuan pemanfaatan literasi digital pada anggota Ranting Yohanes (WKRI Cabang GYB) juga diberikan kesempatan untuk tampil langsung bagaimana membawa diri ketika terjun ke masyarakat yang memang pemeluk agama Katolik masih minoritas.

Ditemukan beberapa fakta, ternyata banyak anggota Ranting Yohanes (WKRI Cabang GYB) yang juga aktif berorganisasi di luar gereja. Mulai dari aktif sebagai pengurus PKK (Pembinaan Kesejahteraan Keluarga), Bendahara RT (Rukun Tetangga), dan bahkan MC (*Master of Ceremony*) juga penyanyi di berbagai acara, baik acara lingkungan gereja, RT/ RW, pernikahan ataupun juga keagamaan. Luar biasa aktif anggota dari Ranting Yohanes (WKRI Cabang GYB) ini. Masing-masing dari mereka awalnya ragu bagaimana tetap membawa identitas WKRI sebagai pihak minoritas. Setelah pelatihan menjadi banyak yang lebih percaya diri ketika tampil membawa diri di lingkungan luar gereja namun juga tetap menjadi anggota WKRI yang tetap memegang peran untuk ajaran sosial gereja.

Sehingga pada beberapa momen yang mereka lalui, mereka tidak segan untuk membuat konten di media sosial. Masing-masing membawa pesan sebagai pribadi yang juga turut aktif pada prinsip solidaritas sesuai dengan tujuan WKRI dibentuk.

V SIMPULAN

Seluruh anggota Wanita Katolik Republik Indonesia (WKRI) Ranting Yohanes Gereja Katolik Gembala Yang Baik (GYB) Surabaya dapat lebih memahami fitur yang tersedia di Instagram, dan dapat memanfaatkannya lebih maksimal lagi untuk pembuatan konten WKRI Cabang GYB di Instagram. Tidak hanya itu, dampaknya seluruh umat GYB banyak yang juga terlibat pada acara-acara yang diselenggarakan oleh WKRI Cabang GYB

dikarenakan publikasi yang dilakukan di Instagram.

Termasuk juga masing-masing anggota juga mampu berkontribusi dalam pembuatan konten di Instagram WKRI Cabang GYB lebih baik lagi karena telah memahami etika berkomunikasi di media sosial, yaitu Instagram.

Disamping itu, masing-masing anggota Ranting Yohanes (WKRI Cabang GYB) juga bisa lebih maksimal lagi dalam bersosialisasi dengan dunia luar gereja dengan tetap memegang teguh ajaran sosial gereja.

DAFTAR PUSTAKA

- Darmastuti, Shanti, Mansur Juned, Syarif Ali, and Jati Satrio. 2021. "PELATIHAN PEMBUATAN KONTEN MEDIA SOSIAL DALAM STRATEGI MARKETING BAGI KARANG TARUNA DESA PANYIRAPAN, SERANG." *Jurnal Pengabdian Masyarakat (JPM)* 1(3):83–92.
- detikEdu, Tim. 2023. "Infografis: 7 Nama Generasi Berdasarkan Umur, Kamu Yang Mana?" Retrieved June 14, 2023 (<https://www.detik.com/edu/infografis/d-6747568/infografis-7-nama-generasi-berdasarkan-umur-kamu-yang-mana>).
- Hamzah, Radja Erland, Nono Sungkono, and Prasetya Yoga Santoso. 2022. *Pengelolaan Konten Media Sosial Sebagai Sarana Pemasaran Usaha Kecil Warga Kampung Anyar, Kabupaten Bogor*. Vol. 2.
- Lesmanah, Unung. 2020. "PEMBUATAN KONTEN TULISAN POSITIF DI MEDIA SOSIAL SEBAGAI KOMUNIKASI PREVENTIF DAN KONTRIBUSI MAHASISWA DALAM MENANGKAL HOAX." *Jurnal BUDIMAS* 02(01):2715–8926.
- Maulana Ibrahim, Mochamad, and Rahmat Edi Irawan. 2021. *Pengaruh Konten Media Sosial Terhadap Sumber Informasi Pandemi Covid-19*. Vol. 7.
- Nugraheni, Yuli, Maria Yuliastuti, Akhsaniyah, Angela Evania, Alexandra Mevelyn, and Benedicta Hana. 2022. *PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA BELANJA DAN USAHA ONLINE BAGI WKRI GEREJA GYB SURABAYA*. Vol. 87.
- Nur Agustina, Hiqma, Ririn Pratiwi Suharto, Nugrahaningtyas Fatma Anyassari, Maya Rizky Fauzia, Program Studi Bahasa Inggris, Administrasi Niaga, and Politeknik Negeri Malang. 2022. *Pelatihan Pembuatan Konten Media Sosial Menuju Terwujudnya Desa Wisata Wringinsongo Tumpang Malang*. Vol. 9.
- Ricko, and Ahmad Junaidi. 2019. "Analisis Strategi Konten Dalam Meraih Engagement Pada Media Sosial Youtube (Studi Kasus Froyonion)." *Prologia* 3(1).
- Rohma, Siti, Mokh. Sya'roni, Solkhah Mufrihah, and Ahmad Tajuddin Arafat. 2020. "Media Sosial Sebagai Sarana Pemasaran Konten Edukasi Islami Untuk Masyarakat Semarang." *Dimas: Jurnal Pemikiran Agama Untuk Pemberdayaan* 20(2):117. doi: 10.21580/dms.2020.202.6712.
- Saeni, Asrini A., Dan Achmad, and Fauzi Setiawan. 2023. *STRATEGI PROMOSI DALAM KONTEN MEDIA SOSIAL MIE BARACCUNG MAKASSAR SOCIAL MEDIA PROMOTION STRATEGIES FOR CONTENT MIE BARACCUNG MAKASSAR*. Vol. 1.
- Saputri, Priseha Septiana, and Fanni Husnul Hanifa. 2021. "ANALISIS DAN PENGEMBANGAN KONTEN SOCIAL MEDIA MARKETING PADA INSTAGRAM TELKOM STO DAGO TAHUN 2021." *E-Proceeding of Applied Science*.
- Thifalia, Naurah, Santi Susanti, Jl Raya, Bandung-Sumedang Km, and Sumedang 45363. 2021. "PRODUKSI KONTEN VISUAL DAN AUDIOVISUAL MEDIA SOSIAL LEMBAGA SENSOR FILM." *Jurnal*

Common / 5(1). doi:

10.34010/common.

WKRI. 2021. "Tentang Kami." Retrieved

June 15, 2023

(<https://wkridpdjatim.org/tentangKami>)

Yuliasuti, Maria. 2023. "Perempuan Gen X:

Literasi Digital Di Instagram Vs

Facebook Gen X Women: Digital

Literacy on Instagram Vs Facebook."

Jurnal Ilmu Komunikasi 12(2023):105–

17. doi: 10.33508/jk.v12i1.4669.

Yuliasuti, Maria, Yuli Nugraheni, and

Akhsaniyah Akhsaniyah. 2022.

"MELAYANI TUHAN DENGAN

MEDIA BARU PELATIHAN

PEMBUATAN KONTEN ONLINE

GEREJA." *Abdimas Altruis: Jurnal*

Pengabdian Kepada Masyarakat

5(1):20–28. doi:

10.24071/aa.v5i1.3817.