



PELATIHAN OPTIMALISASI SOSIAL MEDIA UNTUK MEMBANGUN REPUTASI POSITIF ORGANISASI KEMASYARAKATAN (ORMAS) KOTA SEMARANG

Oleh

Natalia Sari Pujiastuti¹, Errika Dwi Setya Watie², Sinta Pramucitra³

^{1,2,3}Universitas Semarang, Kota Semarang, Jawa Tengah, Indonesia

E-mail: ¹natalia@usm.ac.id, ²errika@usm.ac.id, ³sinta@usm.ac.id

Article History:

Received: 05-05-2022

Revised: 19-05-2022

Accepted: 21-06-2022

Keywords:

Reputasi, komunikasi organisasi, ormas, social media; kota semarang

Abstract: Organisasi Kemasyarakatan (Ormas) harus mampu meningkatkan kepercayaan dan legitimasi untuk membangun persepsi public bahwa keberadaan, kegiatan dan dampak dari organisasi tersebut sesuai dengan nilai sosial yang berpihak kepentingan masyarakat. Oleh karena itu Ormas perlu meningkatkan reputasi melalui komunikasi di sosial media guna mendapatkan kepercayaan dan dukungan masyarakat demi keberlangsungan Ormas. Metode yang digunakan yaitu observasi, kuesioner, pelatihan dan evaluasi kegiatan pelatihan. Dari metode tersebut diketahui masih kurangnya literasi terhadap pentingnya untuk mengoptimalkan social media khususnya yang terkait untuk meningkatkan reputasi organisasi kemasyarakatan (Ormas) di Kota Semarang. Hal ini selain karena kurangnya pengetahuan mengenai pentingnya reputasi bagi organisasi juga terbatasnya ketrampilan dalam memanfaatkan social media serta keterbatasan SDM yang berada dalam organisasi. Hasil kegiatan pelatihan dan evaluasi kegiatan pelatihan diketahui mampu memberikan literasi serta ketrampilan penggiat Organisasi Kemasyarakatan (Ormas) dalam mengenali pemanfaatan platform social media sebagai sarana untuk menjaga reputasi organisasi melalui penyampaian informasi kepada masyarakat yang dapat berdampak terhadap keberlangsungan organisasi.

PENDAHULUAN

Tidak ada aturan khusus di Indonesia untuk mengatur tentang Organisasi Kemasyarakatan (Ormas) atau Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM). Hanya ada UU No. 17 Tahun 2013 Pasal 1 [1] yang menyatakan bahwa Organisasi Kemasyarakatan (Ormas) adalah organisasi yang didirikan dan dibentuk secara sukarela oleh individu atau kelompok berdasarkan kesamaan aspirasi, kehendak, kebutuhan, kepentingan, kegiatan, dan tujuan untuk berpartisipasi dalam pembangunan demi tercapainya tujuan Negara Kesatuan Republik Indonesia yang berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945. Pada umumnya, Organisasi Kemasyarakatan (Ormas) atau *Non-Government Organization (NGO)* atau LSM (Lembaga Swadaya Masyarakat) memiliki badan hukum Yayasan, PT, CV ataupun Perkumpulan. Ormas yang tidak berbadan hukum, disebut Paguyuban, Perhimpunan, Komunitas dsb.

Baik berbadan hukum atau tidak, kesemuanya adalah bentukan organisasi



masyarakat sipil yang didirikan secara sukarela untuk memberikan pelayanan masyarakat secara non komersial dan bertujuan untuk melindungi kepentingan masyarakat. Dengan kata lain, pendirian Ormas dibangun atas kepercayaan masyarakat.

Kondisi tersebut menyebutkan bahwa Ormas harus mampu meningkatkan kepercayaan dan legitimasi untuk membangun persepsi public bahwa keberadaan, kegiatan dan dampak dari organisasi tersebut dapat dibenarkan dan diakui serta sesuai dengan nilai sosial yang berpihak kepada kepentingan masyarakat.

Legitimasi bukan sekedar pengakuan secara hukum atau normatif, tapi yang lebih penting adalah secara social, karena organisasi adalah sistem social. Batas batasnya dapat ditembus yang memungkinkan organisasi berinteraksi dengan lingkungannya, sehingga dapat memperoleh dukungan (energi) dan informasi. Sesuai dengan Teori Sistem Sosial Katz dan Kahn dalam Pace and Faules (66: 2013) [2] bahwa pertukaran informasi dan transmisi makna sebagai bentuk komunikasi adalah inti suatu sistem social atau suatu organisasi. Organisasi terdiri dari bagian bagian yang berkomunikasi antara yang satu dengan yang lainnya yang menerima pesan pesar dari dunia luar, dan menyimpan informasi. Sehingga organisasi tidak hanya hadir *oleh* komunikasi tapi *dalam* komunikasi. Gagasan tersebut dikemukakan oleh Pearce (1989) yang menunjukkan bahwa komunikasi dipandang sebagai instrument yang dipakai untuk mencapai maksud tertentu, seperti memberi instruksi, mempengaruhi, atau mendapatkan kepercayaan.

Masalah

Berbeda dengan organisasi bisnis, Ormas memiliki karakteristik yang mendasar tentang cara memperoleh sumber dana yang dibutuhkan untuk melaksanakan berbagai aktivitasnya. Penggalangan dana dari public tidak mudah dilakukan karena dibutuhkan kepercayaan dari stakeholder, dalam hal ini adalah masyarakat dan pemerintah. Sebagai lembaga yang mengandalkan pengaruh dan kekuatan gerakannya diatas kepercayaan dari berbagai pemangku kepentingan, Ormas sangat berkepentingan menjunjung tinggi standar perilaku serta membangun reputasi yang kokoh di tengah masyarakat.

Reputasi yang dibangun dari keterbukaan informasi yakni mengenai apa dan siapa Ormas, apa yang dilakukan, apa yang ingin dicapai, mengapa, dengan siapa Ormas bekerjasama, darimana Ormas mendapatkan anggaran untuk operasional serta bagaimana pendanaan tersebut digunakan dan sebagainya. Keterbukaan informasi untuk menumbuhkan reputasi Ormas ini menjadi penting dilakukan sebagai upaya untuk mengakses ataupun menggalang sumber pembiayaan dari *public* yang kemudian berdampak terhadap keberlangsungan organisasi.

Hal ini bukanlah sesuatu yang sederhana. Menurut Kasali (2000: 20-23) [3], terdapat beberapa unsur untuk membangun persepsi masyarakat. Salah satunya adalah memahami opini public yang terdiri dari *belief* (kepercayaan tentang sesuatu), *attitude* (apa yang sebenarnya dirasakan seseorang) dan *perception* (persepsi). Bila *attitude* yang dimaksud sebagai apa yang sebenarnya dirasakan oleh seorang individu (*what the individual really feels*), *opinion* lebih dimaksudkan sebagai apa yang dinyatakan oleh seseorang melalui pertanyaan (*what individual says or puts on a questionnaire*). Sehingga akar dari opini sebenarnya adalah persepsi. Persepsi ditentukan oleh factor seperti latar belakang budaya, pengalaman masa lalu, nilai nilai yang dianut dan berita berita yang berkembang.

Tabel 1.1

Data Pemberitaan Kriminalitas Ormas Periode Tahun 2021



(Dari berbagai sumber pemberitaan via online)

Tanggal	Judul Artikel	Sumber Pemberitaan
Apr 30, 2021	Polisi tetapkan 16 tersangka Anggota Ormas yang akan Bentrok di Penajam Paser Utara	https://www.kompas.id/baca/nusantara/2021/04/30/polisi-tetapkan-16-tersangka-anggota-ormas-yang-akan-bentrok-di-penajam-paser-utara
Jun 2, 2021	Dua Ormas nyaris bentrok di Tambun Bekasi	https://www.antaraneews.com/berita/2188038/dua-ormas-nyaris-bentrok-di-tambun-bekasi
Agt 25, 2021	Massa ormas Pemuda Pancasila Serang GMBI Kebumen, 16 orang jadi tersangka	https://www.liputan6.com/regional/read/4640299/massa-ormas-pemuda-pancasila-serang-gmbi-kebumen-16-orang-jadi-tersangka
Sept 28, 2021	Kronologi Bentrok Ormas Sukabumi – Cianjur, Bermula di Sumedang	https://www.cnnindonesia.com/nasional/2021/09/28/12-700572/kronologi-bentrok-ormas-sukabumi-cianjur-bermula-di-sumedang
Okt 5, 2021	Bentrokan Berdarah di Lahan Tebu Indramayu diduga dipicu provokasi ormas	https://regional.kompas.com/read/2021/10/05/152345478/bentrokan-berdarah-di-lahan-tebu-indramayu-diduga-dipicu-provokasi-ormas
Nov 22, 2021	Pemuda Pancasila (PP) DKI bilang yang bentrok oknum, Junimart PDIP tetap minta ada tindakan	https://news.detik.com/berita/d-5821375/pp-dki-bilang-yang-bentrok-oknum-junimart-pdip-tetap-minta-ada-tindakan

Berdasarkan pencarian kata kunci di google untuk pemberitaan. Liputan berita tentang Ormas didominasi dengan pemberitaan yang terkait dengan kriminalitas. Ormas menjadi sinonim dengan premanisme dan kerusuhan. Ormas bahkan menyebabkan reaksi masyarakat mulai dari kecemasan, jengkel hingga stigma negative sehingga menimbulkan persepsi buruk di benak masyarakat.

Menko Polhukam melalui siaran persnya menyampaikan bahwa diantara organisasi kemasyarakatan di Indonesia yang berjumlah 344.039 ormas, masih didominasi kegiatan yang bertentangan dengan Pancasila dan UUD 1945 baik dari aspek substantif terkait dengan norma, larangan dan sanksi serta prosedur hukum yang ada. [4]. Hal ini merupakan ancaman terhadap eksistensi bangsa melalui konflik yang ditimbulkan. Pemerintah bahkan mengeluarkan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang (Perppu) No. 2 Tahun 2017 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2013 sebagai payung hukum Negara dalam menindak Ormas untuk mencabut ijin bagi Ormas yang melanggar hukum.

Hasil survey *Edelman Trust Barometer* Indonesia [5] bahkan memperlihatkan tingkat “krisis kepercayaan” terhadap Ormas menurun pada tahun 2016 menjadi 57% dari periode sebelumnya sebesar 64%. Meskipun pada tahun 2017 mengalami peningkatan, tetapi tingkat kepercayaan masyarakat terhadap Ormas masih lebih rendah dibanding dengan tiga institusi public lainnya: bisnis, media dan pemerintahan.

“Krisis kepercayaan” terhadap Ormas inilah yang akan berdampak terhadap situasi pendanaan (*fund*) baik dari pemerintah ataupun masyarakat. Beberapa penelitian juga menunjukkan bahwa Ormas sangat buruk karena masyarakat menganggap Ormas sering



melakukan tindakan represif dan melakukan aktifitas yang bersifat premanisme, seperti pungutan ataupun perebutan lahan (Novrianto, 2015). [6] . Kondisi riil tersebut menurut Amer (2020) justru sangat merugikan dan tidak baik dipertontonkan kepada public. Apalagi Ormas yang tidak pernah berhenti melakukan tindakan-tindakan kekerasan dan anarkis yang dapat menimbulkan ketidakpercayaan public terhadap eksistensi organisasi kemasyarakatan dalam memperjuangkan aspirasi masyarakat. [7]

Hal ini tentu merugikan bagi Ormas yang sungguh sungguh berdedikasi menjalankan fungsi strategis sebagai pelopor yang melayani perubahan sosial sesuai UU No. 17 tahun 2013 Pasal 6, yakni (a) Penyalur kegiatan sesuai dengan kepentingan anggota dan/atau tujuan organisasi (b) Pembinaan dan pengembangan anggota untuk mewujudkan tujuan organisasi (c) Penyalur Aspirasi Masyarakat (d) Pemberdayaan masyarakat (e) Pemenuhan pelayanan sosial (f) Partisipasi masyarakat untuk memelihara, menjaga dan memperkuat persatuan dan kesatuan bangsa (g) Pemelihara dan pelestari norma, nilai dan etika dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara. [1]

Sehubungan dengan adanya kebutuhan untuk menumbuhkan kepercayaan masyarakat dan pemerintah, penyampaian informasi dibutuhkan untuk memberikan gambaran kepada masyarakat dan pemerintah.

Di era saat ini, media digital mengambil peran penting dalam pengelolaan informasi apapun dalam sebuah organisasi khususnya media sosial. Media sosial menjadi sebuah kekuatan revolusioner yang dapat mengubah cara berfikir dan komunikasi menjadi lebih strategis. Informasi yang disampaikan sampai akhirnya membentuk reputasi.

Berdasarkan fenomena tersebut, maka perlu penulis terdorong untuk mengetahui lebih dalam dan mencoba untuk melakukan pengabdian masyarakat melalui Pelatihan Optimalisasi Sosial Media untuk Ormas yang tergabung di Forum Komunikasi Ormas Semarang Bersatu (FKSB).

METODE

Dalam pelaksanaan kegiatan Pengabdian masyarakat, memiliki beberapa tahapan:

1. Persiapan

Dalam tahapan ini, melakukan korespondensi ke pihak FKSB (Forum Komunikasi ormas Semarang Bersatu) sebagai komunitas yang menaungi Organisasi kemasyarakatan yang diakui oleh Pemerintah Kota Semarang melalui Kesbangpol. Selanjutnya, mengajukan surat ijin dan proposal kegiatan pengabdian kepada masyarakat terkait dengan waktu dan tempat pelaksanaan. Adapun telah disepakati sasaran kegiatan ini yaitu 30 Ormas nominator ORMAS AWARD 2022 Kota Semarang. 30 Ormas tersebut sudah lolos administrasi dan memiliki kinerja terbaik dalam melaksanakan pelayanan public di bidang Pendidikan, Kesehatan, Sosial Kemasyarakatan, Lingkungan, Perekonomian dan Keagamaan. Ormas tersebut juga sebagian besar telah berbadan hukum, baik perkumpulan atau Yayasan dan secara resmi terdaftar di Kesbangpol Kota Semarang.

Tabel 1.2

Data Khalayak Sasaran Organisasi Kemasyarakatan (Ormas)

No	Kategori Bidang Layanan	Nama Organisasi Kemasyarakatan
1	Agama	Ulul Albab Assyafaat Kota Semarang



2	Agama	LDII Kota Semarang
3	Agama	Pemuda Muhammadiyah Kota Semarang
4	Agama	Aisyah Kota Semarang
5	Agama	Bamag Kota Semarang
6	Pendidikan	Satoe Atap Kota Semarang
7	Pendidikan	Sobokarti Kota Semarang
8	Pendidikan	Yayasan Pendidikan Muslimat NU Kota Semarang
9	Pendidikan	Anantaka Kota Semarang
10	Pendidikan	Rumah Pintar Anak Berkebutuhan Khusus EFATA
11	Lingkungan Hidup	KESEMAT Kota Semarang
12	Lingkungan Hidup	Bina Karta Lestari Kota Semarang
13	Lingkungan Hidup	Garuda Pandu Bangsa Kota Semarang
14	Lingkungan Hidup	Wonoku Iwaku Semarang
15	Lingkungan Hidup	Global Peace Youth Semarang
16	Kesehatan	Yayasan Rumah Aira Kota Semarang
17	Kesehatan	Sedulur Plasma Kota Semarang
18	Kesehatan	PKBI Kota Semarang
19	Kesehatan	Psikologi Berbagi Semarang
20	Kesehatan	Bank Sampah Tembalang Semarang
21	Organisasi Kemasyarakatan	Wanita Katolik Republik Indonesia (WKRI) Kota Semarang
22	Organisasi Kemasyarakatan	Komunitas Sahabat Difabel Kota Semarang
23	Organisasi Kemasyarakatan	Semarangker Kota Semarang
24	Organisasi Kemasyarakatan	Lindu Aji Kota Semarang
25	Organisasi Kemasyarakatan	MIK Semar (Media Informasi Kota Semarang)
26	Ekonomi dan UKM	LazisMu Kota Semarang
27	Ekonomi dan UKM	Komunitas Difabel Mandiri Semarang
28	Ekonomi dan UKM	Perkumpulan Rakyat Semarang Kuliner
29	Ekonomi dan UKM	IPEMA Kota Semarang
30	Ekonomi dan UKM	Klaster Tas Kota Semarang

2. Analisis Kebutuhan

Setelah mendapat ijin untuk melakukan pengabdian, tim melakukan investigasi awal dan berdiskusi dengan FKSB mengenai tema yang disampaikan yakni Pelatihan Optimalisasi Sosial Media bagi Organisasi Kemasyarakatan (Ormas) untuk menjaga reputasi organisasi.

3. Penyusunan Tim Pelaksana dan Materi Ajar

Tim pengabdian menyusun materi yang dipaparkan pada saat pengabdian berlangsung. Dalam kegiatan ini terdapat tiga pemapar materi yang masing masing menjelaskan materinya. Reputasi dan Etika Sosial Media oleh Rr B Natalia Sari Pujiastuti, S.Psi, M.Si . Perencanaan dan Konten Sosial Media oleh Errika Dwi Setya



Watie, S.Si, M.I.Kom dan Sinta Pramucitra, M.I.Kom menjelaskan tentang perencanaan dan konten social media.

Kegiatan ini juga melibatkan tim mahasiswa FTIK (Fakultas Teknik Informatika dan Komunikasi) sejumlah 3 (tiga) orang yang bertugas mempersiapkan kegiatan dan untuk membantu menjelaskan kepada peserta saat sesi praktek.

4. Pelaksanaan

Pengabdian masyarakat yang dilakukan dalam bentuk pelatihan untuk memberikan pengetahuan dan praktek dengan mengajarkan secara langsung tentang pengelolaan social media bagi pengurus Ormas Kota Semarang agar memiliki ketrampilan dalam mengelola dan mengoptimalkan sosial media untuk membangun reputasi positif di benak masyarakat. Kegiatan pengabdian ini dilangsungkan bersamaan dengan rangkaian pelaksanaan kegiatan Pelatihan Singkat (*Short Course*) *Fund Raising* yang merupakan Program Pembekalan Rutin Tahunan Kesbangpol Kota Semarang di Hotel Griya Persada, Bandungan, Kabupaten Semarang. Kegiatan Pengabdian dilakukan pada tanggal 29 Mei 2022 mulai jam 08.00 – 16.00 wib.

Tim Pengabdian membuat dua metode pengajaran yakni teori dan praktek mengelola akun social media.

- a. Metode Teoritis, dilakukan dalam bentuk paparan presentasi oleh pembicara
- b. Metode Praktek, yang dilakukan praktek membuat akun social media, posting, penyusunan konten planner dan menerapkan pengelolaan social media. Kegiatan dilakukan secara diskusi, tanya jawab interaktif antara mentor dengan pengurus Organisasi Kemasyarakatan (Ormas).

Tabel 1.3

Tabel Rundown Kegiatan Pengabdian

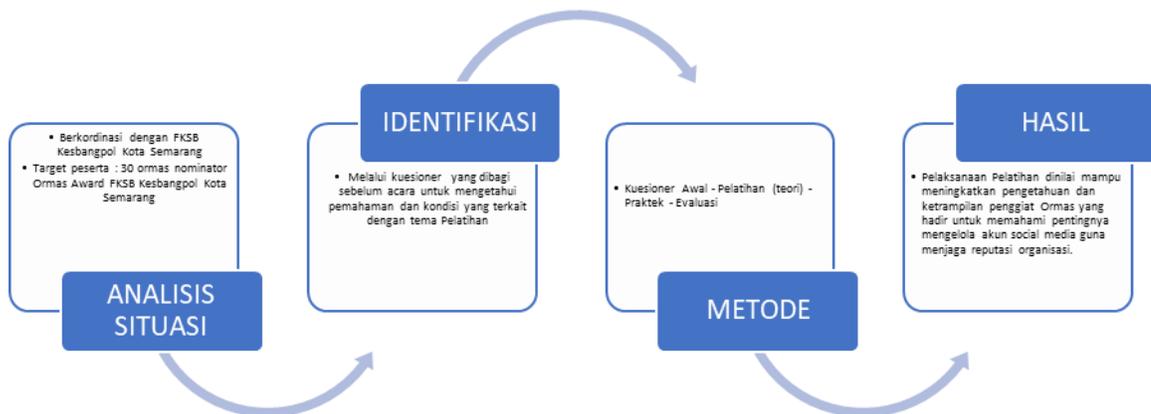
Waktu	Kegiatan	Pembicara
08.00 – 08.30	Registrasi Peserta dan Pengisian Kuesioner	Team
08.30 – 08.45	Kuesioer Pre Test	Team
08.45 – 09.00	Pembukaan oleh Ketua Tim Pengabdian	Rr B Natalia Sari Pujiastuti, S.Psi, M.Si
08.45 – 09.30	Materi 1	Rr B Natalia Sari Pujiastuti, S.Psi, M.Si
09.30 – 10.15	Materi 2	Errika Dwi Setya Watie, S.Si, M.I.Kom
10.15 – 11.00	Materi 3	Sinta Pramucitra, M.I.Kom
11.00 – 12.30	Tugas praktek berupa membuka akun sosial media Instagram dan membenahi profil	Team
12.30 – 13.30	Ishoma	
13.30 –	Praktek	Team



14.30		
14.30 – 15.00	Evaluasi	Team
15.00 – 16.00	Pengisian Kuesioner Evaluasi, Penutup dan Foto Bersama	Team

5. Evaluasi

Evaluasi kegiatan dilakukan untuk mengetahui feedback dari para peserta pelatihan berupa tanggapan dan tindaklanjut yang akan dilakukan oleh para peserta. Bentuk evaluasi kegiatan ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner sebagai bahan evaluasi dimana semua pihak terkait memberikan masukan atas terselesainya kegiatan pengabdian masyarakat ini. Keluaran dari tahap ini adalah hasil evaluasi.



Gambar 1.

Diagram Pengabdian Masyarakat Pelatihan Optimalisasi Sosial Media

HASIL

Kegiatan pengabdian ini memiliki target capaian para pengurus Organisasi Kemasyarakatan yang mengikuti kegiatan pengabdian kemasyarakatan mendapatkan pemahaman dan menjadi lebih mengerti pentingnya mengelola akun social media, khususnya Instagram untuk mendapatkan reputasi positif organisasi. Peserta juga mendapatkan pemahaman bahwa reputasi positif untuk organisasi diperlukan guna mendapatkan dukungan dari masyarakat yang dapat berdampak terhadap keberlangsungan organisasi melalui akun social media. Dengan memanfaatkan berbagai platform Sosial Media mulai dari *whatsapp business*, *google form*, *Instagram business* dan *facebook* yang dimanfaatkan secara optimal dapat dimanfaatkan untuk berinteraksi langsung ataupun untuk update informasi kegiatan organisasi melalui fitur berbagi foto dan video.

Berdasarkan table 1, diketahui bahwa sekitar 53% peserta Pelatihan telah memiliki infrastruktur (handphone/laptop) yang menunjang untuk mengelola akun social media organisasi. Sementara dari seluruh peserta 60% nya memiliki akun social media, meski tidak aktif rutin melakukan postingan di akun social media (26%). Artinya hanya sesekali saja melakukan posting karena tidak semua ormas yang menjadi peserta pelatihan memiliki



tim khusus untuk mengelola. hanya sekitar 16% saja yang memiliki tim / personil yang khusus mengelola akun sosmed organisasi. Sehingga tidak mengherankan bahwa semua peserta tidak memiliki penyusunan perencanaan dalam mengelola akun ataupun mengelola konten. Platform social media yang digunakan untuk menginformasikan kepada public hanya sekitar 20% yakni whatsapp dan facebook.

Tabel 1.4.

Hasil Identifikasi Penggunaan Media Sosial pada peserta Pelatihan Optimalisasi Sosial Media Ormas Kota Semarang

No	Indikator Penggunaan Media Sosial	Total Peserta	
		Ya	Tidak
1	Kepemilikan laptop / Handphone untuk pengelolaan sosmed organisasi	16	14
2	Memiliki akun social media organisasi	18	12
3	Aktif posting kegiatan social media di akun organisasi (minimal 1x/hari)	8	22
4	Memiliki tim /personil khusus menangani social media	5	25
5	Menyusun perencanaan pengelolaan social media	0	30
6	Menyusun perencanaan konten	0	30
7	Memanfaatkan platform social media untuk menginformasikan kepada public	6	24
8	Memiliki akun sosmed pribadi	22	8
9	Merasa tidak mampu memahami social media	22	8
10	Memahami pentingnya reputasi untuk organisasi	20	10

Secara pribadi, para peserta yang hadir memiliki akun social media (73%) dengan kemampuan yang minim karena hanya sekitar 26% saja dari peserta yang merasa mampu dan 66% dari peserta memahami pentingnya reputasi organisasi.

Dari hasil identifikasi tersebut, diketahui masih kurangnya literasi digital kepada penggiat Ormas Kota Semarang untuk melakukan optimalisasi social media. Hal ini sesuai dengan hasil interview dan kuesioner peserta yang kami lakukan sebelum mengikuti pelatihan.

Oleh karena itu diperlukan upaya upaya yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan bagi penggiat Ormas, khususnya pemanfaatan social media untuk meningkatkan reputasi positif organisasi yang pada akhirnya dapat berdampak terhadap keberlangsungan organisasi.

Tabel 2.

Hasil Evaluasi dari Peserta Pelatihan

No	Indikator Evaluasi dari Peserta terhadap kegiatan pelatihan	Total Peserta				
		Sangat Setuju	Setuju	Ragu-ragu	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
1	Pelatihan memberikan	30	0	0	0	0



	wawasan khususnya terkait dengan pengelolaan social media					
2	Pelatihan memberikan motivasi untuk mengelola akun social guna menjaga reputasi organisasi	22	8	0	0	0
3	Materi yang disampaikan dalam pelatihan akan dipraktekan dalam organisasi	29	2	0	0	0

Berdasarkan table 2, diketahui seluruh peserta kegiatan memberikan *feedback* yang positif terhadap kegiatan pelatihan ini. 100% dari peserta sangat setuju pelatihan memberikan wawasan terkait dengan pengelolaan social media serta 95% peserta atau sebanyak 29 peserta sangat setuju bila materi yang disampaikan dalam pelatihan akan dipraktekan. Sementara 22 peserta menyatakan termotivasi untuk mengelola akun social media guna menjaga reputasi organisasi.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil identifikasi kepada para peserta pelatihan, diketahui bahwa masih rendahnya literasi pengelolaan akun social media untuk menjaga reputasi positif organisasi. Sementara dari hasil evaluasi kegiatan pelatihan, kegiatan pemberdayaan kepada masyarakat ini dinilai mampu meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan penggiat Ormas yang hadir untuk memahami pentingnya mengelola akun social media guna menjaga reputasi organisasi. Diharapkan dengan adanya keberlanjutan dari kegiatan ini, dapat menjadi referensi bagi pihak lain yang akan melakukan pembinaan ataupun meningkatkan kapasitas kinerja Ormas dengan memberikan pelatihan untuk mengelola akun social guna menumbuhkan reputasi positif masyarakat.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Terimakasih yang sebesar-besarnya kepada pihak FKSB (Forum Komunikasi Ormas Semarang Bersatu) dan Kesbangpol Kota Semarang atas bantuan, Kerjasama serta dukungannya sehingga kegiatan pelatihan Pemberdayaan kepada Masyarakat berjalan baik.

DAFTAR REFERENSI

- [1] D. Persetujuan Bersama, "DEWAN PERWAKILAN RAKYAT REPUBLIK INDONESIA dan PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA."
- [2] Pace, R. Wayne, Faules, and Don F., Komunikasi Organisasi Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan, 8th ed. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013.
- [3] R. Kasali, Manajemen Public Relations, Konsep dan aplikasinya di Indonesia, 3rd ed. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti, 2000.
- [4] "Menkopolhukam: Perppu Ormas untuk Kebaikan Negara." Menkopolhukam: Perppu Ormas untuk Kebaikan Negara (accessed Jun. 13, 2022).
- [5] "Global Report."



-
- [6] Novrianto, "Persepsi Masyarakat terhadap Organisasi Kemasyarakatan Pac Pemuda Pancasila Kecamatan Limapuluh Kota Pekanbaru," Pekanbaru, 2015.
- [7] N. Amer, J. Jend Soedirman No, and K. Gorontalo Kode Pos, "ANALISIS PEMBUBARAN ORGANISASI KEMASYARAKATAN DALAM PERSPEKTIF NEGARA HUKUM Analysis Of Dissemination Of Community Organizations In The Perspective Of Legal Countries.