



---

## PENDAMPINGAN PUBLIKASI HUMAS MELALUI INSTAGRAM DI JASDAM II/ SRIWIJAYA

Marshella Anggraini<sup>1</sup>, Rahma Santhi Zinaida<sup>2</sup>, Aprizal Fikri<sup>3</sup>, Desy Misnawati<sup>4</sup>, Moh Hafizni<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4,5</sup>Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Bina Darma

E-mail: <sup>1</sup>[anggrainimarshella868@gmail.com](mailto:anggrainimarshella868@gmail.com), <sup>4</sup>[desymisnawati98@gmail.com](mailto:desymisnawati98@gmail.com),

<sup>5</sup>[Hafiznifikom@gmail.com](mailto:Hafiznifikom@gmail.com)

---

### Article History:

Received: 10-11-2023

Revised: 16-11-2023

Accepted: 19-12-2023

### Keywords:

Humas, Instagram, Media sosial

**Abstract:** Media Instagram merupakan alternatif media publikasi informasi kegiatan di Jasdram II Sriwijaya. Tujuan kegiatan pengabdian masyarakat memberikan pendampingan. Metode pengabdian masyarakat melalui pendampingan melalui 1) persiapan, 2) pelaksanaan dan 3) evaluasi. Data pengabdian masyarakat dikumpulkan menggunakan kuisioner dengan skala interval (1-5). Analisis data menggunakan analisis kuantitatif dengan persentase. Hasil kegiatan pengabdian masyarakat yaitu adanya peningkatan kunjungan yang datang ke Jasdram II/Sriwijaya meningkat karena melihat postingan Instagram Jasdram II/ Swj serta followers, likers, maupun viewers instastory juga ikut meningkat. Setelah dilaksanakannya kegiatan pengabdian Masyarakat ini tim pengabdian masyarakat memberi dampak positif dalam melakukan pengenalan lingkungan Jasdram II/ Sriwijaya kepada masyarakat.

---

## PENDAHULUAN

Perkembangan dunia yang semakin maju dan modern terus menuntun perubahan dalam berbagai aspek kehidupan manusia, di bidang komunikasi contohnya, manusia pada awalnya berkomunikasi menggunakan gambar, kemudian dari gambar menjadi huruf dan berkembang menjadi tulisan, dari tulisan tersebut kemudian manusia mampu berkomunikasi dengan menjangkau jarak yang jauh menggunakan surat, dan sampailah pada era yang serba digital seperti sekarang dimana semua orang dapat bertukar informasi dan berkomunikasi hanya dalam genggam media sosial atau internet. Media sosial merupakan salah satu dari produk yang lahir di era new media yang berbasis koneksi internet, para penggunaannya bisa berhubungan secara cepat dan mudah satu dengan yang lain walaupun dipisahkan oleh bentang jarak dan waktu. Ada banyak sekali jenis dan bentuk media sosial yang beredar di masyarakat saat ini dengan mempunyai kelebihan dan kekurangannya masing masing. Instagram merupakan salah satu media sosial yang sedang trend saat ini, aplikasi ini digunakan untuk berbagi foto dan video secara instan yang dikembangkan oleh perusahaan Burbn.Inc. di Amerika Serikat.

“Instagram pada awalnya digunakan hanya untuk sekadar bersosialisasi, membagikan foto kepada teman terdekat dan keluarga serta menambah relasi dan teman



baru, namun pemanfaatan instagram sekarang sudah banyak digunakan untuk keperluan yang lebih luas, seiring dengan bertambahnya jumlah pengguna aplikasi media sosial instagram di seluruh dunia.” (Pertiwi, 2019).

Di Indonesia, aplikasi media sosial instagram sepertinya sudah mempunyai tempat yang tersendiri bagi masyarakatnya, hal tersebut sejalan dengan data yang di publikasikan oleh Lembaga survei NapoleonCat, yang merupakan salah satu perusahaan analisis Sosial Media Marketing yang berasal di Polandia, data jumlah pengguna aplikasi Instagram yang ada di Indonesia pada bulan Desember tahun 2020 telah mencapai angka 83.700.000 orang pengguna, artinya hampir seperempat total penduduk Indonesia adalah pengguna Instagram. Aplikasi media sosial instagram mengawali puncak ketenaran sejak tahun 2015 hingga sekarang di tahun 2021 penggunaan media sosial ini semakin mengalami perkembangan pesat selain sebagai media hiburan, dapat juga dimanfaatkan menjadi media pembelajaran atau edukasi, media dalam mencari informasi terbaru, media pemasaran bahkan digunakan sebagai alat dalam branding image atau membangun citra diri.

Melihat banyaknya manfaat dari penggunaan instagram, kemudian hal tersebut menjadi perhatian tersendiri bagi beberapa instansi atau perusahaan swasta maupun milik pemerintah yang memanfaatkan aplikasi media sosial seperti instagram untuk dijadikan sebagai media penyebaran informasi atau publikasi yang berkaitan dengan instansi tersebut. Secara verbal, publikasi berasal dari kata “publicare” yang artinya “untuk umum”. Sehingga publikasi didefinisikan sebagai “kegiatan memperkenalkan perusahaan sehingga umum/publik/masyarakat dapat mengenalnya” (Ismiati, 2010). Saat ini setiap perusahaan, institusi maupun lembaga baik skala besar atau kecil sudah menggunakan media sosial untuk mendekati dengan para stakeholdernya.

Dalam hal ini menjadi aktivitas, tugas atau pekerjaan para praktisi humas. “Humas / Public Relations adalah semua hal yang menyangkut perencanaan komunikasi, baik itu ke dalam maupun ke luar, antara suatu instansi atau perusahaan dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan yang 3 spesifik dan berlandaskan pada saling pengertian.” (Jefkins, 1992, hal. 9). Menurut Elvinaro Ardianto, “keuntungan seorang humas dalam menggunakan internet/ media sosial adalah informasi cepat sampai kepada publik, internet / sosial media dapat berfungsi sebagai iklan, media, alat pemasaran, sarana penyebaran informasi dan promosi, siapapun dapat mengakses internet, tidak terbatas oleh ruang dan waktu, internet dapat membuka kesempatan melakukan hubungan komunikasi dalam bidang pemasaran secara langsung.” (Ardianto E. S., 2013) Melihat luasnya ruang lingkup pekerjaan praktisi humas, sudah sepatutnya untuk para praktisi humas menggunakan media sosial dalam membantu pekerjaan-pekerjaan mereka yang berhubungan dengan kehumasan.

Instagram merupakan salah satu media sosial yang mempunyai pengguna aktif yang cukup banyak saat ini. Menurut data yang dikeluarkan oleh NapoleonCat yang merupakan perusahaan analisis sosial media marketing dari Polandia, jumlah pengguna Instagram di Indonesia yang mencapai angka 83 juta orang pengguna pada bulan Desember 2020, artinya ada 22,6 persen atau hampir seperempat dari total penduduk Indonesia merupakan pengguna instagram, yang didominasi oleh masyarakat yang berusia 18-34 tahun.

Di antara berbagai platform media sosial tersebut, dikatakan bahwa aplikasi media sosial Instagram menjadi media sosial utama dalam penyebaran informasi tentang tempat olahraga bagi Jasdarm II/ Sriwijaya diantara media-media sosial lainnya yang digunakan oleh



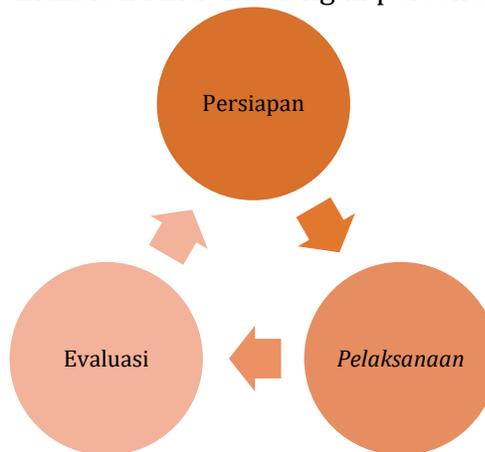
Jasdam II/ Sriwijaya, Dan alasan digunakannya instagram sebagai media sosial utama karena aplikasi instagram saat ini sedang naik-naiknya dan juga tingkat engagement dari penggunaan instagram yang tinggi dibandingkan dengan pengikut media sosial pusri di aplikasi lainnya dilihat dari jumlah likes, comment dan share. Selain itu alasan lainnya yakni tampilan aplikasi instagram yang mudah dipahami dan digunakan, kita bisa mengatur dan meng-kreasikan tampilan beranda profil instagram sedemikian rupa sesuai keinginan kita, apalagi jika tampilan beranda / feed instagram kita tertata secara rapih. Orang-orang akan tertarik jika melihat tampilan beranda / feed yang rapih, terkonsep dan warna yang selaras”.

Akun instagram Jasdam II/Sriwijaya memang ditujukan sebagai media dalam mempublikasi tentang informasi-informasi mengenai kegiatan lingkungan Jasdam II/ Sriwijaya agar menjangkau pasar yang lebih luas. dan semua konten yang diunggah ke dalam akun instagram @jasdam\_swj akan disesuaikan dan di edit sedemikian rupa agar terlihat informatif, tertata secara rapih dan terkonsep yang menjadi ciri khas dari unggahan-unggahan Jasdam II/ Sriwijaya yang kemudian diharapkan akan meningkatkan citra positif Jasdam dimata Masyarakat.

Media sosial instagram ternyata memiliki dampak yang signifikan bagi Humas Jasdam II/ Sriwijaya dibandingkan sebelum humas menggunakan instagram, diantaranya yaitu memudahkan pekerjaan humas dalam mengundang Masyarakat agar bisa berolahraga serta Latihan fisik di Jasdam II/Sriwijaya Keberhasilan itu tentunya menjadi tolak ukur dari kinerja dari Departemen humas yang selalu melakukan inovasi dan mengikuti perkembangan zaman.

## METODE

Metode pengabdian masyarakat dilakukan dengan pendampingan tersusun dalam tiga tahapan yaitu 1) persiapan, 2) pelaksanaan dan 3) evaluasi. Data pengabdian masyarakat dikumpulkan menggunakan kuisisioner berjumlah 10 pertanyaan dengan skala interval (1-5). Analisis data menggunakan analisis kuantitatif dengan persentase.



**Gambar 1. Diagram Tahapan Pengabdian Masyarakat**

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pengabdian masyarakat secara detail dijabarkan sebagai berikut:

### 1. Persiapan

Tahap ini fokus pada bimbingan terhadap dosen pembimbing, lalu berlanjut ke



pengenalan lingkungan Jasdram II/ Swj setelah diantar perwakilan dari Universitas Bina Darma pada tanggal 13 September 2023 lalu di terima Kajasdram II/ Swj dan mulai belajar menyesuaikan diri di hari pertama kegiatan.



**Gambar 2. Foto Bersama Kajasdram II/ Sriwijaya**

## 2. Pelaksanaan

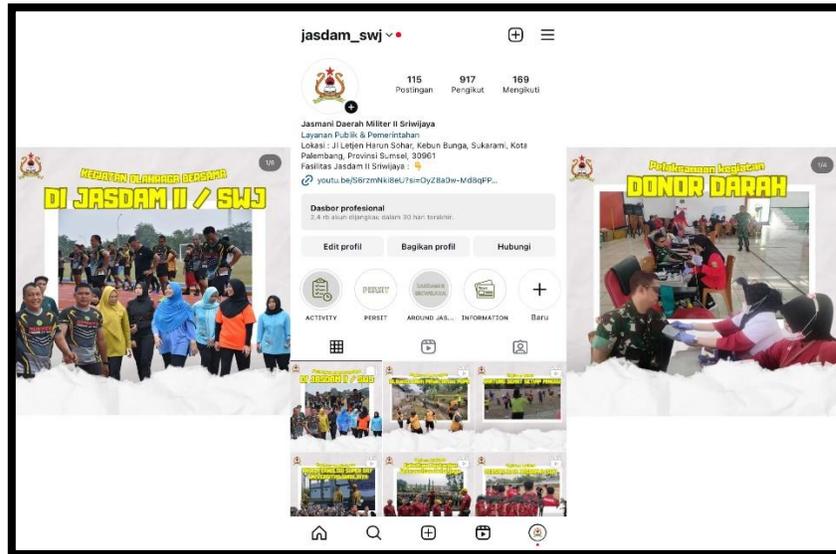
Kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan hari pertama pada tanggal 13 September 2023 dengan kegiatan room tour di lingkungan Jasdram dan saling berkenalan antara Tentara Jasdram dan Mahasiswa/i lalu pembagian ruangan serta tugas masing-masing .

**Tabel 2. Materi Kegiatan Pengabdian Masyarakat**

Tanggal	Waktu	Metode	Materi
13 September 2023	08.00-15.00	Pendampingan	Adaptasi lingkungan kerja.
13 Oktober 2023	08.00-15.00	Pendampingan	Pendampingan publikasi humas melalui Instagram di Jasdram II/ Sriwijaya.
13 November 2023	08.00-15.00	Pendampingan	Pendampingan publikasi humas melalui Instagram di Jasdram II/ Sriwijaya.
13 Desember 2023	08.00-15.00	Pendampingan	Evaluasi Pendampingan publikasi humas di Jasdram II/ Sriwijaya.

## 3. Evaluasi

Tahap ini adalah tahap penilaian yang telah berlangsung selama 4 bulan di Jasdram II/Sriwijaya. Hasilnya kunjungan yang datang ke Jasdram II/Sriwijaya meningkat karena melihat postingan Instagram Jasdram II/ Swj serta followers, likers, maupun viewers instastory juga ikut meningkat. Setelah dilaksanakannya kegiatan pengabdian Masyarakat ini tim pengabdian masyarakat memberi dampak positif dalam melakukan pengenalan lingkungan Jasdram II/ Sriwijaya kepada Masyarakat.



**Gambar 3, Postingan Instagram Jasdamswj**

## **DISKUSI**

Kegiatan pengabdian Masyarakat ini memberikan manfaat positif bagi instansi di Jasdamswj. Bulan pertama beradaptasi dengan lingkungan seperti, mengenal lingkungan Jasdamswj (seperti mengadakan room tour lingkungan), memahami kegiatan-kegiatan yang ada di Jasdamswj dan saling berkenalan dengan tantara di Jasdamswj hingga bisa menyesuaikan diri untuk mulai tahapan bekerja.

Bulan kedua, mulai pendampingan humas melalui Instagram Jasdamswj, seperti mengedit Instagram Jasdamswj agar lebih menarik dimata Masyarakat luar selain itu juga bisa meningkatkan followers, viewers, dan likers Instagram Jasdamswj dan menjadikan Instagram Jasdamswj menjadi lebih update setiap harinya.

Bulan ketiga, terus belajar mengedit dan memperbaiki postingan Instagram Jasdamswj agar terus menarik perhatian Masyarakat luar serta mampu menaikkan nama Jasdamswj untuk lebih dikenal Masyarakat luar sebagai tempat Latihan fisik maupun tempat olahraga Masyarakat umum.

Bulan keempat, terus mengevaluasi pendampingan publikasi humas di Jasdamswj untuk peningkatan kualitas informasi yang telah dirilis oleh humas. Dan mampu menjaga komitmen dalam peningkatan kualitas Jasdamswj. Hubungan masyarakat (humas) merupakan salah satu divisi yang dimiliki oleh Jasdamswj. Humas berperan dalam menyampaikan dan menyebarkan informasi mengenai kegiatan ataupun program dari instansi kepada khalayak luas. Informasi tersebut disebarluaskan menggunakan media social (Instagram). Peran humas dalam publikasi informasi terbagi menjadi beberapa tahapan yaitu, penjadwalan peliputan, peliputan, pembuatan rilis, pemilihan foto, editing dan publikasi. Informasi yang dipublikasikan terbagi menjadi empat jenis sesuai dengan isinya. Penggunaan media social Instagram memudahkan humas untuk menyebarkan berbagai informasi mengenai lingkungan Jasdamswj.



## KESIMPULAN

Kesimpulannya adalah kunjungan yang datang ke Jasdam II/Sriwijaya meningkat karena melihat postingan Instagram Jasdam II/ Swj serta followers, likers, maupun viewers instastory juga ikut meningkat sangat meningkat.

## PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Kami ucapkan Terima Kasih kepada pihak Jasdam II/ Sriwijaya, terutama kepada Kajasdam, serta tim dosen Universitas Bina Darma, serta dosen pembimbing yang telah membantu sehingga pelaksanaan pengabdian masyarakat ini dapat berjalan lancar. Kami menyadari bahwa pelaksanaan pengabdian masyarakat masih jauh dari sempurna oleh karena itu kami menerima saran demi kesempurnaan kegiatan pengabdian masyarakat selanjutnya, dan semoga kegiatan ini memberikan kebermanfaatn bagi kita semua.

## DAFTAR REFERENSI

- [1] Mutialela, R, Hafizni M dan Isnawijayani I.2023. Komunikasi, Motivasi dan Budaya Terhadap Kinerja Organisasi Ikatan Pelajar Muhammadiyah Sumatera Selatan. Jurnal Pustaka Komunikasi 6 (1), 127-140.  
[https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as\\_sdt=0%2C5&q=isnawijayani+&btnG=#d=gs\\_qabs&t=1689684371755&u=%23p%3DQMhI4cu01zoJ](https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=isnawijayani+&btnG=#d=gs_qabs&t=1689684371755&u=%23p%3DQMhI4cu01zoJ)
- [2] Isnawijayani, I. 2010. Evaluasi Budaya Organisasi Dalam Mendukung Sistem Operasional E-government Pemerintah Provinsi Sumatera Selatan. Jurnal Masyarakat Telematika dan Informasi 1 (1), 23-24.  
[https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as\\_sdt=0%2C5&q=evaluasi+budaya+organisasi+dalam+mendukung+sistem+operasional&btnG=#d=gs\\_qabs&t=1689771053659&u=%23p%3DyDZALFmGO3UJ](https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=evaluasi+budaya+organisasi+dalam+mendukung+sistem+operasional&btnG=#d=gs_qabs&t=1689771053659&u=%23p%3DyDZALFmGO3UJ)
- [3] Zinaida R, Isnawijayani I. 2022. Strategi Humas Dalam Penanganan Pengaduan Masyarakat: Kasus PT. PLN (Persero) Wilayah Sumatera Selatan, Jambi, dan Bengkulu. Jurnal Studi Sosial dan Politik 6 (2), 260-273.  
[https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as\\_sdt=0%2C5&q=strategi+humas+dalam+penanganan+pengaduan+masyarakat+kasus+pt+pln+persero&btnG=#d=gs\\_qabs&t=1689771359777&u=%23p%3Dy08pIThlY-EJ](https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=strategi+humas+dalam+penanganan+pengaduan+masyarakat+kasus+pt+pln+persero&btnG=#d=gs_qabs&t=1689771359777&u=%23p%3Dy08pIThlY-EJ)
- [4] Feroniza C, Misnawati D. 2020. Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun @yhoophii\_official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan. Jurnal Inovasi14(1),32-41.  
[https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as\\_sdt=0%2C5&q=penggunaan+media+sosial+instagram+pada+akun+%40yhophii&btnG=#d=gs\\_qabs&t=1689771455735&u=%23p%3D4\\_nQzyYidJsJ](https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=penggunaan+media+sosial+instagram+pada+akun+%40yhophii&btnG=#d=gs_qabs&t=1689771455735&u=%23p%3D4_nQzyYidJsJ)
- [5] Pertiwi K, Misnawati D, Mutialela R dan Isnawijayani I. 2021. Audit Komunikasi Organisasi Terhadap Kinerja Rafa Televisi di Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Fatah Palembang. Wardah 22 (2), 36-54.  
[https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as\\_sdt=0%2C5&q=audit+komunikasi+organisasi+terhadap+kinerja+rafa&btnG=#d=gs\\_qabs&t=1689771609985&u=%23p%3DyPQGs m-qdOEJ](https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=audit+komunikasi+organisasi+terhadap+kinerja+rafa&btnG=#d=gs_qabs&t=1689771609985&u=%23p%3DyPQGs m-qdOEJ)
- [6] Pratama Herri M, Misnawati D, Renaldi M. 2022. Efektivitas Sosial Media Sebagai Media Promosi Desa Surabaya Timur. Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora 1(1), 86-90.  
[https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as\\_sdt=0%2C5&q=efektivitas+sosial+media+sebagai+promosi+desa+surabaya+timur&btnG=#d=gs\\_qabs&t=1689771702177&u=%23p%3D9J5451zstCYJ](https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=efektivitas+sosial+media+sebagai+promosi+desa+surabaya+timur&btnG=#d=gs_qabs&t=1689771702177&u=%23p%3D9J5451zstCYJ)
- [7] Mutialela R, Sunarto. 2020. Efektivitas Komunikasi Interpersonal Pelatih Dalam Membentuk Karakter Siswa Sekolah Sepakbola di Kota Palembang.