



Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Informasi dan Branding Karang Taruna Tanjung Senang

Utilization of Social Media as a Medium For Information and Branding For Karang Taruna Tanjung Senang

Wulan Purnama Sari^{1*}, Putri Khoirunnisa², Vika Agustiyani³, Zakky Al Hussainy⁴,
Putri Walliy Apriyanty⁵, Vani Gusti Andini⁶, Syifa Nabila⁷, Putri Vika Nurwinda⁸,
Revito Rahman Ali Shodikin⁹, Surya Rido Hernata¹⁰, Dian Oktarina¹¹

¹⁻¹¹Universitas Islam Negeri Jurai Siwo Lampung, Kota Metro, Provinsi Lampung, Indonesia

*Penulis Korespondensi: wulanpurnama47948@gmail.com

Riwayat Artikel:

Naskah Masuk: 15 Agustus 2026;

Revisi: 31 Agustus 2026;

Diterima: 24 September 2026;

Terbit: 30 September 2026

Keywords: Branding; Information; Karang Taruna; Social Media; Youth Organization.

Abstract: Utilizing social media is a strategy that youth organizations can employ to disseminate information, document activities, and build their organizational brand. While the Tanjung Senang Youth Organization (Karang Taruna) possesses social media channels with the potential to serve as platforms for information and activity publicity, their management has not yet been optimal or consistent. This initiative aims to assess the use of social media for information and branding purposes by the Tanjung Senang Youth Organization and to identify ways to optimize its management. The methods employed included observation and interviews with the organization's administrators. The results indicate that social media has been utilized to disseminate information regarding the organization's activities, work programs, and social initiatives. Furthermore, social media plays a role in raising awareness of the organization's presence and fostering a positive image within the community. However, management faces several challenges, such as limited human resources, a lack of consistency in content creation and publication, and unstructured task allocation. Therefore, optimizing social media usage requires increased consistency in publishing and activity documentation, the creation of informative and engaging content, and a structured approach to task allocation. Sustainable social media management is expected to enhance the platform's role as a tool for information, communication, documentation, and branding for the Tanjung Senang Youth Organization.

Abstrak

Pemanfaatan media sosial menjadi salah satu strategi yang dapat digunakan organisasi kepemudaan dalam menyampaikan informasi, mendokumentasikan kegiatan, serta membangun branding organisasi. Karang Taruna Tanjung Senang memiliki media sosial yang berpotensi dimanfaatkan sebagai media informasi dan publikasi kegiatan, namun pengelolaannya belum dilakukan secara optimal dan konsisten. Kegiatan ini bertujuan untuk mengetahui pemanfaatan media sosial sebagai media informasi dan branding Karang Taruna Tanjung Senang serta mengidentifikasi upaya optimalisasi pengelolaannya. Metode yang digunakan adalah observasi dan wawancara dengan pengurus Karang Taruna Tanjung Senang. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa media sosial telah dimanfaatkan untuk menyebarluaskan informasi mengenai kegiatan, program kerja, dan aktivitas sosial organisasi. Selain itu, media sosial berperan dalam memperkenalkan keberadaan Karang Taruna dan membangun citra positif di lingkungan masyarakat. Namun, pengelolaannya masih menghadapi beberapa kendala, seperti keterbatasan sumber daya manusia, kurangnya konsistensi dalam pembuatan dan publikasi konten, serta pembagian tugas pengelolaan yang belum terstruktur. Oleh karena itu, optimalisasi media sosial perlu dilakukan melalui peningkatan konsistensi publikasi, dokumentasi kegiatan, pembuatan konten yang informatif dan menarik, serta pembagian tugas pengelolaan secara terarah. Pengelolaan media sosial yang berkelanjutan diharapkan dapat meningkatkan fungsi media sosial sebagai sarana informasi, komunikasi, dokumentasi, dan branding Karang Taruna Tanjung Senang.

Kata Kunci: Branding; Informasi; Karang Taruna; Media Sosial; Organisasi Kepemudaan.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan dalam pola komunikasi masyarakat, termasuk dalam cara organisasi menyampaikan informasi, mendokumentasikan kegiatan, dan membangun hubungan dengan masyarakat. Media sosial menjadi salah satu sarana komunikasi digital yang memungkinkan informasi disampaikan secara cepat, interaktif, dan memiliki jangkauan yang luas. Penggunaan media sosial saat ini tidak hanya berkaitan dengan komunikasi personal, tetapi juga telah berkembang menjadi sarana publikasi, promosi, penyampaian informasi, serta pembentukan identitas organisasi. Dalam konteks organisasi sosial dan kepemudaan, media sosial dapat dimanfaatkan untuk memperkenalkan kegiatan organisasi sekaligus membangun keterhubungan yang lebih baik dengan masyarakat. Pemanfaatan media sosial yang dikelola secara terarah juga dapat mendukung penyampaian pesan organisasi secara lebih menarik dan mudah dipahami oleh khalayak (Watajdid et al., 2021).

Karang Taruna merupakan organisasi kepemudaan yang memiliki peran penting dalam kehidupan sosial masyarakat. Keberadaan Karang Taruna dapat menjadi wadah bagi generasi muda untuk berpartisipasi dalam berbagai kegiatan sosial, kepemudaan, keagamaan, pemberdayaan masyarakat, dan pembangunan lingkungan. Partisipasi pemuda melalui Karang Taruna tidak hanya diwujudkan melalui keterlibatan dalam kegiatan secara langsung, tetapi juga melalui kemampuan organisasi dalam mengomunikasikan berbagai aktivitas dan kontribusinya kepada masyarakat. Agustin dan Sukmana (2023) menunjukkan bahwa Karang Taruna menjadi salah satu wadah partisipasi pemuda dalam pembangunan desa. Oleh karena itu, aktivitas dan kontribusi organisasi perlu dikomunikasikan secara efektif agar keberadaan serta peran pemuda dapat diketahui oleh masyarakat secara lebih luas.

Salah satu media yang dapat digunakan untuk mendukung komunikasi tersebut adalah media sosial. Melalui media sosial, Karang Taruna dapat menyampaikan informasi mengenai program kerja, kegiatan sosial, agenda organisasi, dokumentasi aktivitas, serta capaian yang telah dilakukan. Media sosial juga dapat menjadi ruang interaksi antara pengurus organisasi dengan masyarakat sehingga komunikasi tidak hanya berlangsung secara satu arah. Jatmiko et al. (2022) melalui kegiatan pendampingan terhadap kelompok pemuda Karang Taruna menunjukkan pentingnya pengelolaan akun media sosial seperti YouTube dan Instagram sebagai bagian dari upaya memperkenalkan dan mendukung aktivitas kelompok pemuda. Dengan demikian, keberadaan akun media sosial organisasi perlu diikuti dengan kemampuan pengelolaan konten dan strategi publikasi yang sesuai dengan karakteristik platform digital.

Selain sebagai media informasi, media sosial memiliki fungsi penting dalam membangun branding organisasi. Branding dalam konteks organisasi tidak hanya berkaitan dengan penggunaan nama, logo, atau identitas visual, tetapi juga mencakup bagaimana organisasi memperlihatkan karakter, nilai, aktivitas, dan kontribusinya kepada masyarakat. Konten yang dipublikasikan secara konsisten dapat membantu membentuk persepsi masyarakat terhadap keberadaan dan aktivitas organisasi. Kadafi et al. (2022) menunjukkan bahwa media sosial dapat dimanfaatkan sebagai sarana untuk membangun branding organisasi Karang Taruna. Hal tersebut menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi instrumen strategis untuk memperkuat identitas organisasi sekaligus meningkatkan pengenalan masyarakat terhadap kegiatan yang dilakukan.

Penguatan branding melalui media sosial membutuhkan konten yang informatif, menarik, dan memiliki identitas yang jelas. Konten dapat dikembangkan dalam berbagai bentuk, seperti poster digital, foto kegiatan, video pendek, infografis, ucapan hari besar, informasi kegiatan, maupun dokumentasi program organisasi. Penggunaan berbagai bentuk konten tersebut dapat membuat informasi organisasi lebih mudah diterima dan meningkatkan daya tarik komunikasi digital. Fibriana et al. (2024) menunjukkan bahwa pelatihan pembuatan konten Instagram pada Karang Taruna Sedatigede dapat mendorong peningkatan motivasi dan produktivitas anggota dalam menghasilkan konten media sosial. Temuan tersebut memperlihatkan bahwa keterampilan membuat konten merupakan salah satu aspek yang perlu diperhatikan dalam pengembangan pemanfaatan media sosial oleh organisasi kepemudaan.

Kemampuan pengurus dalam menggunakan aplikasi desain dan penyuntingan video juga menjadi bagian penting dalam pengelolaan media sosial. Platform seperti Canva dapat digunakan untuk menghasilkan poster, infografis, dan materi publikasi, sedangkan aplikasi penyuntingan video seperti CapCut dapat digunakan untuk menghasilkan video pendek yang lebih komunikatif. Riza et al. (2025) menunjukkan bahwa workshop penggunaan Canva dan CapCut bagi pemuda Karang Taruna dapat menjadi sarana untuk meningkatkan kemampuan pemuda dalam menghasilkan konten digital. Penguasaan keterampilan tersebut memungkinkan pengurus untuk tidak hanya menjadi pengguna media sosial, tetapi juga menjadi pengelola konten yang mampu mengemas informasi organisasi secara kreatif dan sesuai dengan kebutuhan komunikasi digital.

Pengelolaan media sosial yang efektif juga berkaitan dengan konsistensi publikasi dan strategi komunikasi. Keberadaan akun media sosial tanpa adanya perencanaan konten dan jadwal publikasi dapat menyebabkan informasi organisasi tidak tersampaikan secara optimal. Oleh sebab itu, pengelolaan media sosial perlu dilakukan melalui beberapa tahapan, mulai dari

identifikasi informasi yang akan disampaikan, dokumentasi kegiatan, penyusunan materi visual, penulisan keterangan atau caption, penjadwalan publikasi, hingga evaluasi terhadap respons masyarakat. Ananda et al. (2025) menunjukkan bahwa pelatihan media sosial pada Karang Taruna dapat diarahkan untuk mendukung kemampuan komunikasi digital sekaligus promosi yang berkelanjutan. Konsistensi pengelolaan tersebut penting agar media sosial dapat berfungsi sebagai media komunikasi organisasi dalam jangka panjang.

Aspek visual dan identitas organisasi juga perlu mendapatkan perhatian dalam pengelolaan media sosial. Identitas visual yang konsisten dapat membantu masyarakat mengenali konten yang berasal dari suatu organisasi. Penggunaan elemen visual yang relatif seragam, seperti logo, tipografi, tata letak, serta gaya penyajian informasi, dapat mendukung terbentuknya identitas digital organisasi. Hidayati (2021) menunjukkan bahwa perancangan identitas visual memiliki keterkaitan dengan penerapannya pada berbagai media promosi. Dalam konteks Karang Taruna, prinsip tersebut dapat diterapkan melalui penyusunan materi publikasi yang memiliki karakter visual yang konsisten sehingga akun media sosial organisasi tidak hanya menjadi tempat penyimpanan dokumentasi, tetapi juga menjadi representasi identitas organisasi di ruang digital.

Pengelolaan media sosial juga dapat dikaitkan dengan kemampuan pengurus dalam membangun citra positif organisasi. Utami dan Fitriana (2023) menunjukkan bahwa pelatihan personal branding bagi pengurus Karang Taruna dapat meningkatkan kemampuan peserta dalam memperkenalkan diri dan membangun citra positif melalui media digital. Meskipun personal branding dan branding organisasi memiliki fokus yang berbeda, keduanya menunjukkan pentingnya kemampuan mengelola komunikasi dan citra di ruang digital. Bagi Karang Taruna, kemampuan tersebut dapat diarahkan pada penyajian aktivitas organisasi secara positif, informatif, dan bertanggung jawab sehingga masyarakat memperoleh informasi yang lebih jelas mengenai peran dan kontribusi organisasi.

Kebutuhan terhadap penguatan pengelolaan media sosial juga relevan dengan kondisi Karang Taruna Tanjung Senang, Desa Merak Batin, Kecamatan Natar. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara awal, Karang Taruna Tanjung Senang telah memiliki dan memanfaatkan media sosial untuk menyampaikan informasi mengenai kegiatan dan aktivitas organisasi. Namun, pemanfaatan tersebut belum sepenuhnya optimal. Beberapa kendala yang ditemukan antara lain keterbatasan sumber daya manusia yang memiliki kemampuan pengelolaan konten digital, kesibukan pengurus dalam menjalankan aktivitas masing-masing, belum konsistennya pembuatan dan publikasi konten, serta pembagian tugas pengelolaan media sosial yang belum terstruktur. Kondisi tersebut menyebabkan potensi media sosial

sebagai sarana informasi dan branding organisasi belum dapat dimanfaatkan secara maksimal. Permasalahan tersebut menunjukkan bahwa penguatan pemanfaatan media sosial tidak cukup dilakukan hanya dengan menyediakan atau memiliki akun media sosial organisasi. Pengurus juga membutuhkan pemahaman mengenai perencanaan konten, teknik dokumentasi, pembuatan materi visual, penyuntingan video sederhana, penyusunan caption, penjadwalan publikasi, serta pembagian tugas pengelolaan akun. Pendampingan yang diberikan perlu diarahkan pada keterampilan praktis yang dapat langsung diterapkan dalam aktivitas organisasi. Dengan demikian, kegiatan pengabdian kepada masyarakat dapat menghasilkan perubahan yang tidak hanya bersifat teoritis, tetapi juga mendukung kemampuan pengurus dalam mengelola media sosial secara mandiri dan berkelanjutan.

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan sebagai upaya untuk mengoptimalkan pemanfaatan media sosial sebagai media informasi dan branding Karang Taruna Tanjung Senang. Kegiatan diarahkan pada penguatan kemampuan pengurus dalam merencanakan dan menghasilkan konten digital, mendokumentasikan kegiatan organisasi, mengembangkan identitas visual, menyusun jadwal publikasi, serta membagi tanggung jawab pengelolaan media sosial secara lebih terstruktur. Pendekatan tersebut diharapkan dapat membantu Karang Taruna Tanjung Senang membangun komunikasi yang lebih efektif dengan masyarakat sekaligus memperkuat identitas organisasi di ruang digital. Dengan pengelolaan yang konsisten dan berkelanjutan, media sosial diharapkan dapat menjadi sarana untuk menyampaikan informasi kegiatan, mendokumentasikan kontribusi pemuda, memperkenalkan program organisasi, dan membangun citra positif Karang Taruna Tanjung Senang di tengah masyarakat.

Berdasarkan uraian tersebut, tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah meningkatkan pemanfaatan media sosial sebagai media informasi dan branding Karang Taruna Tanjung Senang melalui penguatan keterampilan pengurus dalam pembuatan dan pengelolaan konten digital. Selain itu, kegiatan ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan mengatasi kendala pengelolaan media sosial, khususnya dalam aspek perencanaan konten, dokumentasi kegiatan, publikasi, konsistensi pengelolaan, identitas visual, dan pembagian tugas pengurus. Melalui kegiatan tersebut, Karang Taruna Tanjung Senang diharapkan memiliki kemampuan yang lebih baik dalam mengelola media sosial secara informatif, kreatif, konsisten, dan berkelanjutan..

2. KAJIAN TEORITIS

Media Sosial

Media sosial merupakan salah satu media digital yang dapat dimanfaatkan untuk melakukan komunikasi, penyebaran informasi, serta membangun interaksi dengan pengguna. Perkembangan media sosial juga memberikan peluang dalam kegiatan pemasaran digital karena dapat digunakan untuk menyampaikan informasi dan memperkenalkan suatu produk, organisasi, maupun kegiatan kepada masyarakat secara lebih luas. Instagram sebagai salah satu platform media sosial dapat dimanfaatkan sebagai media komunikasi pemasaran, meningkatkan kesadaran terhadap suatu merek atau identitas, serta mendorong keterlibatan pengguna melalui berbagai bentuk interaksi.

Selain sebagai sarana penyebaran informasi, media sosial juga dapat digunakan untuk membangun keterlibatan audiens. Penyampaian informasi melalui media sosial memungkinkan pengguna untuk memberikan tanggapan, membagikan pengalaman, serta berinteraksi terhadap konten yang disampaikan. Konten yang dibuat secara edukatif dan interaktif dapat membantu meningkatkan perhatian audiens dan mendorong keterlibatan mereka terhadap informasi yang dipublikasikan.

Berdasarkan uraian tersebut, media sosial dapat dipahami sebagai sarana komunikasi digital yang tidak hanya berfungsi untuk menyampaikan informasi, tetapi juga dapat digunakan untuk membangun interaksi dan meningkatkan pengenalan terhadap suatu organisasi. Dalam konteks Karang Taruna, pemanfaatan media sosial dapat menjadi sarana untuk menyampaikan kegiatan, mendokumentasikan aktivitas, berinteraksi dengan masyarakat, serta memperkenalkan keberadaan dan citra organisasi kepada masyarakat secara lebih luas.

Branding

Identitas visual merupakan salah satu unsur penting dalam membangun citra dan karakter suatu organisasi atau perusahaan. Identitas visual dapat diwujudkan melalui berbagai elemen seperti logo, warna, tipografi, tagline, dan elemen grafis lainnya yang digunakan untuk merepresentasikan identitas kepada masyarakat. Hidayati menjelaskan bahwa identitas visual berfungsi sebagai sarana untuk mengomunikasikan keberadaan dan karakter perusahaan sekaligus membentuk citra yang mudah dikenali oleh masyarakat. Penggunaan elemen visual yang tepat dan konsisten dapat membantu membangun citra profesional serta menjadi pembeda dengan organisasi atau perusahaan lainnya.

Identitas visual juga dapat diterapkan pada berbagai media komunikasi dan promosi, seperti poster, brosur, banner, website, media sosial, seragam, dan merchandise. Penerapan identitas yang konsisten pada berbagai media dapat menciptakan keseragaman dalam

penyampaian informasi sehingga identitas lebih mudah dikenali oleh masyarakat. Hidayati menunjukkan bahwa penerapan identitas visual secara konsisten pada berbagai media promosi dapat mendukung terbentuknya citra profesional dan meningkatkan kepercayaan masyarakat.

Dalam konteks organisasi, branding tidak hanya berkaitan dengan aspek visual, tetapi juga bagaimana organisasi membangun citra melalui informasi dan kegiatan yang disampaikan kepada masyarakat. Media sosial dapat menjadi salah satu sarana untuk memperkenalkan identitas dan kegiatan organisasi secara lebih luas. Puspita dkk menunjukkan bahwa pemanfaatan akun Instagram sebagai media promosi dapat mendukung penyampaian informasi sekaligus membangun citra suatu gerakan atau organisasi kepada masyarakat. Dengan demikian, branding dan identitas visual dapat menjadi bagian penting dalam memperkuat pengenalan, citra, dan eksistensi organisasi melalui media komunikasi yang digunakan secara konsisten.

Karang Taruna

Karang Taruna merupakan organisasi kepemudaan yang menjadi wadah bagi generasi muda untuk mengembangkan potensi, keterampilan, kreativitas, dan kepedulian sosial. Melalui berbagai kegiatan, Karang Taruna dapat membantu meningkatkan kualitas sumber daya manusia (SDM), seperti melalui pelatihan, pemberdayaan pemuda, kegiatan sosial, kewirausahaan, dan pengembangan ekonomi kreatif. Kegiatan tersebut diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan, keterampilan, kemandirian, serta produktivitas pemuda sehingga mereka mampu memberikan manfaat bagi masyarakat.

Selain berperan dalam pengembangan SDM, Karang Taruna juga dapat menjadi wadah bagi pemuda untuk berpartisipasi dalam pembangunan desa. Partisipasi tersebut dapat dilakukan melalui keterlibatan dalam pengambilan keputusan, pelaksanaan kegiatan, pemanfaatan hasil pembangunan, serta evaluasi. Pemuda dapat memberikan tenaga, waktu, ide, keterampilan, maupun pendapat dalam berbagai kegiatan pembangunan yang dilaksanakan di desa.

Peran Karang Taruna dalam pengembangan SDM dan pembangunan desa masih perlu ditingkatkan melalui program yang sesuai dengan kebutuhan pemuda serta dukungan dan koordinasi yang baik dengan pemerintah desa. Kesibukan pemuda karena pekerjaan atau pendidikan, rendahnya motivasi, dan kurangnya keterlibatan dalam kegiatan menjadi beberapa hal yang dapat menghambat partisipasi. Oleh karena itu, diperlukan kegiatan yang menarik, pelatihan yang berkelanjutan, serta pemberian ruang yang lebih luas kepada pemuda agar Karang Taruna dapat berperan secara optimal dalam meningkatkan kualitas SDM sekaligus mendukung pembangunan desa.

3. METODE PENELITIAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan di Karang Taruna Tanjung Senang, Desa Merak Batin, Kecamatan Natar, Kabupaten Lampung Selatan. Metode yang digunakan adalah pendekatan deskriptif dengan tahapan kegiatan yang meliputi observasi, wawancara, identifikasi masalah, sosialisasi, pelatihan, praktik, pendampingan, dan evaluasi. Tahapan tersebut digunakan untuk memperoleh gambaran mengenai kondisi mitra sekaligus menentukan bentuk kegiatan yang sesuai dengan kebutuhan organisasi.

Tahap pertama adalah observasi. Observasi dilakukan untuk mengetahui kondisi awal pemanfaatan media sosial oleh Karang Taruna Tanjung Senang, termasuk aktivitas organisasi, penggunaan media sosial, jenis informasi yang dibagikan, serta bentuk publikasi kegiatan yang telah dilakukan. Observasi menjadi langkah awal untuk mengetahui permasalahan yang terdapat pada mitra sebelum menentukan kegiatan yang akan diberikan.

Tahap kedua adalah wawancara dengan pengurus Karang Taruna Tanjung Senang. Wawancara dilakukan untuk memperoleh informasi secara lebih mendalam mengenai penggunaan media sosial sebagai media informasi dan branding organisasi. Pertanyaan diarahkan pada penggunaan media sosial, jenis informasi yang dipublikasikan, pengelolaan konten, kendala yang dihadapi, serta harapan pengurus terhadap pengembangan media sosial Karang Taruna. Wawancara dapat digunakan untuk menggali persepsi, pemahaman, dan pengalaman peserta terhadap kegiatan yang dilaksanakan.

Tahap ketiga adalah identifikasi permasalahan dan kebutuhan mitra berdasarkan hasil observasi dan wawancara. Informasi yang diperoleh kemudian dikelompokkan untuk mengetahui permasalahan utama dalam pengelolaan media sosial Karang Taruna. Berdasarkan hasil pengamatan, permasalahan yang ditemukan berkaitan dengan keterbatasan sumber daya manusia, belum konsistennya pembuatan dan publikasi konten, serta belum teraturnya pembagian tugas dalam pengelolaan media sosial. Hasil identifikasi tersebut digunakan sebagai dasar dalam menentukan materi dan bentuk kegiatan yang diberikan kepada mitra.

Tahap keempat adalah sosialisasi dan penyampaian materi mengenai pemanfaatan media sosial sebagai media informasi dan branding. Materi diberikan untuk meningkatkan pemahaman pengurus mengenai pentingnya media sosial dalam menyampaikan informasi kegiatan organisasi, membangun identitas organisasi, serta memperkenalkan kegiatan Karang Taruna kepada masyarakat. Penyampaian materi dilakukan secara interaktif melalui penjelasan dan diskusi agar pengurus dapat menyampaikan pengalaman maupun kendala yang dihadapi. Tahap kelima adalah pelatihan dan praktik pengelolaan media sosial. Setelah memperoleh materi, pengurus diarahkan untuk menerapkan pengetahuan melalui praktik pembuatan dan

penyusunan konten media sosial. Praktik meliputi pemilihan informasi yang akan dipublikasikan, penyusunan materi konten, pengambilan dokumentasi kegiatan, serta penyusunan publikasi yang sesuai dengan identitas Karang Taruna. Pelatihan yang disertai praktik langsung dilakukan agar peserta tidak hanya memahami materi secara teori, tetapi juga mampu menerapkannya dalam pengelolaan media sosial.¹

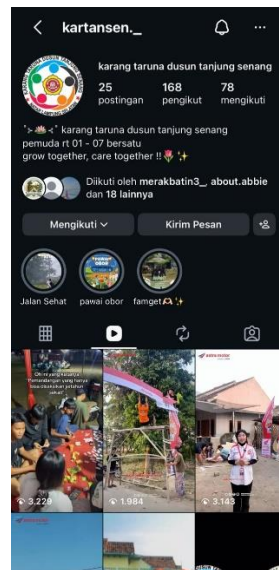
Tahap keenam adalah pendampingan. Pendampingan dilakukan untuk membantu pengurus menerapkan pengelolaan media sosial secara lebih terarah setelah memperoleh materi dan melakukan praktik. Pendampingan diberikan melalui arahan terhadap penyusunan konten, pemilihan informasi yang layak dipublikasikan, serta pengelolaan publikasi media sosial. Pendampingan diperlukan untuk membantu mitra menerapkan keterampilan yang telah diperoleh secara berkelanjutan.²

Tahap terakhir adalah evaluasi untuk mengetahui ketercapaian kegiatan. Evaluasi dilakukan melalui observasi dan wawancara terhadap pengurus setelah kegiatan berlangsung. Aspek yang diamati meliputi pemahaman pengurus mengenai fungsi media sosial, kemampuan dalam menyusun konten, serta kemampuan memanfaatkan media sosial sebagai media informasi dan branding Karang Taruna. Hasil evaluasi digunakan untuk mengetahui ketercapaian kegiatan serta hal-hal yang masih perlu diperbaiki dalam pengelolaan media sosial.

Data yang diperoleh dari observasi, wawancara, dan dokumentasi kemudian dianalisis secara deskriptif. Data dikelompokkan berdasarkan kondisi awal mitra, permasalahan pengelolaan media sosial, proses pelaksanaan kegiatan, serta hasil pendampingan dan evaluasi. Hasil analisis tersebut digunakan untuk menggambarkan proses pemanfaatan media sosial sebagai media informasi dan branding Karang Taruna Tanjung Senang.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahap awal kegiatan dilakukan melalui observasi terhadap media sosial Karang Taruna Tanjung Senang untuk mengetahui kondisi dan pemanfaatannya sebagai media informasi serta sarana branding organisasi. Observasi dilakukan dengan melihat aktivitas akun, jenis konten yang dibagikan, serta bentuk dokumentasi kegiatan yang telah dipublikasikan. Hasil observasi tersebut menjadi dasar untuk mengetahui kondisi awal pengelolaan media sosial sebelum dilakukan pembahasan lebih lanjut.



Gambar 1. Akun Instagram Karang Taruna Tanjung Senang.

Gambar 1 menunjukkan dokumentasi pemanfaatan media sosial oleh Karang Taruna Tanjung Senang sebagai salah satu sarana untuk menyampaikan informasi mengenai kegiatan dan aktivitas organisasi kepada masyarakat. Pemanfaatan media sosial menjadi bagian penting dalam membantu Karang Taruna memperkenalkan berbagai kegiatan yang dilaksanakan, baik kegiatan kepemudaan maupun kegiatan sosial yang melibatkan masyarakat. Melalui publikasi di media sosial, informasi mengenai kegiatan dapat disampaikan dengan lebih mudah sehingga masyarakat dapat mengetahui aktivitas yang dilakukan oleh Karang Taruna.

Pemanfaatan media sosial juga memberikan kemudahan dalam mendokumentasikan berbagai kegiatan yang telah dilaksanakan. Foto dan video kegiatan yang dipublikasikan dapat menjadi dokumentasi digital yang menunjukkan aktivitas organisasi dari waktu ke waktu. Dokumentasi tersebut tidak hanya berfungsi sebagai arsip, tetapi juga dapat digunakan untuk memberikan informasi kepada masyarakat mengenai kegiatan yang telah, sedang, maupun akan dilakukan oleh Karang Taruna. Dengan adanya dokumentasi yang dipublikasikan, masyarakat dapat melihat secara langsung bentuk kegiatan dan keterlibatan pemuda dalam lingkungan desa. Selain berfungsi sebagai media informasi, media sosial juga dimanfaatkan sebagai sarana branding bagi Karang Taruna Tanjung Senang. Publikasi berbagai kegiatan dapat membantu memperkenalkan identitas organisasi serta menunjukkan keberadaan dan peran Karang Taruna di tengah masyarakat. Konten yang berisi kegiatan positif, seperti kegiatan sosial, kepemudaan, keagamaan, olahraga, maupun kegiatan masyarakat lainnya, dapat memberikan gambaran mengenai aktivitas dan kontribusi organisasi. Hal tersebut dapat membantu membentuk citra Karang Taruna sebagai organisasi kepemudaan yang aktif dan memiliki kepedulian terhadap lingkungan sekitar.

Berdasarkan hasil observasi, keberadaan media sosial memberikan peluang bagi Karang Taruna Tanjung Senang untuk menjangkau masyarakat secara lebih luas. Informasi yang sebelumnya dapat disampaikan secara langsung atau melalui komunikasi dari satu orang ke orang lain dapat dipublikasikan melalui media sosial sehingga lebih mudah diakses. Media sosial juga memungkinkan dokumentasi kegiatan untuk dilihat kembali oleh masyarakat dan dapat menjadi salah satu bentuk transparansi mengenai kegiatan yang dilakukan oleh organisasi.

Namun, pemanfaatan media sosial Karang Taruna Tanjung Senang masih belum sepenuhnya optimal. Salah satu kendala yang ditemukan adalah keterbatasan sumber daya manusia dalam mengelola media sosial. Selain itu, pembuatan dan pengunggahan konten belum dilakukan secara konsisten karena adanya kesibukan pengurus dan pengelolaan yang belum terstruktur. Kondisi tersebut menyebabkan beberapa kegiatan yang dilakukan belum selalu terdokumentasikan dan dipublikasikan secara rutin.

Oleh karena itu, pemanfaatan media sosial dapat terus dikembangkan dengan melakukan dokumentasi pada setiap kegiatan, meningkatkan konsistensi dalam membuat konten, serta membagi tugas pengelolaan media sosial kepada beberapa pengurus. Konten yang dibuat juga dapat dikembangkan menjadi lebih informatif, edukatif, dan menarik sehingga tidak hanya memberikan informasi, tetapi juga mampu memperkuat identitas dan citra Karang Taruna Tanjung Senang. Dengan pengelolaan yang lebih terarah dan berkelanjutan, media sosial diharapkan dapat menjadi sarana yang efektif dalam mendukung penyebaran informasi sekaligus meningkatkan branding Karang Taruna di masyarakat.



Gambar 2. Kegiatan Wawancara dengan Pengurus Karang Taruna Tanjung Senang.

Gambar 2 menunjukkan kegiatan wawancara yang dilakukan dengan pengurus Karang Taruna Tanjung Senang sebagai bagian dari kegiatan pengumpulan informasi mengenai pemanfaatan media sosial organisasi. Wawancara dilakukan secara langsung untuk mengetahui bagaimana media sosial digunakan oleh Karang Taruna dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat, jenis informasi dan kegiatan yang dipublikasikan, serta bagaimana media sosial dimanfaatkan untuk memperkenalkan keberadaan dan aktivitas organisasi kepada masyarakat. Kegiatan wawancara juga dilakukan untuk memperoleh gambaran mengenai kondisi pengelolaan media sosial yang telah berjalan serta berbagai kendala yang masih dihadapi oleh pengurus.

Berdasarkan hasil wawancara, media sosial telah dimanfaatkan oleh Karang Taruna Tanjung Senang sebagai salah satu sarana untuk menyampaikan informasi mengenai kegiatan dan aktivitas organisasi. Informasi yang dibagikan dapat berupa dokumentasi kegiatan, aktivitas kepemudaan, kegiatan sosial, maupun informasi lain yang berkaitan dengan Karang Taruna. Penggunaan media sosial dinilai dapat membantu penyebaran informasi karena masyarakat dapat mengetahui kegiatan yang dilakukan tanpa harus memperoleh informasi secara langsung. Selain itu, dokumentasi berupa foto dan video yang diunggah melalui media sosial dapat menjadi arsip digital sekaligus menunjukkan aktivitas Karang Taruna kepada masyarakat yang lebih luas.

Hasil wawancara juga menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran dalam membangun branding Karang Taruna Tanjung Senang. Melalui publikasi kegiatan secara rutin, masyarakat dapat lebih mengenal keberadaan, aktivitas, dan peran Karang Taruna dalam lingkungan desa. Konten yang menampilkan kegiatan positif dapat membantu membentuk citra organisasi sebagai kelompok kepemudaan yang aktif, kreatif, dan memiliki kepedulian terhadap lingkungan masyarakat. Dengan demikian, media sosial tidak hanya digunakan sebagai tempat untuk menyampaikan informasi, tetapi juga menjadi sarana untuk memperkenalkan identitas organisasi dan menunjukkan kontribusi Karang Taruna kepada masyarakat.

Meskipun demikian, dalam pelaksanaannya masih terdapat beberapa kendala dalam pengelolaan media sosial. Berdasarkan informasi yang diperoleh melalui wawancara, keterbatasan sumber daya manusia menjadi salah satu hambatan dalam pengelolaan media sosial. Selain itu, pembuatan dan pengunggahan konten belum dilakukan secara konsisten karena kesibukan para pengurus serta pembagian tugas pengelolaan media sosial yang belum terstruktur. Kondisi tersebut menyebabkan informasi mengenai kegiatan Karang Taruna belum selalu dipublikasikan secara berkelanjutan.

Temuan dari wawancara tersebut menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial Karang Taruna Tanjung Senang masih memiliki peluang untuk dikembangkan. Pengelolaan yang lebih terarah dapat dilakukan melalui pembagian tugas kepada pengurus, dokumentasi setiap kegiatan, penyusunan jadwal publikasi, serta pembuatan konten yang informatif, edukatif, dan menarik. Dengan pengelolaan yang lebih konsisten, media sosial diharapkan dapat semakin efektif sebagai media informasi sekaligus mendukung branding Karang Taruna Tanjung Senang agar keberadaan dan kegiatan organisasi lebih dikenal oleh masyarakat.

Pembahasan

Pemanfaatan media sosial oleh Karang Taruna Tanjung Senang menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi sarana yang mendukung penyebaran informasi kegiatan organisasi kepada masyarakat. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, media sosial digunakan untuk membagikan dokumentasi serta informasi mengenai aktivitas Karang Taruna. Hal ini memberikan kemudahan karena informasi kegiatan dapat disampaikan kepada masyarakat tanpa harus dilakukan secara langsung. Dengan demikian, media sosial dapat membantu memperluas jangkauan penyampaian informasi sekaligus memudahkan masyarakat untuk mengetahui keberadaan dan aktivitas organisasi.

Selain sebagai media informasi, penggunaan media sosial juga memiliki keterkaitan dengan upaya membangun branding Karang Taruna Tanjung Senang. Publikasi kegiatan yang dilakukan oleh organisasi dapat menjadi gambaran mengenai identitas dan aktivitas Karang Taruna di lingkungan masyarakat. Konten yang menampilkan kegiatan organisasi secara positif dapat membantu masyarakat mengenali peran serta keberadaan Karang Taruna. Branding dalam konteks ini tidak hanya berkaitan dengan pengenalan nama organisasi, tetapi juga dengan bagaimana organisasi menunjukkan citra dan aktivitasnya melalui media sosial.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa dokumentasi kegiatan memiliki peranan penting dalam mendukung fungsi informasi dan branding. Foto maupun video yang dipublikasikan dapat menjadi dokumentasi digital yang dapat dilihat kembali oleh masyarakat. Dokumentasi tersebut juga dapat menunjukkan bahwa Karang Taruna memiliki kegiatan dan keterlibatan dalam lingkungan desa. Semakin teratur kegiatan didokumentasikan dan dipublikasikan, semakin besar peluang masyarakat untuk mengenal aktivitas serta kontribusi organisasi.

Meskipun demikian, pemanfaatan media sosial Karang Taruna Tanjung Senang masih menghadapi beberapa kendala. Hasil wawancara menunjukkan adanya keterbatasan sumber daya manusia, kesibukan pengurus, serta pembagian tugas pengelolaan media sosial yang belum terstruktur. Kondisi tersebut dapat menyebabkan publikasi kegiatan belum dilakukan secara konsisten. Oleh karena itu, keberadaan media sosial saja belum cukup untuk mendukung

penyebaran informasi dan branding secara optimal apabila tidak disertai dengan pengelolaan yang terarah dan berkelanjutan.

Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan pengelolaan media sosial yang lebih terstruktur melalui pembagian tugas kepada beberapa pengurus, dokumentasi pada setiap kegiatan, serta penyusunan jadwal publikasi. Konten yang dibuat juga dapat dikembangkan agar lebih informatif, edukatif, dan menarik sesuai dengan kegiatan organisasi. Dengan adanya pengelolaan yang lebih konsisten, media sosial Karang Taruna Tanjung Senang dapat dimanfaatkan secara lebih optimal sebagai media informasi sekaligus sebagai sarana untuk memperkuat identitas dan branding organisasi di masyarakat.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa media sosial memiliki peran sebagai media informasi, komunikasi, dokumentasi, dan branding bagi Karang Taruna Tanjung Senang. Media sosial telah dimanfaatkan untuk menyampaikan informasi mengenai kegiatan, program kerja, serta aktivitas sosial kepada masyarakat. Selain itu, publikasi kegiatan melalui media sosial dapat membantu memperkenalkan keberadaan dan kontribusi Karang Taruna sekaligus membangun citra positif organisasi di lingkungan masyarakat.

Namun, pemanfaatan media sosial masih belum optimal karena terdapat beberapa kendala, yaitu keterbatasan sumber daya manusia, kesibukan pengurus, kurangnya konsistensi dalam pembuatan dan publikasi konten, serta pembagian tugas pengelolaan yang belum terstruktur. Oleh karena itu, diperlukan pengelolaan media sosial yang lebih terarah melalui pembagian tugas yang jelas, dokumentasi pada setiap kegiatan, penyusunan jadwal publikasi, serta pembuatan konten yang informatif, edukatif, dan menarik. Dengan pengelolaan yang konsisten dan berkelanjutan, media sosial diharapkan dapat semakin efektif dalam mendukung penyebaran informasi sekaligus memperkuat branding Karang Taruna Tanjung Senang.

PENGAKUAN

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Islam Negeri Jurai Siwo Lampung yang telah memberikan kesempatan dan dukungan dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pemerintah Desa Merak Batin, khususnya Karang Taruna Tanjung Senang, yang telah memberikan izin, waktu, informasi, serta berpartisipasi dalam kegiatan observasi dan wawancara. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu, baik secara langsung

maupun tidak langsung, sehingga kegiatan pengabdian dan penyusunan artikel ini dapat terlaksana dengan baik.

DAFTAR REFERENSI

- Agustin, Y., & Sukmana, H. (2023). Partisipasi pemuda dalam pembangunan desa melalui Karang Taruna di Pemerintahan Desa Tropodo Kecamatan Krian Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Negara*, 10(2).
- Ananda, Z. F., Aurlani, F., & Pratama, A. (2025). Pelatihan media sosial bilingual untuk promosi berkelanjutan: Studi kasus Karang Taruna Dwikora Medan. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat*, 10(9). <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v10i9.9596>
- Ashari, N., & Palintan, T. A. (2024). Pendampingan peningkatan kecakapan guru PAUD dalam pembelajaran ABK. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Ilmu Keguruan dan Pendidikan*, 6(1).
- Fibriana, A. H., Rochmaniah, A., & Febriana, P. (2024). Pelatihan membuat konten Instagram pada Karang Taruna Sedatigede. *Jurnal ABDINUS: Jurnal Pengabdian Nusantara*, 8(1), 34–41. <https://doi.org/10.29407/ja.v8i1.20862>
- Guntur, S. M., & Maulana, R. (2026). Analisis peran Karang Taruna dalam pengembangan sumber daya manusia di masyarakat (Studi kasus pada Karang Taruna Desa Gemilang Jaya). *Jurnal Indragiri Penelitian Multidisiplin*, 6(2).
- Hidayati, I. (2021). A redesign of visual identity and its applications in Nursalam travel promotion media in Karawang. *Arty: Jurnal Seni Rupa*, 10(3).
- Jatmiko, R., Adi, I. R., & Saktiningrum, N. (2022). Pendampingan kelompok pemuda Karang Taruna desa dalam pengelolaan akun media sosial YouTube dan Instagram. *Bakti Budaya*, 5(2), 230–239. <https://doi.org/10.22146/bakti.5607>
- Kadafi, A. R., Purnamasari, I., & Tuslaela, T. (2022). Membangun branding organisasi Karang Taruna melalui sosial media. *Jurnal Abdimas Nusa Mandiri*, 4(2), 32–37. <https://doi.org/10.33480/abdimas.v4i01.3029>
- Martuti, N. K. T., Khoiriyah, L., & Zahara, N. E. (2024). Pendampingan pengembangan usaha produksi telur asin “Pak Mul” Desa Sendang melalui pembuatan logo, stempel, dan label. *Jurnal Bina Desa*, 6(3).
- Oktaf, G. E., Saputra, N. D., Alauddin, F. A., & Puspitaningrum, D. C. (2026). Pemberdayaan pelaku UMKM Desa Mangli Kecamatan Kaliangkrik dalam pengembangan promosi melalui e-commerce. *Jurnal Bina Desa*, 8(1).
- Puspita, A., Darubekti, N., & Samosir, F. T. (2022). Analisis manajemen pencitraan pada akun Instagram @Rafflesia_Membaca dalam upaya promosi gerakan literasi di Provinsi Bengkulu. *Lentera Pustaka: Jurnal Kajian Ilmu Perpustakaan, Informasi dan Kearsipan*, 8(1), 61–70. <https://doi.org/10.14710/lenpust.v8i1.44191>
- Rahmawati, D. A., Tawaqal, M. F., Safitri, D., & Faradila, M. A. (2025). Peran wanita sebagai agen Pancasila: Pelatihan pembuatan buket bunga sebagai upaya pemanfaatan sampah plastik. *Jurnal Bina Desa*, 7(2).

- Rauf, R. F., Rivai, A. A., Rahman, K., & Rivai, A. M. (2024). Pelatihan penggunaan aplikasi Google sebagai media penunjang pembelajaran bagi guru SMAN 4 Bantaeng. *Jurnal Hasil Pengabdian Masyarakat*, 3(3). <https://doi.org/10.26858/ipitek.v3i3.63307>
- Ridaryanthi, M. (2025). Pemberdayaan Karang Taruna di Kelurahan Meruya Selatan: Peningkatan keterampilan kreasi konten media sosial. *Jurnal Abdimas Kartika Wijayakusuma*, 6(4), 1. <https://doi.org/10.26874/jakw.v6i4.1177>
- Riza, M., Murwadi, H., & Ainita, O. (2025). Pemberdayaan digital untuk pariwisata: Workshop Canva dan CapCut bagi pemuda Karang Taruna. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 9(1). <https://doi.org/10.23960/jss.v9i1.572>
- Sari, H., Arso, N. F. L., & Setiaboedi, A. P. (2022). Perancangan strategi peningkatan keterlibatan pelanggan di media sosial. *J@Ti Undip: Jurnal Teknik Industri*, 17(1), 13–21. <https://doi.org/10.14710/jati.1.1.13-21>
- Sumanjoyo Hutagalung, S., Hermawan, D., & Faedlulloh, D. (2024). Pendampingan penyusunan rencana aksi program Kabupaten Layak Anak di Kabupaten Lampung Tengah. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 9(4). <https://doi.org/10.30653/jppm.v9i4.918>
- Utami, N., & Fitriana, O. (2023). Pelatihan membangun personal branding pengurus Karang Taruna Unit 03 Tanjung Priok Jakarta Utara. *Jurnal Solma*, 12(3), 868–874. <https://doi.org/10.22236/solma.v12i3.11588>
- Watajdid, N. I., Lathifah, A., & Andini, D. S. (2021). Systematic literature review: Peran media sosial terhadap perkembangan digital marketing. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 20(2). <https://doi.org/10.14710/jspi.v20i2.163-179>
- Winarsih, D., Ramadhika, B., & Singgih, S. (2023). Pelatihan dan pendampingan e-learning readiness pada transformasi pembelajaran daring-luring berbasis PBL untuk guru SMP dan MTs. *To Maega: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(2), 244–256. <https://doi.org/10.35914/tomaega.v6i2.1596>