

UPAYA PENINGKATAN CITRA YAYASAN AURICA MELALUI OPTIMALISASI PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DAN YOUTUBE

Marcela Aurelia

Ilmu Komunikasi,

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

marselaurelia37@gmail.com

Luthfi Nur'aini Malik

Ilmu Komunikasi,

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

lutfiaini98@gmail.com

ABSTRAK

Dalam kegiatan upaya peningkatan citra di Yayasan Aurica dilaksanakan dengan pemanfaatan media sosial sebagai wadahnya. Yayasan Aurica sendiri sebelumnya sudah menggunakan media sosial Instagram dan Youtube untuk mengenalkan Yayasan Aurica kepada khalayak umum, namun belum dijalankan secara optimal. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode deskriptif dimana mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya turut serta langsung dalam kegiatan ini. Peningkatan citra yayasan ini dianggap penting karena banyak orang yang belum mengetahui tentang Pendidikan Inklusi dan juga Habilitasi Pendengaran.

Kata Kunci: *Media Sosial, Yayasan Aurica, Peningkatan Citra*

ABSTRACT

In activities to improve the image of the Aurica Foundation, it is carried out by using social media as a forum. The Aurica Foundation itself has previously used social media Instagram and YouTube to introduce the Aurica Foundation to the general public, but this has not been implemented optimally. In this research, the researcher used a descriptive method where students at the University of 17 August 1945 Surabaya participated directly in this activity. Improving the image of this foundation is considered important because many people do not know about Inclusive Education and Hearing Habilitation.

Keywords: *Social Media, Aurica Foundation, Image Enhancement*

A. PENDAHULUAN

Di era globalisasi ini, kita senantiasa dituntut untuk siap menghadapi kemajuan teknologi informasi dan digitalisasi agar dapat beradaptasi dengan perkembangan teknologi yang ada. Media dan teknologi baru telah memberikan cara baru bagi kita untuk memperoleh informasi dan gagasan, cara baru untuk berinteraksi dengan teman dan orang asing, dan cara baru untuk mempelajari dunia, identitas kita dan masa depan (Gamble, 2005:7). Media sosial merupakan

salah satu hasil dari kemajuan teknologi. Menurut Kaplan dan Haenlein (2010), media sosial merupakan aplikasi berbasis internet yang dibangun dengan pondasi ideologi web 2.0 yang memungkinkan terjadinya penciptaan dan pertukaran konten dengan pengguna secara luas. Dalam penggunaan media sosial, perlu adanya strategi yang bermanfaat bagi masyarakat dan tentunya juga dapat membentuk citra yang positif di kalangan masyarakat.

Saat ini Yayasan Aurica sudah memiliki beberapa akun media sosial, salah satunya adalah Instagram dengan nama akun @yayasan_aurica dengan jumlah pengikut sebanyak 1.402 pengikut dan 391 unggahan. Unggahan yang dibagikan di akun Instagram ini berupa beberapa kegiatan pembelajaran dan kegiatan terapi serta beberapa informasi mengenai Yayasan Aurica. Namun jika dilihat dari konten yang di unggah oleh pihak Aurica, masih belum banyak mendapat respon dari kalangan masyarakat.

Dalam hal ini, media mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap citra suatu lembaga. Semua laporan media baik itu positif maupun negative dapat diakses dengan mudah. Media mencerminkan bagaimana setiap Lembaga mampu memberikan nilai positif di mata masyarakat. Oleh karena itu, media internet atau media sosial menjadi sangat penting bagi suatu Lembaga untuk menciptakan citra Lembaga yang positif dengan berbagai cara atau strategi pengolahan.

Media sosial merupakan media online yang dapat dengan mudah digunakan oleh semua kalangan dengan tujuan dan kepentingan yang berbeda – beda. Dengan adanya media sosial, banyak orang yang membranding dirinya atau Lembaganya, terutama untuk mendapatkan citra positif dari orang lain yang menggunakan media sosial lain. Fungsi media sosial adalah memfasilitasi penyediaan layanan informasi secara cepat, memberikan informasi kepada masyarakat mengenai program yang dilakukan dan pengembangan program kerja.

Saat ini pengguna Instagram sudah ada dari berbagai kalangan, mulai dari anak - anak hingga orang tua. Hal ini membuat instagram menjadi salah satu platform yang berperan penting dalam dalam pembentukan citra Yayasan Aurica. Citra merupakan sebuah gambaran tentang mental, ide yang dihasilkan oleh imajinasi atau kepribadian yang ditujukan kepada publik oleh seseorang, organisasi dan sebagainya (Oliver dalam Yunatan, 2016). Citra sebuah lembaga dapat terbentuk dari pengalaman yang akan menjadi citra baik maupun buruk. Tidak hanya dilihat dari riwayat pengalaman sebelumnya saja, citra juga dapat dilihat diberbagai media sosial, salah satunya adalah Instagram.

B. METODE PENELITIAN

Kegiatan ini menggunakan pendekatan deskriptif dengan beberapa tahapan yaitu

1. Identifikasi Masalah

Pada tahap pertama penulis melakukan identifikasi masalah yang ada di Yayasan Aurica melalui wawancara, dengan melakukan wawancara bisa ditemukan masalah yang ada salah satunya, tidak dikelolanya sosial media Yayasan Aurica.

2. Merumuskan Masalah

Dengan ditemukannya masalah, penulis merumuskan masalah yang ada yaitu memberikan pendampingan cara mengelolah media sosial Yayasan Aurica

3. Merumuskan Bentuk Kegiatan dan Target Sasaran

Dari rumusan masalah yang telah ada, penulis melakukan pendampingan cara mengelolah media sosial Yayasan Aurica yaitu Instagram dan Youtube mulai dari pengambilan gambar & video, editing foto & video, dan menggunakan media sosial sebagai media promosi

4. Pelaksanaan Kegiatan

Setelah merencanakan program, diharapkan dengan dilaksanakannya pendampingan ini akun media sosial Yayasan Aurica yang sebelumnya kurang aktif menjadi aktif

5. Evaluasi dan Monitoring

Diadakannya evaluasi serta monitoring dapat digunakan untuk mengukur keberhasilan program yang telah penulis lakukan dan dapat mengetahui kesalahan yang ada

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Identifikasi Masalah

Pada tahapan pertama identifikasi masalah, penulis melakukan wawancara dengan Ibu Sinta Nursimah, S.PSi., M.Pd selaku pekerja di Yayasan Aurica. Dari hasil wawancara ini didapati bahwa Aurica sudah memiliki beberapa akun media sosial, salah satunya adalah Instagram. Namun karena keterbatasan sumber daya manusianya, akun media sosial kurang dikelola dengan baik.

Merumuskan Masalah

Dari identifikasi masalah yang sudah dilakukan sebelumnya, kini penulis sudah mengetahui permasalahan apa yang terjadi di Yayasan Aurica, yaitu kurangnya optimalisasi penggunaan sosial media untuk membangun citra Yayasan Aurica.

Dari permasalahan tersebut, penulis merumuskan permasalahan yang ada dengan memberikan pendampingan mengenai cara mengoptimalkan sosial media melalui produksi konten. Konten dapat berupa teks, grafik, video, suara, dokumen, laporan - laporan dan lain - lain. Artinya, konten adalah semua hal yang dapat dikelola dalam format elektronik (Simarmata, 2011). Pendampingan ini berisi beberapa tahapan kegiatan, yaitu:

1. Pembuatan Konsep konten media social

Langkah pertama dalam membuat sebuah konten adalah menentukan konsep. Dalam hal ini kita diharuskan melakukan riset, mengemabangkan ide terbaru yang menaik dan inovatif agar dapat menarik perhatian khalayak untuk mengetahui lebih banyak tentang Yayasan Aurica.

2. Proses Teknis pembuatan video konten

1) Sebelum memulai melakukan rekaman video konten, ada baiknya membuat naskah atau script terlebih dahulu. Tujuannya agar video yang akan direkam tersusun dengan rapi, mulai dari pembukaan, isi materi yang akan disampaikan hingga penutup.

- 2) Setelah pembuatan naskah/script selesai, hal yang perlu dilakukan selanjutnya adalah perekaman video. Dalam pengambilan video terdapat beberapa hal penting dalam merekam, yaitu :
 - a. Lokasi yang akan digunakan untuk pengambilan video
 - b. Kualitas cahaya di lokasi, jika cahaya di lokasi kurang memadai bisa menggunakan lighting tambahan.
 - c. Tingkat kebisingan (noise), pastikan lokasi yang akan digunakan tidak terlalu bising agar tidak mengganggu proses perekaman video.
 - d. Kualitas peralatan yang digunakan, hal ini juga mempengaruhi dalam proses perekaman video konten.
3. Proses editing video setelah semua kegiatan rekaman selesai. Video diurutkan sesuai dengan script yang sudah dibuat. Untuk software atau aplikasi yang digunakan untuk mengedit bisa menggunakan aplikasi yang sederhana dan mudah untuk dipelajari, misalnya menggunakan aplikasi CapCut yang bisa digunakan di Handphone maupun laptop atau PC.
4. Tahap terakhir dalam pembuatan konten adalah pendistribusian atau penyebaran video konten yang telah selesai direkam dan di edit. Pada tahap ini video akan dipublikasi di media sosial. Ada beberapa hal yang harus diperhatikan saat mengunggah video ke media sosial, seperti :
 - a. Buat cover atau thumbnail video agar video terlihat menarik perhatian massa sebelum di klik untuk di putar
 - b. Memberikan keterangan atau caption yang menarik di video yang akan di unggah.
 - c. memberikan tagar atau hastag (#) yang berkaitan dengan video konten yang dibuat agar mempermudah massa menemukan video yang kita unggah.

Selain menggunakan platform Instagram, video konten ini juga di unggah di media sosial lainnya seperti Youtube dan Facebook. Hal ini dilakukan dengan tujuan agar masyarakat dapat lebih mengenal Yayasan Aurica dan memberikan feedback yang baik, yang kemudian juga akan memberikan dampak yaitu terbentuknya citra yang positif untuk Yayasan Aurica ini.

Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan pendampingan pembuatan konten di Yayasan Aurica ini berlangsung pada tanggal 15 Juni 2024

Pada langkah awal telah dilaksanakan diskusi bersama dengan tenaga kerja yang ada di Yayasan Aurica mengenai rencana pendampingan pembuatan video konten. Hal ini sudah disetujui oleh semua yang bersangkutan dan bersedia untuk ikut berpartisipasi dalam pendampingan ini.

Kegiatan yang dilakukan adalah memberikan pengarahan mengenai langkah - langkah apa yang harus dilakukan sebelum melakukan pembuatan video konten. Setelah mengetahui langkah - langkah apa yang harus dilakukan sebelum membuat video konten, penulisan melakukan diskusi kembali dengan pihak Aurica mengenai konsep atau Ide yang akan digunakan untuk pembuatan video konten. Akhirnya sudah diputuskan bahwa video konten yang akan dibuat adalah video pembelajaran yang akan dilakukan oleh guru - guru di Aurica serta video

konten kegiatan belajar mengajar, kegiatan terapi, dan juga kegiatan ekstrakurikuler yang dilakukan oleh murid - murid di KB-TK Aurica.



Gambar: Kegiatan di TK Aurica

Kemudian kegiatan yang dilakukan adalah memberikan pelatihan mengenai cara pengambilan gambar atau video yang baik dengan memperhatikan angle - angle yang digunakan, selain itu pencahayaan di lokasi juga harus diperhatikan. Apabila cahaya di lokasi kurang memadai, maka dapat menggunakan pencahayaan tambahan misalnya penggunaan ring light atau light box agar tercapai kualitas pencahayaan yang bagus. Kemudian tak lupa juga mengarahkan ke lokasi pengambilan video yang tepat dengan memilih lokasi dengan tingkat kebisingan atau noise yang rendah.

Setelah kegiatan pengambilan gambar selesai, penulis juga mengajarkan bagaimana memilih video yang bagus yang nantinya akan di edit menjadi video konten. Setelah dipilih, langkah selanjutnya adalah menyusun video yang akan di edit menjadi satu kesatuan cerita. Pada pelaksanaan kegiatan ini, penulis menggunakan aplikasi Capcut. Alasan dipilihnya aplikasi ini karena sederhana dan mudah untuk dipahami.

Selanjutnya dilakukan kegiatan pendampingan mengenai hasil dari video konten yang sudah dilakukan pengeditan. Dalam kegiatan ini, penulis membahas mengenai apakah konten yang di edit ini sudah sesuai dengan konsep dan juga script yang telah dibuat sebelumnya.

Setelah itu penulis melihat apakah pengajar Yayasan Aurica memahami dan bisa mempraktekan apa yang telah penulis lakukan pendampingan dan didapatkan pengajar Yayasan Aurica sudah memahami cara pengelolaan sosial media Yayasan Aurica

D. KESIMPULAN

Kegiatan ini berisi tentang pendampingan pengelolaan sosial media di Yayasan Aurica, yang bertujuan untuk peningkatan citra yayasan, penulis disini melakukan pendampingan mulai dari cara pengolahan konten instagram hingga youtube, cara pengambilan gambar dan video, pembuatan profil yayasan dan juga mendampingi membuat caption agar menarik pembaca

Kegiatan ini menggunakan metode pelaksanaan observasi deskriptif, dimana peneliti melakukan observasi secara langsung dan mencari permasalahan yang ada di Yayasan Aurica yaitu kurang dikelolanya sosial media, maka dengan adanya

pendampingan ini diharapkan Yayasan Aurica dapat mengelola sosial media yang ada dan meningkatkan citra dari Yayasan Aurica.

DAFTAR PUSTAKA

- Gamble, T. K., & Gamble, M. (2012). *Communication Works*. New York: McGraw-Hill Higher Education.
- Kaplan, A., & Haenlein, M. (2010). *User of The World, Unite! The Challenge! and Opportunities of Social Media*. Prancis: Business Horizon.
- Mahmudah, S. M., & Rahayu, M. (2020). Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat Pada Instagram Sebuah Pusat Perbelanjaan. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 2(1), 8.
- Syuderajat, F., & Puspitasari, K. (2017). PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL OLEH UNIT CORPORATE COMMUNICATION PT GMF AEROASIA. *Komuniti*, 9(2), 82-83