

Pemanfaatan Media Sosial untuk Branding Panti Asuhan Yatim Piatu Naelul Khair Kota Bekasi

Ahmad Fauzi*¹, Muhammad Hilman Fakhri², Findi Ayu Sariasih³, Raden Bagus Dimas Putra⁴

^{1,3,4}Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Nusa Mandiri, Indonesia

²Informatika, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Nusa Mandiri, Indonesia

*e-mail: ahmad.azy@nusamandiri.ac.id¹, hilman.mhz@nusamandiri.ac.id², findi.fav@nusamandiri.ac.id³, raden.rbd@nusamandiri.ac.id⁴

Abstrak

Media Sosial merupakan sarana yang dibangun dengan menggunakan berbagai platform yang bertujuan untuk menghubungkan seorang dengan orang lain di dunia virtualisasi. Dengan adanya media sosial, seseorang dapat menemukan dan menambah persahabatan dan komunitas yang tidak mengenal tempat dan waktu. Untuk itu, dengan adanya media sosial maka seorang atau sebuah instansi dapat memperkenalkan jati dirinya kepada banyak orang dalam satu jangkauan yaitu jaringan internet. Panti Asuhan Yatim Piatu Naelul Khair merupakan sebuah Yayasan yang bergerak dalam bidang sosial menampung puluhan anak yatim dan piatu untuk dirawat dan dibesarkan, sehingga tidak bisa dipungkiri sebuah permasalahan dalam pengembangan anak asuhnya tentunya memerlukan biaya dan sebagai besar didapatkan dari donator untuk hasil donasi yang didapatkan dari masyarakat sekitar Yayasan dan hanya di ketahui dari mulut ke mulut mengenai keberadaan Yayasan tersebut. Untuk itu, dengan memanfaatkan teknologi agar lebih dikenal dan diketahui keberadaannya, maka dibuatkan sebuah Media Sosial untuk memposting kegiatan dan kebutuhan dari anak-anak asuh agar dapat menarik perhatian dermawan. Kegiatan tersebut dilaksanakan dengan menggunakan Metode workshop sehingga diharapkan nantinya akan menjadi donatur dengan adanya pengabdian kepada masyarakat pada Panti Asuhan Yatim Piatu Naelul Khair dengan mengadakan pelatihan dalam pembuatan media social untuk branding Yayasan dengan menggunakan metode hybrid dimana peserta berada pada 1 tempat sedangkan pembicara menyampaikan materi secara daring. Dengan adanya kegiatan ini, bertujuan dapat membantu dan mempermudah pada dermawan yang ingin menyisihkan hartanya untuk Wilayah Bekasi pada umumnya dan seindonesia pada khususnya.

Kata kunci: Donatur, Media Sosial, Yayasan Yatim & Piatu

Abstract

Social Media is a tool that is built using various platforms that aim to connect a person with other people in the world of virtualization. With social media, one can find and add friendship and community that knows no place and time. With social media, an individual or an institution. can introduce his identity to many people in one reach, namely the internet network. and most of it is obtained from donors for the results of donations obtained from the community around the Foundation and only known by word of mouth the existence of the Foundation for that by utilizing technology so that it is better known and known for its existence, a Social Media is created to post the activities and needs of the children foster children so that they can attract the attention of benefactors, these activities are carried out using the workshop method so that it is hoped that later they will become donors through community service at the Naelul Khair Orphanage which aims to help and facilitate benefactors who want to set aside their wealth for the Bekasi region in general and throughout Indonesia in particular.

Keywords: Donors, Orphans & Orphans Foundations, Social Media

1. PENDAHULUAN

Untuk mencapai kesejahteraan hidup, masyarakat tidak dapat berjalan sendiri tanpa adanya bimbingan atau arahan. Dorongan dan dukungan dari pihak luar sangat dibutuhkan oleh masyarakat supaya mereka dapat terlatih dan termotivasi (Adhimi & Prasetyawan, 2019) . Upaya yang dapat dilakukan untuk membangun literasi yaitu dengan melibatkan masyarakat untuk mengikuti kegiatan sosial. Salah satu solusi masyarakat supaya mengikuti kegiatan sosial

yaitu dengan melakukan pemberdayaan kepada masyarakat, Pemberdayaan merupakan suatu upaya yang dilakukan guna memperbaiki kualitas hidup sumber daya manusia (SDM) dengan cara membuat mereka memiliki kreatifitas atau ketrampilan untuk memerangi kekurangan dan keterbelakangan masyarakat dengan harapan membangun diri mereka sendiri untuk lebih maju dan sejahtera. Tujuan dari pemberdayaan terhadap masyarakat melalui pengembangan kemampuan yang nantinya dapat diberdayakan dalam meningkatkan taraf kehidupnya .

Pengguna media sosial berasal dari berbagai kalangan, mulai dari usia muda hingga usia dewasa. Media sosial digunakan sebagai salah satu media untuk memudahkan dalam berinteraksi antar penggunanya (Adhimi & Prasetyawan, 2019). Informasi yang diperoleh dari media sosial memiliki jangkauan yang luas yang bersifat nasional maupun internasional. Perusahaan – perusahaan juga menggunakan media sosial untuk menjalin komunikasi dan media promosi dengan masyarakat (Fauzi et al., 2022). Masyarakat Indonesia telah menggunakan media sosial dalam pengembangan branding (Maulana et al., 2022). Branding adalah proses penyampaian informasi tentang simbol yang dapat merepresentasikan suatu produk, jasa maupun perusahaan supaya memiliki karakteristik khusus yang berbeda dari produk, jasa maupun perusahaan yang bergerak pada bidang yang sama. Branding dapat digunakan sebagai strategi promosi untuk pemasaran suatu produk. Branding yang kuat dapat menarik pembeli untuk membeli suatu produk maupun jasa. Strategi Branding yang tepat akan menguatkan suatu perusahaan dalam menghadapi kompetitor (Afiffah et al., 2022)

Strategi branding memiliki hubungan dengan komunikasi. Komunikasi merupakan proses penyampaian pemikiran yang disampaikan antar individu maupun antara organisasi dengan individu. Kegiatan komunikasi pemasaran akan memudahkan bagi khalayak umum untuk mengetahui perkembangan institusi sekolah. Kegiatan komunikasi yang dilakukan memiliki harapan agar memperoleh tiga bagian perubahan yakni perubahan pengetahuan, perubahan sikap dan adanya perubahan perilaku yang dikehendaki oleh pemberi informasi. Pemasaran memiliki hubungan yang erat dengan komunikasi. Komunikasi pemasaran menjadi perwujudan bauran pemasaran dengan memposisikan suatu branding yang berbeda dengan pesaing untuk disebarluaskan kepada pelanggan. Branding merupakan kegiatan pemasaran yang ditujukan untuk menarik minat pelanggan. Branding dilakukan untuk menumbuhkan hubungan emosional yang diharapkan akan menciptakan loyalitas dengan pelanggan. Branding yang dihubungkan dengan merek memberikan informasi karakteristik khusus yang membedakan dengan pesaing. Merek yang terbentuk dengan baik pada perspektif pelanggan akan memiliki keunggulan dalam persaingan, sehingga komunikasi yang baik mampu mewujudkan karakteristik merek dengan menunjukkan keunggulan serta ciri khas yang dimiliki (Fauzi et al., 2020).

Panti Asuhan Yatim Piatu Naelul Khair merupakan sebuah Yayasan yang bergerak dalam bidang sosial menampung puluhan anak yatim dan piatu dipimpin oleh Bapak Bukhori dimana Yayasan tersebut berada pada tengah Kota Bekasi Jl. Bambu Kuning No.75, RT.002/RW.003, Sepanjang Jaya, Kec. Rawalumbu, Kota Bks, Jawa Barat 17114.



Gambar 1. Peta Lokasi Panti Asuhan Yatim Piatu Naelul Khair

Dalam menjalankan kegiatannya Yayasan ini dihuni sebanyak 95 anak yatim dan piatu pastinya permasalahan yang dihadapi oleh mitra adalah dengan membutuhkan banyak biaya untuk memenuhi kebutuhan anak asuh dan didiknya lalu permasalahan selanjutnya adalah pada Yayasan tersebut tidak menerapkan sebuah teknologi informasi dalam keberadaannya ditengah-tengah masyarakat zaman digital saat ini (Rufi, 2019) dengan demikian biaya yang selama ini menjadi kebutuhan pokok bersumber dari pada dermawan yang mengetahui Yayasan tersebut dari mulut ke mulut selama berdirinya Yayasan tersebut sehingga sangat di sayangkan pada era jaman digital seperti ini yang harusnya sudah dapat menunjukkan eksistensi secara individu maupun perusahaan untuk lebih banyak melebarkan tentang keberadaan Panti Asuhan Yatim Piatu Naelul Khair dengan menggunakan media sosial sebagai media untuk memposting kegiatan Panti Asuhan Yatim Piatu Naelul Khair sehingga secara tidak langsung dengan adanya pengembangan metode dari hanya mulut ke mulut dengan pemanfaatan teknologi maka Panti Asuhan Yatim Piatu Naelul Khair dapat lebih melebarkan sayap melalui media sosial agar lebih mudah di cari oleh para dermawan ataupun dapat lebih mudah untuk memposting kegiatan-kegiatan anak didiknya dan diharapkan dapat lebih banyak mengundang para dermawan agar dapat berpartisipasi sebagai donatur untuk menyambung kehidupan dan kebutuhan anak-anak asuh Panti Asuhan Yatim Piatu Naelul Khair.



Gambar 2. Aktivitas Yatim dan Piatu Panti Asuhan Yatim Piatu Naelul Khair

Gambar 2 merupakan salah satu aktifitas yang dilakukan oleh panti asuhan Naelul Khair adalah pengajian rutinitas bagi anak asuhnya dan kegiatan kerohanian islam lainnya dan dengan adanya kegiatan tersebut makan dijamin yang modern seperti ini untuk acara seperti selamat atas kelahiran, syukuran dan tahlil dapat dilakukan pada Yayasan tersebut sehingga bagi masyarakat yang tidak begitu dekat dengan lingkungan tempat tinggalnya dapat menggunakan menjadikan panti asuhan Naelul Khair sebagai alternatif untuk melaksanakan kegiatan tersebut dan dengan di dukung dan disuport oleh media sosial dapat menjadikan branding ke masyarakat luas yang ingin mengadakan kegiatan kerohanian di panti asuhan.

2. METODE

Untuk itu metode yang dilakukan untuk mempraktikkan Pemanfaatan Media Sosial Untuk Branding Panti Asuhan Yatim Piatu Naelul Khair dengan cara Metode Hybrid pada Hari Sabtu tanggal 8 April 2023 pukul 15.00 s/d 18.00 dimana peserta akan berkumpul dan Sebagian panitia berkumpul dalam sebuah tempat dan Sebagian panitia berada pada Room Meeting dengan aplikasi Zoom sehingga dapat dilanjutkan dengan diskusi, Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Pada Masyarakat ini dikemas dengan menggunakan pendekatan workshop. Kegiatan dilakukan menggunakan metode ceramah, diskusi dan latihan. Adapun langkah-langkah dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian ini adalah sebagai berikut:

- a. Peserta pelatihan diberikan materi mengenai Pemanfaatan Media Sosial Untuk Branding Panti Asuhan Yatim Piatu Naelul Khair

- b. Peserta diberikan kesempatan untuk mendiskusikan materi yang telah diberikan. Kesempatan tanya jawab diberikan untuk memperjelas hal-hal yang masih menjadi keraguan.
- c. Peserta berlatih untuk membuat sebuah Media Sosial
- d. Hasil karya pengembangan profesi dikumpulkan dan dianalisis untuk diberikan masukan dan perbaikan lebih lanjut

Dalam mengukur keberhasilan akan ditinjau Kembali terhadap response dari masyarakat terhadap media social yang akan di buat.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Khalayak Sasaran pengabdian masyarakat ini tentu saja adalah para Pengurus dan Anak asuh Panti Asuhan Yatim Piatu Naelul Khair, Khalayak sasaran diutamakan kepada Pengurus dan Anak asuh dengan Pendidikan minimal SMA/Sederajat guna mempermudah memberikan pengetahuan dalam Pemanfaatan Media Sosial Untuk Branding Panti Asuhan Yatim Piatu Naelul Khair Kepada Masyarakat Umum Guna Mendukung branding Yayasan kepada masyarakat luas, pelaksanaan pengabdian masyarakat ini tentunya melibatkan beberapa pihak diantara Dosen-dosen Universitas Nusamandiri, Mahasiswa aktif serta organisasi yang digunakan sebagai wadah diskusi guna meningkatkan pengetahuan tentang penerapan teknologi untuk melaksanakan dan mendukung branding kepada masyarakat luas, oleh sebab itu diharapkan dengan adanya kegiatan ini dapat menjadikan sebuah penggerak para dermawan dan donatur di era digital marketing saat ini.

Pelaksanaan pengabdian dilakukan dengan tiga tahapan, di mana tahap pertama merupakan tahap persiapan. Pada tahap ini kelompok pengabdian melakukan survey pendahuluan untuk melihat kondisi di lapangan dan mengkaji kemampuan pengurus mitra akan sebuah media online. Dalam tahap ini dicari permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh pengurus Panti Asuhan Yatim Piatu Naelul Khair. Tahap selanjutnya merupakan tahapan pelaksanaan kegiatan pengabdian. Dalam tahap ini pengabdian melakukan kegiatan pengembangan terhadap kemampuan Mitra dalam Pemanfaatan Media Sosial Untuk Branding Panti Asuhan Yatim Piatu Naelul Khair Tahap yang terakhir adalah tahap evaluasi.

Pada kegiatan pengabdian masyarakat yang bekerja sama dengan mitra Yatim Piatu Naelul Khair yang merupakan pelajar dan pengurus inti yang nantinya mereka akan meneruskan materi yang sudah diberikan kepada pengurus atau peserta Yatim Piatu Naelul Khair, Dari kegiatan tersebut dapat pencapaian sebagai berikut:

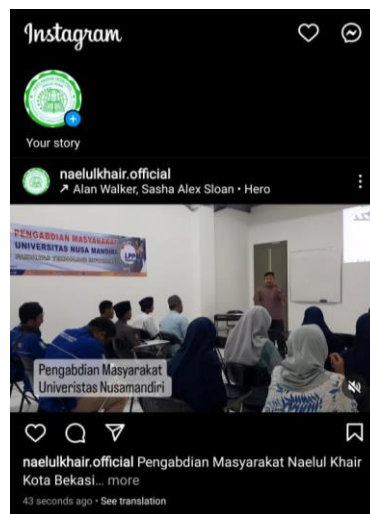
- a. Adanya sebuah pengetahuan baru terhadap sebuah pemanfaatan media sosial yang didapatkan para pelajar dan pengurus Yatim Piatu Naelul Khair dalam branding Yayasan kepada masyarakat.
- b. Menjadikan Penghubung antara donator dan pengurus Yatim Piatu Naelul Khair
- c. Mendorong masyarakat agar tergerak hatinya untuk membantu sesama.

Proses penyampaian materi oleh pembicara dimana Materi disampaikan secara hybrid dengan menggunakan aplikasi zoom dimana terdapat peserta yang berada pada sebuah tempat dan Sebagian panitia membimbing Teknik penyampaian materi secara offline.



Gambar 3. Proses workshop dengan menggunakan metode Hybrid

Dengan beberapa kegiatan Workshop dalam kegiatan tersebut maka peserta dibimbing dalam memanajemen akun Instagram tidak hanya pada pembuatan sebuah akun instagram akan tetapi peserta dicoba untuk mencoba memposting video, foto kegiatan baik secara live dengan menggunakan aplikasi live streaming yang diintegrasikan dengan platform Instagram, hasil dari pembuatan email dengan nama email naelulkhair.official@gmail.com, yang nanti akan digunakan sebagai email untuk pendaftaran penggunaan Media Sosial Instagram dengan menggunakan logo dari Yatim Piatu Naelul Khair itu sendiri, setelah membuat sebuah email maka pada mitra Yatim Piatu Naelul Khair membuat desain cover pada tampilan Instagramnya. Dengan adanya produk Instagram yang sudah dibuatkan pada workshop tersebut dan memanajemen akun instagram untuk streaming dan upload video diharapkan kegiatan-kegiatan yang dilakukan secara global tanpa mengenal jarak, waktu dan tempat tidak hanya itu saja dengan jumlah pengikut yang banyak dapat juga dijadikan sebagai kas tambahan untuk Mitra.



Gambar 4. Tampilan Instagram

Adapun dengan adanya kegiatan tersebut maka didapatkan sebuah hasil kepuasan terhadap pemaparan yang disebar dalam bentuk questioner dengan hasil sebagai berikut, Dengan adanya kuesioner yang diisi oleh peserta didapatkan bahwanya materi yang disampaikan oleh Pembicara pengabdian kepada masyarakat mendapatkan nilai presentase tingkat kepuasan peserta 53 % sangat Puas, 37 % Bagus dan selebihnya hanya pada pemilihan cukup puas.



Gambar 5. Response Peserta terhadap Kepuasan penyampaian Materi

4. KESIMPULAN

Dengan adanya kegiatan Pengabdian Kepada masyarakat yang dilakukan oleh Dosen dan Mahasiswa Universitas Nusamandiri kepada Mitra Yayasan Yatim/Piatu & Dhuafa Yatim Piatu

Naelul Khair dapat disimpulkan bahwasannya dengan kegiatan ini mengajak kepada pengurus dan anak asuh untuk memanfaatkan teknologi khususnya media sosial untuk hal yang positif dengan membuat akun media sosial tentang Yayasan Yatim/Piatu & Dhuafa Yatim Piatu Naelul Khair dengan berbagai macam platform untuk mendokumentasikan kegiatan Panti dan aktivitas panti setiap harinya dengan demikian maka dapat dikatakan bahwasannya untuk Yayasan Yatim/Piatu & Dhuafa Yatim Piatu Naelul Khair sangat aktif dalam segala kegiatan islami sehingga secara tidak langsung akan terhubung dengan para dermawan-dermawan yang tertarik untuk mengadakan hajatan atau mendonasikan rezekinya kepada Yayasan Yatim/Piatu & Dhuafa Yatim Piatu Naelul Khair sehingga dengan terhubungnya aktifitas ke media sosial akan membranding Yayasan Yatim/Piatu & Dhuafa Yatim Piatu Naelul Khair menjadi Yayasan yang dapat di cari pada mesin pencarian Google.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhimi, A. W., & Prasetyawan, Y. Y. (2019). Peran Komunitas Ruang Literasi Juwana Dalam Upaya Pemberdayaan Masyarakat di Desa Langgen Kecamatan Juwana. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 8(3), 217–226. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jip/article/view/26846>
- Afiffah, S. R., Fortuna, O. D., Kusumah, T. M., & Fauzi, A. (2022). Penerapan Strategi Digital Marketing Model AIDA dalam Pemberdayaan Masyarakat Kelompok Usaha Bersama (KUBE) Cakrawala, Rawalumbu, Kota Bekasi. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 2(2), 623–630. <https://doi.org/10.54082/jamsi.286>
- Armylasari, E. T., & Wiludjeng, F. A. (2018). PERAN KOMUNITAS BERBAGI NASI DALAM MEMBANTU PEMERINTAH UNTUK MENSEJAHTERAKAN KAUM DHUAFA (studi pada Komunitas Berbagi Nasi Kabupaten Tulungagung). *Translitera: Jurnal Kajian Komunikasi Dan Studi Media*, 5(2), 1–13. <https://doi.org/10.35457/translitera.v5i2.359>
- Darodjat, & Wahyudhiana. (2014). Memfungsikan Masjid Sebagai Pusat Pendidikan Untuk Membentuk Peradaban Islam. *Islamadina: Jurnal Pemikiran Islam*, 13(2), 1–13. <http://jurnalnasional.ump.ac.id/index.php/ISLAMADINA/article/view/1675/1419%0Ahttp://jurnalnasional.ump.ac.id/index.php/ISLAMADINA/article/view/1675>
- Fauzi, A., Firmansyah, F., & Nuriya, L. (2022). Workshop Manajemen Bandwidth Jaringan Komputer RT/RW pada Mitra Knowledge Connecting Community Kota Bekasi. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 3(1), 163–170. <https://doi.org/10.54082/jamsi.600>
- Fauzi, A., Firmansyah, Maulana, A., Kurnia, P., & Septian, B. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Untuk Branding Yayasan Yatim/Piatu & Dhuafa At-Taufiq Kota Bekasi. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat UP3M STKIP PGRI Sumatera Barat*, 2(1), 32–37.
- Maulana, A., Fauzi, A., Musyaffa, N., Hidayatulloh, S., Andriani, A., Abdullah, N., Abdullah, M., Nurbaiti, A., & Muslim, S. (2022). Pemanfaatan Sosial Media sebagai Sarana Dakwah Ikatan Pelajar Nahdatul Ulama Ciledug Kota Tangerang. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 2(3), 953–958. <https://doi.org/10.54082/jamsi.349>