

Pelatihan Optimalisasi Media Sosial dalam Mendukung Kampanye Sosial dan Budaya Lokal

(Social Media Optimization Training in Supporting Local Social and Cultural Campaigns)

Wahyudi Syaputra ^{1*}, Uci Suriani ², Rahma Fitriyani ³

¹⁻³ Politeknik Prasetiya Mandiri, Indonesia

Email: wahyudy@gmail.com ^{1*}, uci.suryani1@gmail.com ², rahmafyani@gmail.com ³

Article History:

Received: Desember 17, 2024;

Revised: Desember 31, 2024;

Accepted: Januari 12, 2025;

Published: Januari 15, 2025;

KeyWords: Social Media Optimization, Social Campaigns, Local Culture, Training, Palembang

Abstract, *The training "Optimizing Social Media in Supporting Local Social and Cultural Campaigns in Palembang City" was held with the aim of improving the understanding and skills of the community, especially cultural community actors, in utilizing social media as a tool to introduce and preserve Palembang's local culture. The background of this training is driven by the rapid development of digital technology, which opens up great opportunities for the City of Palembang to promote its rich culture and traditions to a global audience. Training activities are carried out in the form of theoretical and practical sessions, which include content creation, interaction strategies with audiences, and selection of the right platform to convey local cultural messages. The results of this training showed an increase in participants' understanding of the importance of using social media in cultural and social campaigns, as well as practical skills in creating effective content. In conclusion, this training successfully equips participants with the ability to optimize social media in promoting local culture and strengthening Palembang's cultural identity in the digital world.*

Abstrak,

Pelatihan "Optimalisasi Media Sosial dalam Mendukung Kampanye Sosial dan Budaya Lokal di Kota Palembang" diselenggarakan dengan tujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan masyarakat, terutama para pelaku komunitas budaya, dalam memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk memperkenalkan dan melestarikan budaya lokal Palembang. Latar belakang pelatihan ini didorong oleh pesatnya perkembangan teknologi digital, yang membuka peluang besar bagi Kota Palembang untuk mempromosikan kekayaan budaya dan tradisinya kepada audiens global. Kegiatan pelatihan dilaksanakan dalam bentuk sesi teori dan praktik, yang mencakup pembuatan konten, strategi interaksi dengan audiens, serta pemilihan platform yang tepat untuk menyampaikan pesan budaya lokal. Hasil dari pelatihan ini menunjukkan peningkatan pemahaman peserta mengenai pentingnya penggunaan media sosial dalam kampanye budaya dan sosial, serta keterampilan praktis dalam menyusun konten yang efektif. Kesimpulannya, pelatihan ini berhasil membekali peserta dengan kemampuan untuk mengoptimalkan media sosial dalam mempromosikan budaya lokal dan memperkuat identitas budaya Palembang di dunia digital.

Kata Kunci: Optimalisasi Media Sosial, Kampanye Sosial, Budaya Lokal, Pelatihan, Palembang

1. PENDAHULUAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan di kota Palembang. Adapun penyelenggara kegiatan ini adalah dosen dari Politeknik Prasetiya Mandiri, fokus kegiatan ini meningkatkan kapasitas masyarakat dalam menggunakan media sosial sebagai sarana edukasi, promosi, dan pelestarian budaya lokal. Palembang dipilih sebagai lokasi

kegiatan karena memiliki kekayaan budaya yang perlu dipromosikan lebih luas, seperti budaya Kapal Telok Abang, tradisi Perayaan Cap Go Meh di Pulau Kemaro, dan seni kuliner khas Palembang (Marsinah et al., 2024). Melalui pelatihan ini, peserta diajak untuk memahami peran penting media sosial dalam mendukung upaya pelestarian budaya dan penyebaran informasi positif kepada khalayak yang lebih luas (Agustina Sari et al., 2024; Purwanto et al., 2024).

Kegiatan ini diawali dengan sesi pengenalan dasar mengenai berbagai platform media sosial populer, seperti Instagram, Facebook, YouTube, dan TikTok. Peserta diberikan pemahaman tentang bagaimana memilih platform yang sesuai dengan jenis kampanye yang ingin dilakukan. Narasumber yang berpengalaman dalam bidang digital marketing dan komunikasi budaya turut menjelaskan cara membangun identitas visual yang kuat pada akun media sosial, termasuk pemilihan foto profil, desain feed yang menarik, serta penggunaan hashtag yang efektif untuk memperluas jangkauan audiens.

Selanjutnya, peserta diajarkan tentang strategi pembuatan konten yang menarik dan edukatif. Mereka dilatih dalam menyusun narasi yang menggugah, mulai dari storytelling tentang sejarah budaya Palembang hingga cara menulis caption yang persuasif (Fitria Marisya et al., 2024). Pelatihan ini juga mencakup penggunaan aplikasi desain grafis sederhana seperti Canva dan aplikasi pengeditan video gratis yang dapat diakses oleh semua kalangan. Peserta diberi kesempatan untuk langsung mempraktikkan pembuatan konten dengan bimbingan langsung dari fasilitator.

Untuk memperkuat dampak pelatihan, kegiatan dilanjutkan dengan sesi simulasi kampanye sosial dan budaya lokal secara langsung. Peserta dibagi dalam beberapa kelompok dan diminta membuat konten kampanye yang berkaitan dengan budaya Palembang, seperti mempromosikan tradisi Kapal Telok Abang yang biasa hadir saat perayaan kemerdekaan (Marsinah Marsinah et al., 2024) atau memperkenalkan sejarah Pulau Kemaro melalui video singkat (R.A Rodia Fitri Indriani et al., 2024). Hasil karya mereka kemudian diunggah di media sosial dengan menggunakan hashtag khusus yang dibuat untuk mengukur capaian publikasi.

Evaluasi dilakukan melalui kuesioner yang disebarakan kepada peserta pada akhir kegiatan. Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan pemahaman peserta dalam mengelola media sosial secara optimal. Sebagian besar peserta mampu membuat konten visual yang menarik dengan narasi yang kuat dan edukatif. Bahkan, beberapa peserta melaporkan adanya peningkatan jumlah pengikut di akun media sosial mereka setelah mengikuti pelatihan ini.

Kegiatan PKM ini melibatkan berbagai pihak, termasuk komunitas budaya setempat, organisasi pemuda, dan pelaku UMKM. Kolaborasi yang terjalin diharapkan dapat memperluas dampak positif dari pelatihan ini, tidak hanya pada peserta yang hadir tetapi juga pada masyarakat luas melalui konten yang dihasilkan. Selain itu, pelatihan ini memberikan motivasi bagi generasi muda Palembang untuk terus melestarikan budaya lokal dengan memanfaatkan teknologi informasi yang berkembang pesat (Agustin & Purwanto, 2023).

Dengan adanya pelatihan ini, diharapkan akan tercipta gerakan positif di Kota Palembang dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana edukasi dan promosi budaya yang lebih efektif. Kampanye sosial dan budaya yang dilakukan secara konsisten akan membantu memperkuat identitas lokal dan memperkenalkan kekayaan budaya Palembang ke kancah nasional maupun.

2. METODE PELAKSANAAN

Kegiatan dilaksanakan selama 2 hari pada 3 dan 4 Desember 2024 dengan melibatkan tiga dosen dari Politeknik Prasetiya Mandiri Prodi Teknologi Rekayasa Multimedia, yaitu Wahyudi Syaputra, S.Kom., M.Kom. Uci Suriani, S.Kom., M.Kom. dan Rahma Fitriyani, S.Kom., M.Kom. Adapun rincian pelaksanaan kegiatan adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Uraian pelaksanaan kegiatan

Tanggal	Waktu	Kegiatan	Penanggung Jawab
3 Desember 2024	09.00 – 10.00 WIB	Pembukaan dan Sambutan	Wahyudi Syaputra
3 Desember 2024	10.00 – 11.30 WIB	Materi Pengenalan Platform Media Sosial	Uci Suriani
3 Desember 2024	11.30 – 13.00 WIB	Ishoma	
3 Desember 2024	13.00 – 15.00 WIB	Praktik Membuat Akun dan Profil Media Sosial	Rahma Fitriyani
4 Desember 2024	09.00 – 10.00 WIB	Materi Pembuatan Konten dan Strategi Kampanye	Wahyudi Syaputra

4 Desember 2024	10.00 – 11.30 WIB	Praktik Pembuatan Konten Visual dan Video	Uci Suriani
4 Desember 2024	11.30 – 13.00 WIB	Ishoma	
4 Desember 2024	13.00 – 15.00 WIB	Evaluasi dan Penutupan	Rahma Fitriyani

Pelaksanaan kegiatan ini diharapkan dapat memberikan dampak positif yang berkelanjutan bagi Komunitas Budaya Palembang. Dengan adanya peningkatan literasi digital dalam kampanye budaya, diharapkan identitas budaya Palembang dapat dikenal lebih luas baik secara nasional maupun internasional.

3. HASIL

Hasil kegiatan *Pengabdian kepada Masyarakat (PKM)* yang dilaksanakan pada tanggal 3 dan 4 Desember 2024 di Kota Palembang menunjukkan keberhasilan dalam meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta dalam menggunakan media sosial untuk mendukung kampanye sosial dan budaya lokal. Pelatihan yang diikuti oleh Komunitas Budaya Palembang ini berhasil membekali peserta dengan kemampuan dasar dalam pembuatan konten visual, strategi penggunaan hashtag, serta pengelolaan akun media sosial secara efektif.



Gambar 1. Peserta Pelatihan

Selama kegiatan berlangsung, peserta menunjukkan antusiasme tinggi, terutama saat sesi praktik pembuatan konten. Dari 30 peserta yang hadir, sebanyak 27 peserta berhasil membuat dan mengunggah konten yang sesuai dengan tema kampanye budaya lokal, seperti promosi budaya Kapal Telok Abang dan tradisi di Pulau Kemaro. Konten yang dihasilkan meliputi poster digital, video pendek edukatif, serta foto dengan deskripsi informatif yang diunggah di platform seperti Instagram dan Facebook menggunakan hashtag kampanye yang

telah disepakati bersama, yaitu **#BudayaPalembang**, **#KapalTelokAbang**, dan **#CintaBudayaLokal**.

Dari segi peningkatan kemampuan peserta, hasil evaluasi menunjukkan bahwa 80% peserta menyatakan adanya peningkatan signifikan dalam pemahaman mengenai optimalisasi media sosial sebagai sarana edukasi dan promosi budaya. Sebagian besar peserta mampu merancang desain visual menggunakan aplikasi Canva dan membuat video sederhana dengan InShot. Selain itu, terjadi peningkatan rata-rata 25% dalam jumlah pengikut akun media sosial peserta setelah kegiatan ini berlangsung.

Tabel 2. Hasil Kegiatan dan Capaian

Aspek Evaluasi	Target	Capaian Realisasi
Jumlah Peserta Hadir	30 orang	30 orang (100%)
Peserta yang Menghasilkan Konten	Minimal 80% (24 orang)	27 orang (90%)
Konten yang Diunggah di Media Sosial	Minimal 5 unggahan	6 unggahan per peserta
Peningkatan Pengikut Media Sosial	Minimal 20%	25% Rata-rata peningkatan
Relevansi Konten dengan Tema Budaya	Minimal 90%	100% Sesuai Tema

Evaluasi kepuasan peserta juga dilakukan dengan menyebarkan kuesioner pada akhir kegiatan. 92% peserta menyatakan puas dengan materi yang disampaikan dan merasa lebih percaya diri dalam menggunakan media sosial untuk tujuan edukasi dan promosi budaya. Beberapa peserta bahkan berencana untuk mengadakan kegiatan lanjutan seperti lomba konten budaya Palembang yang dikelola secara mandiri dengan mengimplementasikan hasil pelatihan ini (Indriani et al., 2021; Susanto et al., 2022).

Hasil kegiatan ini menunjukkan bahwa pelatihan yang dilakukan telah berhasil mencapai tujuan yang diharapkan, yaitu meningkatkan kesadaran dan kemampuan peserta dalam menggunakan media sosial secara optimal untuk mendukung kampanye budaya lokal. Langkah selanjutnya yang diusulkan adalah mengadakan kegiatan lanjutan berupa pendampingan secara berkala dan evaluasi jangka panjang terkait efektivitas kampanye yang telah diluncurkan. Dengan demikian, manfaat kegiatan PKM ini dapat berkelanjutan dan

memberikan dampak yang lebih luas dalam melestarikan budaya Palembang (Auliana et al., 2022; Purwanto & Handayani, 2022).



Gambar 2. Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) dengan tema "*Pelatihan Optimalisasi Media Sosial dalam Mendukung Kampanye Sosial dan Budaya Lokal*" menasar **Komunitas Budaya Palembang** yang memiliki peran penting dalam menjaga dan melestarikan budaya setempat. Peserta kegiatan terdiri dari pegiat budaya, pelaku UMKM berbasis budaya, serta tokoh masyarakat yang aktif dalam kegiatan sosial dan pelestarian budaya Palembang (Hanadya et al., 2023; Porwani et al., 2023). Sasaran kegiatan ini adalah membekali peserta dengan pengetahuan dan keterampilan dalam mengelola media sosial untuk memperluas jangkauan kampanye budaya yang mereka usung.

Indikator keberhasilan kegiatan ini meliputi:

- **Kuantitatif:** Minimal 80% peserta mampu membuat dan mengunggah konten kampanye sosial dan budaya dengan baik pada platform media sosial yang dipilih (Instagram, Facebook, TikTok, dan YouTube).
- **Kualitatif:** Terdapat peningkatan pemahaman peserta dalam merancang strategi kampanye digital dan adanya hasil karya unggahan berupa foto, video, atau poster kampanye yang edukatif dan menarik.
- **Luaran:** Peserta menghasilkan minimal 5 konten kampanye yang relevan dengan budaya lokal Palembang, seperti promosi Kapal Telok Abang, Pulau Kemaro, atau tradisi seni dan kuliner khas Palembang.

4. KESIMPULAN

Sebagai bagian dari upaya mendukung kampanye sosial dan pelestarian budaya lokal di Kota Palembang, pelatihan "*Optimalisasi Media Sosial dalam Mendukung Kampanye Sosial*

dan Budaya Lokal" telah memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai peran penting media sosial. Melalui pelatihan ini, peserta diberikan wawasan mengenai cara efektif untuk memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk menyebarkan informasi dan mempromosikan nilai-nilai budaya Palembang yang kaya. Dari pemahaman mengenai strategi konten hingga pentingnya interaksi dengan audiens, pelatihan ini bertujuan untuk membekali peserta dengan keterampilan yang dibutuhkan untuk memperkuat kampanye sosial dan budaya melalui media sosial (Purwanto, 2021). Kesimpulannya, pelatihan ini berhasil membekali peserta dengan berbagai pengetahuan dan keterampilan praktis yang dapat digunakan untuk mengoptimalkan media sosial dalam mendukung pelestarian budaya lokal dan memperkenalkan Palembang ke dunia lebih luas. Beberapa point disimpulkan, antara lain.

- 1. Pemahaman Media Sosial:** Peserta pelatihan memahami bahwa media sosial memiliki peran penting dalam menyebarkan informasi, mempromosikan nilai sosial, dan memperkenalkan budaya lokal, seperti budaya Kapal Telok Abang dan perayaan tradisi di Palembang.
- 2. Strategi Konten:** Pentingnya pembuatan konten yang relevan, menarik, dan sesuai dengan nilai-nilai budaya lokal. Penggunaan foto, video, dan narasi yang kuat dapat meningkatkan daya tarik dan dampak kampanye.
- 3. Interaksi dengan Audiens:** Pelatihan menekankan pentingnya berinteraksi dengan audiens melalui media sosial, baik melalui komentar, pesan langsung, maupun kolaborasi dengan influencer lokal atau komunitas budaya. Hal ini dapat memperkuat pesan yang ingin disampaikan dan meningkatkan partisipasi masyarakat.
- 4. Penggunaan Platform yang Tepat:** Mengetahui platform media sosial yang tepat (seperti Instagram, Facebook, TikTok) dapat meningkatkan efektivitas kampanye, tergantung pada audiens yang ingin dijangkau, baik generasi muda maupun masyarakat umum.
- 5. Monitoring dan Evaluasi:** Peserta dilatih untuk melakukan evaluasi terhadap kinerja kampanye media sosial secara berkala, melihat dampak yang dihasilkan, serta mengadaptasi strategi berdasarkan feedback dan analisis data.
- 6. Peningkatan Kesadaran Budaya:** Dengan memanfaatkan media sosial, kampanye budaya lokal dapat diperkenalkan secara lebih luas, yang diharapkan dapat memperkenalkan keunikan Kota Palembang di tingkat nasional dan internasional.

Secara keseluruhan, pelatihan ini dapat menjadi langkah penting dalam meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap budaya lokal Kota Palembang dan memperkuat posisi kota ini sebagai destinasi budaya yang berharga.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berpartisipasi dalam pelatihan "Optimalisasi Media Sosial dalam Mendukung Kampanye Sosial dan Budaya Lokal di Kota Palembang." Terima kasih kepada para peserta yang telah antusias mengikuti rangkaian pelatihan ini, serta kepada narasumber dan penyelenggara yang telah memberikan pengetahuan dan dukungan yang sangat berharga. Semoga ilmu yang diperoleh dapat diterapkan dengan baik untuk memperkenalkan dan melestarikan budaya lokal Palembang melalui media sosial, sehingga kampanye sosial yang dilakukan dapat memberikan dampak positif bagi masyarakat luas. Terima kasih atas kerja sama dan komitmen semua pihak yang terlibat.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, A., & Purwanto, M. B. (2023). Pelatihan Cooperate Learning Melalui Media English Exploratory Vacation pada Mahasiswa Sadar Wisata Palembang Darussalam. *Sejahtera: Jurnal Inspirasi Mengabdikan Untuk Negeri*, 2(4), 282–288. <https://doi.org/10.58192/sejahtera.v2i4.1478>
- Agustina Sari, E., Rahma, M., & Purwanto, M. B. (2024). Assessing The Tourism Value of Temam Waterfall: Environmental and Economic Perspectives. *LIMEEMAS: Jurnal Ilmiah Pendidikan*, 2(2 SE-Articles), 42–51. <https://ejournal.apmapi.or.id/index.php/Limeemas/article/view/35>
- Auliana, N. U., Hanadya, D., & Purwanto, M. B. (2022). Pengembangan Objek Wisata Kambang Iwak Park Sebagai Paru-Paru Kota Palembang. *NAWASENA: Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 1(3), 20–31. <https://doi.org/10.56910/nawasena.v1i3.375>
- Fitria Marisyah, Dwi Hanadya, Nyayu Uilly Auliana, Sherly Malini, & M. Bambang Purwanto. (2024). Pulau Kemaro : Simbol Toleransi Antaragama di Sumatera Selatan. *Cakrawala: Jurnal Pengabdian Masyarakat Global*, 3(3 SE-Articles), 64–74. <https://doi.org/10.30640/cakrawala.v3i3.3058>
- Hanadya, D., Auliana, N. U., & Purwanto, M. B. (2023). Promosi Pulau Kemaro Sebagai Wisata Sejarah Kota Palembang Dalam Acara Rapat Kerja Nasional Jaringan Kota Pusaka Indonesia (JKPI) Ke-IX 2022. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 3(1), 197–210. <https://doi.org/10.36908/jimpa.v3i1.168>
- Indriani, R. A. R. F., Hanadya, D., & Purwanto, M. B. (2021). Pelatihan Kewirausahaan Pembuatan Roll Cake di Komplek Nuansa Dago Blok. A9 Sukabangun, Kota Palembang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 31–40. <https://ojs.politeknikdarussalam.ac.id/index.php/jpkm/article/view/jpkm5>
- Marsinah, M., Hatidah, H., Fitri Indriani, R. A. R., & Purwanto, M. B. (2024). Telok Abang Ship Culture: A Symbol of Pride for Palembang Residents on Independence Day. *Jurnal Pengabdian Pancasila (JPP)*, 3(3 SE-Articles), 133–144. <https://doi.org/10.55927/jpp.v3i3.11249>

- Marsinah Marsinah, R.A Rodia Fitri Indriani, Hatidah Hatidah, & M Bambang Purwanto. (2024). Pelestarian Kearifan Lokal Kain Tradisional Gambo: Upaya Meningkatkan Kualitas Hidup Dan Kebudayaan Masyarakat . *Jurnal Kabar Masyarakat*, 2(2 SE-Articles), 277–285. <https://doi.org/10.54066/jkb.v2i2.1985>
- Porwani, S., Susanto, Y., Zubaidah, R. A., Purwanto, M. B., & Despita, D. (2023). Sosialisasi Dan Pelatihan Membatik Untuk Peningkatan Kapasitas Perempuan Di Kota Palembang. *Sejahtera: Jurnal Inspirasi Mengabdikan Untuk Negeri*, 2(2), 66–76. <https://doi.org/10.58192/sejahtera.v2i2.702>
- Purwanto, M. B. (2021). Makanan Khas Jawa (Bebek Goreng) Sebagai Salah Satu Daya Tarik Wisata Kuliner di Kota Palembang pada RM Bebek Gendut. *Jurnal Pariwisata Darussalam*, 1(1), 22–28. <https://ojs.politeknikdarussalam.ac.id/index.php/jpd/article/view/jpd4>
- Purwanto, M. B., & Handayani, T. S. (2022). Penyuluhan Kegiatan Olah Raga Masyarakat RT. 29. RW. 10 Kota Palembang. *Jurnal Masyarakat Mengabdikan Nusantara*, 1(4), 118–123. <https://doi.org/10.58374/jmmn.v1i4.89>
- Purwanto, M. B., Yuliasri, I., Widhiyanto, W., & Rozi, F. (2024). Interactive Learning for Hospitality Students: An Action Research on Combining Role-Play with Multimedia Technology. *UNNES-TEFLIN National Conference*, 6, 635–645.
- R.A Rodia Fitri Indriani, Marsinah Marsinah, Dwi Hanadya, Nyayu Ully Auliana, & M. Bambang Purwanto. (2024). Perjalanan Songket: Transformasi Menghidupkan UMKM di Kota Palembang. *Cakrawala: Jurnal Pengabdian Masyarakat Global*, 3(2 SE-Articles), 209–216. <https://doi.org/10.30640/cakrawala.v3i2.2643>
- Susanto, Y., Effendi, M., & Purwanto, M. B. (2022). Sosialisasi Penggunaan Literasi Digital dalam Memasarkan Produk UKM di Desa Semangus Kecamatan Muara Lakitan Kabupaten Musirawas. *Abdimas Galuh*, 4(2), 1408–1415. <https://doi.org/10.25157/ag.v4i2.8612>