



Peningkatan Kapasitas Digital Berkelanjutan pada PAC GP Ansor Kroya

Andi Dwi Riyanto^{1*}, Arif Mu'amar Wahid¹, Aniec Anafisah Pratiwi¹

¹Universitas Amikom Purwokerto, Banyumas-Indonesia

Article Information

Submitted , 12 Desember 2024

Revision 19 Januari 2025

Accepted 22 Januari 2025

Published 28 Januari 2025

Abstract

Digital skills are essential competencies that organizations in the digital era must possess. GP Ansor Kroya Branch experienced the problem that not all branch organizations have information and promotional media. The management of social media is still minimal and requires assistance. This program aims to increase digital capacity and address the gap in social media usage at the branch level. This program involves practical training focusing on content creation, user interaction, and strategies for using digital platforms to maximize social reach and influence. The implementation methodology includes initial discussions, interactive training, mentoring, monitoring, and evaluation. The output of the activity emphasizes the increase in the number of active accounts, content quality, publication consistency, and interaction with followers. The final evaluation showed a significant increase in the activeness and quality of social media management among participants. Suggestions for improvement include implementing broader virtual training and developing more adaptive training materials to support the sustainability of digital engagement in the future.

Keywords: Social Media, Mass Organization, Digital Skill

Skill digital merupakan kompetensi dasar yang harus dimiliki oleh organisasi di era digital. GP Ansor Cabang Kroya mengalami permasalahan tidak semua organisasi ranting memiliki media informasi dan promosi. Pengelolaan media sosial yang dimiliki masih minimalis dan memerlukan pendampingan. Tujuan dari program ini adalah untuk meningkatkan kapasitas digital dan mengatasi kesenjangan penggunaan media sosial di tingkat ranting. Program ini melibatkan serangkaian pelatihan praktis yang fokus pada pembuatan konten, interaksi dengan pengguna, dan strategi penggunaan platform digital untuk memaksimalkan jangkauan dan pengaruh sosial. Metodologi pelaksanaan meliputi diskusi awal, pelatihan interaktif, mentoring, monitoring, dan evaluasi. Output kegiatan adalah dengan menekankan pada peningkatan jumlah akun aktif, kualitas konten, konsistensi publikasi, dan interaksi dengan pengikut. Evaluasi akhir menunjukkan peningkatan signifikan dalam keaktifan dan kualitas pengelolaan media sosial diantara peserta. Saran untuk perbaikan meliputi penerapan pelatihan virtual yang lebih luas dan pengembangan materi pelatihan yang lebih adaptif untuk mendukung keberlanjutan keterlibatan digital di masa depan.

Kata kunci: Media Sosial, Organisasi Massa, Kemampuan Digital

*Korespondensi Penulis: Andi Dwi Riyanto, andi@amikompurwokerto.ac.id

Pendahuluan

Gerakan Pemuda Ansor (GP Ansor) merupakan organisasi massa yang berfokus pada pemberdayaan pemuda, pendidikan agama, kewirausahaan, bela negara, toleransi dan kerukunan serta gerakan sosial. GP Ansor didirikan pada tanggal 24 April 1934 di Banyuwangi, Jawa Timur. Organisasi ini merupakan bagian penting dari sejarah kemerdekaan dan pembangunan Indonesia. Dalam perjalanannya organisasi ini telah berkembang menjadi lebih dari sekadar organisasi kepemudaan. GP Ansor memiliki pimpinan wilayah yang tersebar di seluruh Indonesia, mulai dari Aceh hingga Papua dengan jumlah anggota diperkirakan hingga mencapai 5 juta orang (<https://ansor.id>, 2024).

Sebagai bagian dari Nahdlatul Ulama, organisasi terbesar di Indonesia yang berfokus pada aspek keagamaan, GP Ansor terintegrasi dalam lini masa sejarah Indonesia, terutama pasca Sumpah Pemuda tahun 1928 yang menjadi tonggak kebangkitan nasionalisme Indonesia. GP Ansor dibentuk tidak hanya sebagai respons terhadap kebutuhan politik dan sosial, tetapi juga untuk memperkuat aspek pendidikan, keagamaan, dan kesejahteraan sosial di kalangan pemuda. Dalam rangka mencapai tujuan-tujuan ini, GP Ansor telah memainkan peran penting dalam berbagai gerakan dan inisiatif sosial yang mendukung pembangunan bangsa yang berkelanjutan.

Mengikuti perkembangan digital yang pesat, GP Ansor mengidentifikasi kebutuhan untuk mengadaptasi dan memanfaatkan teknologi dalam operasional dan kegiatan komunikasinya. Adopsi teknologi informasi dan komunikasi, khususnya media sosial, menjadi bagian integral dari strategi mereka

untuk meningkatkan kinerja organisasi (Zuniananta, 2021). Media sosial, dengan cepatnya arus informasi dan jangkauannya yang luas, dianggap sebagai alat yang vital untuk memperkuat komunikasi internal organisasi serta untuk menggaungkan program dan advokasi GP Ansor kepada masyarakat luas. Media sosial tidak hanya sebagai media promosi tetapi juga sebagai platform untuk dialog dan partisipasi aktif dari anggota serta masyarakat (Habibi et al., 2023).

Di era digital, media sosial memiliki urgensi dan signifikansi yang tidak dapat diabaikan. Data kominfo menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia mencari berbagai informasi dan berita dari media sosial. Diperkirakan sekitar 83% orang Indonesia mencari berita dan informasi melalui media sosial (Kemenkominfo, 2022). Angka ini menunjukkan pergeseran signifikan dalam cara masyarakat mengakses informasi, dengan media sosial menjadi salah satu sumber utama berita di era digital. Media sosial telah menjadi salah satu elemen penting dalam strategi komunikasi organisasi modern. Media sosial memiliki kemampuan untuk menjangkau audiens yang luas dan beragam secara real-time (Lianardo et al., 2022). Media sosial memungkinkan organisasi untuk membangun hubungan yang lebih dekat dengan pemangku kepentingan mereka (In'amurrohman, 2019). Melalui berbagai platform media sosial organisasi dapat menyampaikan informasi, memperkuat citra organisasai, dan meningkatkan keterlibatan masyarakat (Damayanti, 2020; Suryani et al., 2023).

Kehadiran organisasi di media sosial juga memberikan kesempatan bagi organisasi untuk mendengarkan dan memahami

umpan balik dari audiens (Center For Digital Society, 2021). Media sosial merupakan aspek krusial dalam pengambilan keputusan karena mampu menggerakkan massa melalui unggahan yang ditampilkan (Junaedy et al., 2021; Nasrullah, 2016). Interaksi yang terjadi di platform media sosial tidak hanya mempercepat penyampaian informasi, tetapi juga membangun komunitas yang loyal dan terlibat di sekitar nilai-nilai yang diusung oleh organisasi (Damayanti et al., 2023; Putri & Hariyanti, 2022).

Media sosial berfungsi sebagai alat pemasaran yang efektif, memungkinkan organisasi untuk mempromosikan produk dan layanan mereka dengan biaya yang lebih rendah dibandingkan dengan media tradisional (Sunani et al., 2024). Dengan konten yang menarik dan relevan, organisasi dapat menarik perhatian audiens dan mendorong partisipasi aktif (Nurhadi et al., 2024). Dengan demikian, media sosial tidak hanya berperan sebagai saluran komunikasi, tetapi juga sebagai instrumen strategis dalam mencapai tujuan organisasi di era digital yang terus berkembang

Dalam proses penilaian dan akreditasi internal GP Ansor, pemanfaatan media sosial diukur dengan indikator-indikator kinerja yang spesifik. Evaluasi ini meliputi aspek seperti keberadaan akun media sosial resmi pada platform utama seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan YouTube, yang menunjukkan kehadiran digital organisasi (Peradaban.id, 2024). Selain itu, kuantitas pengikut dan kualitas interaksi dapat ditinjau dari seberapa informatif dan menarik konten yang dipublikasikan, serta frekuensi publikasi menjadi parameter penting dalam penilaian tersebut. Keberhasilan dalam aspek-aspek ini dianggap refleksi langsung dari efektivitas GP

Ansor dalam berkomunikasi dan berinteraksi dengan komunitasnya.

Terdapat tantangan yang signifikan dalam konsistensi dan kualitas pengelolaan media sosial di berbagai tingkat organisasi, terutama di tingkat ranting. Observasi menunjukkan bahwa tidak semua Pimpinan Ranting memiliki kemampuan yang memadai untuk mengelola media sosial dengan efektif, yang mencakup kegiatan seperti pembuatan konten, pengaturan kalender editorial, dan pengelolaan interaksi online. Kesenjangan ini mengakibatkan varian performa yang luas antar ranting dalam hal digital *engagement* dan kapasitas komunikasi. Berangkat dari tantangan ini maka GP ansor berinisiatif untuk membekali Pimpinan Ranting dengan keterampilan dan alat yang diperlukan untuk meningkatkan keterlibatan digital mereka, sekaligus memastikan bahwa semua tingkatan organisasi mampu memanfaatkan media sosial secara maksimal untuk mendukung tujuan organisasi yang lebih luas.

Dalam upaya meningkatkan kapasitas digital dan mengatasi kesenjangan penggunaan media sosial di tingkat ranting, Pimpinan Anak Cabang (PAC) GP Ansor Kecamatan Kroya bekerjasama dengan Dosen Universitas Amikom Purwokerto menginisiasi kegiatan peningkatan kapasitas digital berkelanjutan pada PAC GP Ansor Kroya. Kegiatan ini sebagai respons terhadap tantangan yang dihadapi oleh mayoritas Pimpinan Ranting, dimana hanya 5 dari 17 ranting yang memiliki kehadiran media sosial yang aktif. Permasalahan ini menyoroti kesenjangan kritis dalam kemampuan digital yang mempengaruhi efektivitas komunikasi, publikasi, partisipasi anggota, dan dukungan masyarakat terhadap kegiatan GP Ansor (Nurhadi et al., 2024).

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memperkuat keterampilan pengelolaan media sosial di kalangan Pimpinan Ranting, dengan fokus pada aspek-aspek kunci seperti pembuatan konten, interaksi dengan pengguna, serta strategi penggunaan platform digital untuk memaksimalkan jangkauan dan pengaruh sosial. Program ini memasukkan pelatihan praktis yang mendalam mengenai berbagai platform media sosial utama seperti Facebook, Instagram, dan Twitter, serta memberikan arahan mengenai cara-cara efektif untuk meningkatkan keterlibatan dan memperluas jaringan (Suryani et al., 2023).

Program pengabdian kepada masyarakat ini dirancang tidak hanya sebagai intervensi jangka pendek, tetapi juga sebagai bagian dari strategi jangka panjang GP Ansor untuk membangun kapasitas digital yang berkelanjutan di tingkat ranting. Dengan demikian, kegiatan ini berusaha untuk mengatasi permasalahan yang diidentifikasi, memberikan solusi yang realistis dan implementasi yang efektif, serta mendukung transformasi digital yang lebih luas di seluruh organisasi GP Ansor. Kegiatan ini mencerminkan komitmen organisasi untuk beradaptasi dengan perubahan zaman dan meningkatkan kemampuan digitalnya dalam rangka memperkuat komunikasi dan operasi organisasional.

Metode

Dalam upaya peningkatan kapasitas digital berkelanjutan pada PAC GP Ansor Kroya, program pengabdian kepada masyarakat ini dirancang melalui metode pelaksanaan yang terstruktur dalam beberapa tahapan yang jelas dan bertarget. Berikut adalah rincian dari setiap tahapan:

1. Diskusi Awal

Tahap awal ini melibatkan diskusi bersama antara Pimpinan Anak Cabang dan perwakilan dari Pimpinan Ranting. Diskusi ini bertujuan untuk mengatur waktu pelaksanaan, menentukan jumlah peserta, dan mendefinisikan ruang lingkup serta media yang digunakan untuk pelatihan dan pendampingan. Keikutsertaan para mitra dalam diskusi ini sangat penting untuk menjamin bahwa rencana kegiatan disusun dengan mempertimbangkan kebutuhan dan kapasitas semua pihak yang terlibat. Diskusi ini juga membantu dalam memastikan kesepahaman dan komitmen bersama terhadap tujuan dan hasil yang diharapkan dari program pendampingan.

2. Kegiatan Pelatihan

Setelah merencanakan secara detail, kegiatan pelatihan dilaksanakan dalam bentuk workshop yang dirancang untuk interaktif dan praktis. Materi pelatihan mencakup pembuatan akun media sosial pada platform utama, pengembangan konten yang efektif, teknik penjadwalan postingan, serta metode untuk meningkatkan interaksi dengan audience. Workshop ini tidak hanya memberikan teori tapi juga praktek langsung, sehingga peserta dapat langsung menerapkan apa yang mereka pelajari. Partisipasi aktif dari peserta dalam pelatihan ini penting untuk memastikan bahwa mereka mendapatkan keterampilan praktis yang dibutuhkan untuk mengelola media sosial secara efektif.

3. Mentoring dan Monitoring

Tahap ini merupakan kelanjutan dari workshop, dimana peserta mempraktikkan keterampilan yang telah dipelajari dengan bimbingan dan pengawasan berkelanjutan. Aktivitas ini termasuk dalam pengecekan

berkala terhadap cara pengelolaan media sosial oleh masing-masing Pimpinan Ranting. Mentoring dan monitoring ini bertujuan untuk memastikan bahwa peserta tidak hanya memahami materi pelatihan tetapi juga dapat mengimplementasikannya dengan efektif dalam pengelolaan media sosial sehari-hari. Selama tahap ini, peserta diberikan umpan balik yang konstruktif dan solusi atas tantangan yang mereka hadapi.

4. Evaluasi

Tahap akhir dari program ini adalah evaluasi. Evaluasi ini berfokus pada beberapa aspek, seperti aktivitas akun media sosial yang dibuat selama pelatihan, kualitas dan konsistensi konten yang dipublikasikan, serta tingkat interaksi yang dicapai dengan pengikut. Proses evaluasi ini penting untuk mengukur pencapaian terhadap target yang ditetapkan awal program dan untuk mengidentifikasi area yang memerlukan peningkatan. Evaluasi juga memberikan kesempatan untuk merenungkan efektivitas pendekatan yang digunakan dan melakukan penyesuaian strategi untuk program mendatang.

Hasil Kegiatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa peningkatan kapasitas digital berkelanjutan pada PAC GP Ansor Kroya terdiri dari empat tahap. Kegiatan dimulai dari kegiatan pendahuluan, kegiatan inti pelatihan, dan evaluasi.

1. Kegiatan Pendahuluan

Kegiatan pendahuluan dalam program pendampingan pengelolaan media sosial GP Ansor Kecamatan Kroya berlangsung dengan melibatkan Pimpinan Anak Cabang dan perwakilan dari semua 17 Pimpinan

Ranting. Dalam tahap ini, partisipan dan Tim Pengabdian merencanakan berbagai kegiatan inti pelatihan dan timeline masing-masing kegiatan.

Ruang lingkup pelatihan terdiri dari empat area utama yang menjadi dasar pengembangan media sosial, yaitu pembuatan konten, yang memfokuskan pada pengembangan materi yang menarik dan relevan; kalender konten, yang bertujuan untuk merencanakan publikasi secara strategis; dan teknik posting serta interaksi di media sosial, yang vital untuk membangun dan mempertahankan keterlibatan dengan pengikut. Fokus pada area-area ini dimaksudkan untuk memberikan para pemimpin ranting alat-alat yang diperlukan untuk komunikasi yang efektif dan profesional di platform digital.

Dalam kegiatan ini kesempatan media sosial yang dikembangkan adalah Facebook dan Instagram. Media sosial ini dipilih karena memiliki popularitas dan relevansi yang sesuai dengan target organisasi. Kedua platform tersebut juga dinilai interaktif sekaligus analitis. Kebaruan informasi pada kedua platform ini dianggap sebagai representasi setiap ranting organisasi. Media sosial Facebook dan Instagram juga dianggap efektif menyebarkan informasi secara cepat, jangkauan luas, dan berbiaya rendah.

2. Kegiatan Inti Pelatihan

Kegiatan inti pelatihan dalam program pendampingan pengelolaan media sosial untuk Pimpinan Ranting GP Ansor Kecamatan Kroya berlangsung intensif dengan fokus utama pada empat aspek krusial dalam pemanfaatan media sosial. Tahap pertama dari pelatihan ini berupa pemberian materi. Berdasarkan studi pendahuluan diketahui 10 dari 12 Pimpinan Ranting dibawah PAC

GP Ansor Kroya belum memiliki akun media sosial resmi organisasi. Pada kegiatan inti pelatihan para peserta juga dibimbing dalam pembuatan akun media sosial organisasi resmi.

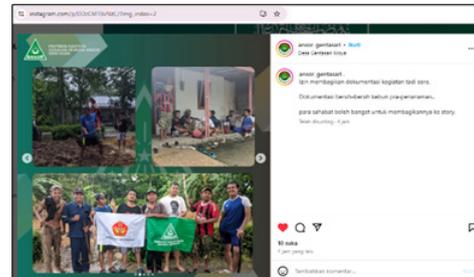
Pada sesi kegiatan inti didampingi oleh Tim Pengabdian. Dalam sesi ini, peserta diajarkan cara membuat dan mengonfigurasi akun resmi di platform populer seperti Facebook dan Instagram. Pelatihan ini berlangsung interaktif dengan menghadirkan materi sekaligus melaksanakan praktik membuat akun media sosial resmi organisasi. *Output* kegiatan menunjukkan seluruh peserta telah berhasil membuat akun resmi media sosial organisasi Kegiatan inti pelatihan dapat diamati pada Gambar 1 berikut.



Gambar 1. Pelatihan Pengelolaan Media Sosial

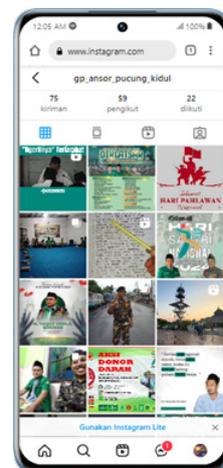
Pada sesi kedua, fokus pelatihan bergeser pada pembuatan konten. Pada tahapan ini para peserta mempelajari cara membuat desain foto dan video yang menarik menggunakan aplikasi desain Canva. Pelatihan ini juga mengintegrasikan prinsip dasar storytelling, sehingga peserta mampu menghasilkan konten visual yang menarik dan informatif. Contoh nyata dari aplikasi ini dapat dilihat dari konten yang dihasilkan oleh Pimpinan Ranting GP Ansor Gentasari yang

menampilkan aplikasi kreatif dari teknik-teknik yang telah dipelajari. Contoh konten hasil pelatihan tersebut dapat diamati dalam Gambar 2 berikut.



Gambar 2. Contoh Hasil Pembuatan Konten Instagram

Sesi ketiga dari pelatihan adalah pengelolaan kalender konten untuk memastikan konsistensi dan relevansi publikasi. Peserta diberi tugas untuk menggunakan Google Calendar atau aplikasi serupa untuk merencanakan dan menjadwalkan konten. Setelah pemberian materi, setiap Pimpinan Ranting telah mampu menetapkan jadwal posting minimal satu konten per minggu, memastikan keaktifan berkelanjutan pada platform media sosial mereka. Pendekatan sistematis ini bertujuan untuk mengoptimalkan manajemen waktu dan usaha dalam pengelolaan media sosial. Pengelolaan kalender konten dalam pelatihan dapat diamati dalam Gambar 3 berikut.



Gambar 3. Contoh Penjadwalan Konten

Pada sesi keempat pelatihan menekankan pada kegiatan posting dan interaksi dengan *followers*. Peserta dilatih untuk tidak hanya memposting konten tetapi juga aktif merespons komentar dan pesan dari pengikut mereka. Keaktifan ini penting untuk membangun dan memelihara *engagement* dengan komunitas online. Sebagai contoh, aktivitas Pimpinan Ranting GP Ansor Pekuncen menunjukkan peningkatan interaksi dengan pengikut secara signifikan. GP Ansor Pekuncen berhasil menerapkan strategi interaksi yang telah dipelajari untuk meningkatkan keterlibatan pengikut. Contoh interaksi dengan *follower* dapat diamati dalam Gambar 4 berikut.



Gambar 4. Contoh Interaksi dengan *Follower*

Pelatihan ini berhasil mendapatkan antusiasme tinggi diantara peserta, yang tercermin dari *output* kegiatan yang menghasilkan minimal dua konten selama periode pelatihan. Kegiatan pelatihan berlangsung secara interaktif dengan menekankan diskusi dan tanya jawab. Tim Pengabdian memastikan para peserta memahami materi pelatihan melalui kegiatan tanya jawab materi.

3. Mentoring dan Monitoring

Setelah tahap inti pelatihan, program peningkatan kapasitas digital berkelanjutan pada PAC GP Ansor Kroya dilanjutkan dengan tahap mentoring dan monitoring yang berlangsung selama dua bulan. Selama periode ini, Tim Pengabdian memberikan

bimbingan teknis yang intensif yang mencakup aspek-aspek seperti pengeditan video dan penggunaan fitur promosi pada platform media sosial. Tujuan dari kegiatan pendampingan ini adalah untuk memastikan bahwa semua peserta mampu mengatasi kendala teknis yang mungkin mereka hadapi saat menerapkan keterampilan baru dalam pengelolaan media sosial sehari-hari. Kegiatan mentoring kegiatan dapat diamati pada Gambar 5 berikut.



Gambar 5. Kegiatan Mentoring

Kegiatan mentoring dilaksanakan melalui metode daring dan luring. Pada kegiatan luring dilaksanakan kegiatan mentoring secara langsung, sedangkan pendampingan secara online dilakukan secara virtual melalui grup WhatsApp khusus.

Pada kegiatan mentoring sekaligus juga dilaksanakan tahapan monitoring dengan melakukan pengawasan perkembangan peserta melalui WA Grup. Para peserta diwajibkan mengirimkan laporan mingguan yang mencakup tangkapan layar dari akun media sosial mereka, jumlah pengikut yang dimiliki, serta interaksi yang diperoleh. Kegiatan pemantauan secara online dimaksudkan untuk memudahkan monitoring kemajuan dan memfasilitasi umpan balik yang cepat dan efektif dari tim pengabdian.

Hasil dari fase mentoring dan monitoring menunjukkan peningkatan signifikan dalam kemampuan pengelolaan media sosial diantara peserta. Rata-rata, terjadi peningkatan pengikut sebesar 30% selama periode dua bulan pendampingan. Beberapa akun baru bahkan berhasil menjangkau lebih dari 500 orang melalui konten yang dipublikasikan. Angka ini menandakan terjadinya peningkatan yang substansial dalam jangkauan dan dampak online mereka. Kesuksesan ini tidak hanya menunjukkan penguasaan teknis yang lebih baik tetapi juga penerapan strategi komunikasi dan pemasaran digital yang lebih efektif. Luasnya jangkauan media sosial resmi organisasi yang dihasilkan tersebut dapat meningkatkan visibilitas dan pengaruh organisasi terutama di dunia maya.

4. Evaluasi dan Tindak Lanjut

Sesi terakhir dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat peningkatan kapasitas digital berkelanjutan pada PAC GP Ansor Kroya adalah kegiatan evaluasi kegiatan dan tindak lanjut. Tujuan kegiatan ini adalah melakukan penilaian terhadap keseluruhan kegiatan, peningkatan capaian *output* kegiatan, dan berbagai tantangan yang dihadapi peserta dalam mempertahankan keberlangsungan kegiatan.

Salah satu hasil paling mencolok adalah peningkatan jumlah akun media sosial. Sebelum pelaksanaan program, hanya 5 peserta yang memiliki akun media sosial yang aktif. Namun, setelah intervensi pelatihan dan mentoring, jumlah ini meningkat menjadi 15 akun aktif. Peningkatan ini tidak hanya menunjukkan keberhasilan dalam pembuatan dan aktivasi akun tetapi juga menandakan kesediaan dan komitmen yang lebih besar

dari peserta untuk terlibat dalam peningkatan kapasitas digital.

Selain peningkatan jumlah akun, evaluasi juga menyoroti peningkatan signifikan dalam kualitas konten yang dipublikasikan oleh akun-akun resmi media sosial organisasi GP Ansor dibawah PAC GP Ansor Kroya. Semua akun baru dan yang sudah ada berhasil mempublikasikan konten yang tidak hanya informatif tetapi juga menarik dan sesuai dengan nilai-nilai dan karakteristik GP Ansor. Kualitas konten ini tercermin dari tingginya angka interaksi, dengan beberapa postingan berhasil menarik lebih dari 100 interaksi seperti like, komentar, dan share. Hal ini sekaligus menunjukkan bahwa konten yang dihasilkan mampu menghadirkan keterlibatan yang lebih tinggi dan memperluas jangkauan pesan organisasi.

Evaluasi lebih lanjut mengungkapkan bahwa sekitar 80% dari peserta mematuhi jadwal publikasi yang telah direncanakan. Para peserta memiliki komitmen untuk konsisten dalam melakukan *maintenance* konten media sosial. Kedisiplinan dalam mengikuti kalender editorial yang ditetapkan membantu memastikan bahwa informasi dari GP Ansor terus menerus mengalir ke pengikut mereka, memperkuat kehadiran online dan membangun ekspektasi positif di antara audiens tentang keteraturan update.

Hasil evaluasi juga menunjukkan adanya peningkatan substansial dalam interaksi dengan pengikut. Peserta kegiatan tidak hanya lebih sering menerima komentar dan pesan melalui akun mereka tetapi juga lebih cepat dan efektif dalam menanggapi interaksi tersebut. Keaktifan ini dalam berinteraksi dengan pengikut tidak hanya memperkuat hubungan antara organisasi

dan komunitasnya tetapi juga meningkatkan kepercayaan dan dukungan terhadap inisiatif dan kegiatan GP Ansor. Hasil evaluasi ini secara keseluruhan menunjukkan kemajuan yang berarti dalam aspek-aspek kunci pengelolaan media sosial, menegaskan efektivitas program pendampingan yang telah diimplementasikan.

Kesimpulan

Program kegiatan pengabdian kepada masyarakat peningkatan kapasitas digital berkelanjutan pada PAC GP Ansor Kroya telah menghasilkan perbaikan signifikan dalam beberapa aspek penting. Pertama, terjadi peningkatan dramatis dalam jumlah akun media sosial yang aktif. Semula hanya terdapat lima akun media sosial resmi organisasi, setelah pelaksanaan kegiatan dan mentoring angka ini meningkat menjadi lima belas akun. Keberhasilan peningkatan jumlah akun resmi organisasi ini menandakan adopsi teknologi yang lebih luas dan kesadaran tentang pentingnya kehadiran digital.

Kedua, terjadi peningkatan kualitas konten yang dipublikasikan. Hal ini menunjukkan bahwa peserta pelatihan telah menginternalisasi prinsip-prinsip pembuatan konten yang efektif, yang tercermin dari tingginya tingkat interaksi pengguna. Selain itu, peningkatan konsistensi dalam publikasi dan tingkat respons yang lebih baik terhadap interaksi pengguna menunjukkan peningkatan keterampilan pengelolaan dan komitmen terhadap keberlanjutan komunikasi digital yang efektif.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini memiliki keterbatasan yang perlu diperhatikan untuk pengembangan program serupa di masa depan. Salah satu keterbatasan utama adalah ketergantungan pada pelatihan dan sumber daya yang terpusat. Keterbatasan sumber daya menyebabkan tidak semua organisasi di tingkat ranting memperoleh pelatihan serupa. Selain itu, kendala waktu dan logistik dalam pelaksanaan workshop menyebabkan beberapa peserta tidak dapat mengikuti beberapa sesi penting, yang mempengaruhi konsistensi dan keseragaman penerapan pelatihan dan perolehan *output* kegiatan secara keseluruhan.

Mengingat keterbatasan tersebut, beberapa saran dapat diberikan untuk meningkatkan efektivitas program pendampingan di masa mendatang. Pertama, penting untuk mengintegrasikan lebih banyak sesi pelatihan virtual yang dapat diakses oleh organisasi ranting di lokasi yang jauh. Diharapkan kegiatan serupa mampu mencapai audiens yang lebih luas tanpa dibatasi oleh hambatan geografis. Kedua, mengembangkan materi pelatihan yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan spesifik dan kemampuan setiap ranting dapat memberikan fleksibilitas dan relevansi yang lebih besar. Ketiga, memperkuat jaringan dukungan *peer-to-peer* diantara organisasi ranting dapat mendorong pertukaran pengetahuan dan praktik terbaik, memperkuat kapasitas kolektif dalam pengelolaan media sosial secara berkelanjutan.

Daftar Pustaka

- Center For Digital Society. (2021). *Literasi Digital Sebagai Kompetensi Dasar Untuk Kehidupan Pasca Pandemi*.
- Damayanti, A. (2020). Instagram sebagai Medium Komunikasi Risiko di Masa Pandemi COVID-19: Studi Netnografi terhadap Komunitas Online KawalCOVID19.id. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 18(02), 176–193. <https://doi.org/10.46937/18202032355>
- Damayanti, A., Delima, I. D., & Suseno, A. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Informasi dan Publikasi (Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun Instagram @rumahkimkotatangerang). *Jurnal PIKMA : Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema*, 6(1), 173–190. <https://doi.org/10.24076/pikma.v6i1.1308>
- Habibi, M., Muhammad, R. H., Adilla, D. N., Perdanaraya, A., & Lutfi, L. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Komunikasi Organisasi Ikatan Pelajar Muhammadiyah Leuwiliang Bogor. *Literasi: Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Inovasi*, 3(1), 359–369. <https://doi.org/10.58466/literasi.v3i1.952>
- <https://ansor.id>. (2024). Profil GP Ansor. <https://Ansor.Id/Profil/>.
- In'amurrohman, F. (2019). Kesyubhatan Tik: Sisi Gelap Dan Terang Penggunaan Tik Pada Literasi Digital Pondok Pesantren. *Medika Teknika : Jurnal Teknik Elektromedik Indonesia*, 1(1). <https://doi.org/10.18196/mt.010105>
- Junaedy, A., Huraerah, A., Abdullah, A. W., & Rivai, A. (2021). Pengaruh Teknologi Informasi Dan Komunikasi Terhadap Pendidikan Indonesia. *Jurnal Penelitian Dan Kajian Sosial Keagamaan*, 18, 133–146. <https://dx.doi.org/10.31958/jaf.v11i2.10548>
- Kemenkominfo. (2022). *Status Literasi Digital di Indonesia 2022*. Kominform, November, 205–207. <https://www.c2es.org/content/renewable-energy/>
- Lianardo, S., Sartika, K. D., Prasetyawati, Y. R., & Cahyadi, R. A. (2022). Pendampingan Digital Marketing Untuk Pemberdayaan UMKM. *Journal of Servite*, 2(2), 104. <https://doi.org/10.37535/102004220223>
- Nasrullah, R. (2016). *Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Nurhadi, N., Tazaka, M. A. K., Wahyuningsih, M., Wibowo, P. I. S., Imbenai, G. S., Risan, A. N. K., Maharani, S., Ghossani, I. Q., Sujono, H. W., Wisnu, W., Rizal, A. M. A., & Jesus, I. da C. de. (2024). Pengelolaan Media Sosial Sebagai Strategi Pemasaran Digital Dalam Upaya Pengembangan Desa Wisata Sombu Wakatobi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 2(2), 402–406. <https://doi.org/10.59837/jpmba.v2i2.826>
- Peradaban.id. (2024). *Akreditasi: Jalan Menuju GP Ansor Yang Lebih Modern*. <https://Peradaban.Id/Akreditasi-Jalan-Menuju-Gp-Ansor-Yang-Lebih-Modern/>.

- Putri, O. A., & Hariyanti, S. (2022). Peran Media Sosial Dalam Pembelajaran Organisasi Dan Manajemen Krisis: Sebuah Tinjauan Literatur Sistematis. *Proceedings of Islamic Economics ...*, 1(2), 681–704. <https://jurnalfebi.iainkediri.ac.id/index.php/proceedings>
- Sunani, A., Ridho, W. F., Haromainy, M. M. Al, Safitri, F. I., & Permatasari, L. P. (2024). Pendampingan Program Santripreneur berbasis Kewirausahaan Digital pada Santri Pondok Pesantren Jabal Noer Sidoarjo Jawa Timur. *To Maega : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 7(1), 125. <https://doi.org/10.35914/tomaega.v7i1.2441>
- Suryani, I., Leliana, I., Qona'ah, S., & ... (2023). *Pelatihan Pemanfaatan Media Sosial Reels Instagram Sebagai Media Branding Bagi Organisasi Gerakan Pemuda Ansor Ciledug*. *Jurnal ...*, 2(1), 1–7. <http://ejournal.kreatifcemerlang.id/index.php/abdimas/article/view/139%0Ahttp://ejournal.kreatifcemerlang.id/index.php/abdimas/article/download/139/47>
- Zuniananta, L. E. (2021). Penggunaan Media Sosial sebagai Media Komunikasi Informasi Di Perpustakaan. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 10(4), 37–42.

This page is intentionally left blank