



Pelatihan Pembuatan Branding IGPAUDMNU

Melalui Optimalisasi Instagram

IGPAUDMNU Branding Creation Training Through Instagram Optimization

Firman Pratama^{a,1,*}, Nia Saurina^{b,2}, Lestari Retnawati^{c,3}, Noven Indra Prasetya^{d,4}, Nonot Wisnu Karyanto^{e,5}, Udik Pudjianto^{f,6}

^{a,b,c,d,e} Program Studi Informatika, Universitas Wijaya Kusuma Surabaya, Jl. Dukuh Kupang XXV No.54, Kota Surabaya 60225, Indonesia

^f Balai Besar Guru Penggerak (BBGP) Provinsi Jawa Timur

^f firmanpratama@uwks.ac.id

ARTICLE INFO

Article history

Received : 29-03-2024
Revised : 18-04-2024
Accepted : 30-05-2024
Published : 31-05-2024

Keywords: Institutional Branding, Instagram, IGPAUDMNU

Kata Kunci: Branding Lembaga, Instagram, IGPAUDMNU

ABSTRACT/ABSTRAK

Branding is the definition and development of brand identity, including the nature, content and relationship with consumers in any communication or interaction. An institutional brand is the identity of an institution that can create an image in the minds of readers about the values and characteristics of the owner of the name. Institutional branding is also a way to shape self-image, personality, areas of expertise and interest, as well as community-specific issues to shape positive perceptions. In the process of creating a personal brand, uploading pictures and videos to Instagram can create a self-image.

IGPAUDMNU is an association of early childhood education teachers under the patronage of Muslimat Nadhalatul Ulama and its members are teachers from all over the province of East Java. The purpose of this community service activity is Instagram training to improve the institutional branding of IGPAUDMNU East Java Province using Instagram.

In the community service application method, qualitative methods are used, which include the transmission of material, collection of data through interviews. The description of the material begins with the technological motivation for subsequent use and optimization of the application. Data collection was done by interviewing and documenting images from every social media owned by Universitas Wijaya Kusuma Surabaya on the ukwsmediacenter ig account.

Community activities can be useful for teachers as information services, communication and documentation opportunities for every activity that young children perform student as their student and that are visible to the whole community. Teachers understand how to use social media as a communication, information and documentation tool.

Keywords: institutional branding, Instagram, IGPAUDMNU

Branding adalah pendefinisian dan pengembangan identitas merek, termasuk sifat, isi dan hubungan dengan konsumen dalam setiap komunikasi atau interaksi. Branding institusional merupakan identitas institusi yang dapat melahirkan gambaran di benak pembaca tentang nilai dan ciri khas pemilik nama. Branding institusi juga merupakan cara untuk membentuk citra diri, kepribadian, bidang dan minat, serta item komunitas untuk menciptakan persepsi positif. Dalam proses menciptakan personal brand, mengunggah gambar dan video ke Instagram dapat menciptakan citra diri.

Ikatan Guru Pendidikan Anak Usia Dini Muslimat Nadhalatul Ulama (IGPAUDMNU) merupakan perkumpulan guru PAUD dibawah binaan Muslimat Nadhalatul Ulama dan anggotanya adalah guru-guru dari seluruh provinsi Jawa Timur. Tujuan dari pengabdian masyarakat ini adalah pelatihan Instagram untuk meningkatkan brand institusi IGPAUDMNU Provinsi Jawa Timur dengan menggunakan Instagram.

Metode pelaksanaan pengabdian masyarakat menggunakan metode kualitatif yang meliputi penyampaian materi, pengumpulan data melalui wawancara.

Penjelasan materi diawali dengan motivasi teknologi untuk selanjutnya penggunaan dan optimalisasi aplikasi. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan dokumentasi gambar dari setiap media sosial yang dimiliki Universitas Wijaya Kusuma Surabaya pada akun ig ukwsmediacenter..

Kegiatan komunitas dapat bermanfaat bagi guru sebagai peluang layanan informasi, komunikasi dan dokumentasi untuk setiap kegiatan yang dilakukan anak sebagai siswa dan dapat dilihat oleh seluruh masyarakat. Guru memahami cara memanfaatkan media sosial sebagai alat komunikasi, informasi dan dokumentasi.

Keywords: branding Lembaga, Instagram, IGPAUDMNU



Copyright © 20xy, First Author et al
This is an open access article under the [CC-BY-SA](#) license

UCAPAN TERIMAKASIH (ACKNOWLEDGMENT) (bold, 9pt)

The community service team of the Biology Education Study Program, Wijaya Kusuma Surabaya University, would like to thank the LPPM of Wijaya Kusuma Surabaya University for funding this activity and IGPAUDMNU for their assistance and cooperation

PENDAHULUAN

Branding adalah pendefinisian dan pengembangan identitas merek yang mencakup karakter, konten, dan hubungan dengan konsumen dalam segala jenis komunikasi atau interaksi (Awallina, 2021). Dalam membuat suatu merek dan segala macam atributnya harus dilihat dari semua sisi sesuai dengan kemampuan perusahaan, yang tidak berlebihan, tetapi dapat meningkatkan citra perusahaan. Serta melihat kepada siapa segmentasi lembaga tersebut ditujukan (Gracial, 2018).

Media sosial juga merupakan alat yang sangat efektif untuk membangun brand image suatu perusahaan dan menghubungkan masyarakat dengan institusi tersebut (Suhaimi, 2023). Sehubungan dengan pernyataan tersebut, digital branding dapat dilakukan melalui berbagai platform media sosial dan media sosial merupakan salah satu alternatif penghematan biaya dalam pemasaran produk (Putri, 2023). Media sosial adalah kumpulan perangkat lunak yang digunakan oleh individu, kelompok, dan institusi untuk berkomunikasi, berbagi, dan bertukar ide, dalam beberapa kasus untuk permainan, komunikasi, dan kolaborasi antar individu dan institusi. Berkat kemajuan teknologi ini, setiap orang dapat mengakses segala jenis informasi di berbagai platform internet dan media (Rafael, 2018). Setiap orang kini dapat mengakses layanan aplikasi seperti Facebook, Line, Whatsapp, Youtube dan Instagram dari Internet (Kurniawan, 2017). Instagram adalah aplikasi yang digunakan untuk mengunggah gambar atau video agar dapat dilihat oleh pengikutnya (Ichsan, 2023). Banyak perusahaan sekarang menggunakan media sosial sebagai cara untuk membangun citra merek (Najmi, 2024).

Brand institusi merupakan identitas suatu institusi yang dapat menciptakan gambaran di benak pembaca tentang nilai dan kualitas yang diusung oleh pemilik nama tersebut (Ramadhan, 2017). Branding institusi juga merupakan cara untuk membentuk citra diri, kepribadian, bidang keahlian dan minat, serta isu-isu spesifik komunitas untuk membentuk persepsi positif. Dalam proses penciptaan personal brand, citra diri dapat dibentuk dengan mengunggah gambar dan video ke Instagram (Agustinna, 2017).

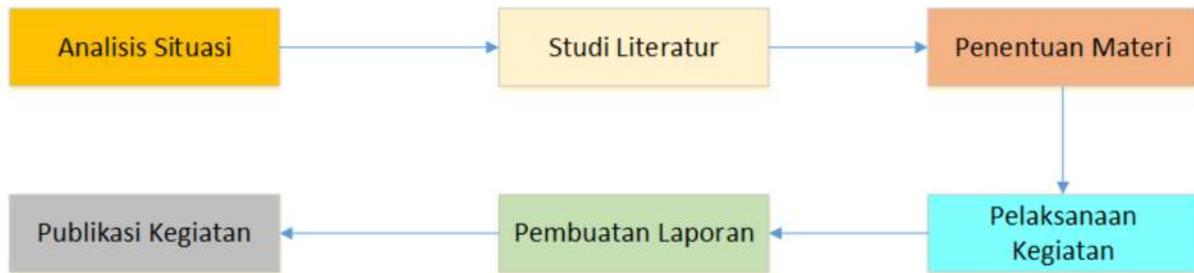
Persatuan Guru Pendidikan Anak Usia Dini Muslimat Nadalatul Ulama (IGPAUDMNU) merupakan kesatuan guru pendidikan anak usia dini yang berada di bawah naungan Muslimat Nadalatul Ulama yang beranggotakan guru-guru dari seluruh provinsi Jawa Timur. Tujuan dari pengabdian masyarakat ini adalah pelatihan Instagram untuk meningkatkan brand institusi IGPAUDMNU Provinsi Jawa Timur dengan menggunakan Instagram.

METODE

Setiap orang menginginkan informasi untuk menunjang aktivitasnya, sehingga mereka berusaha mendapatkan informasi sesegera mungkin. Teknologi informasi telah berkembang seiring dengan hadirnya Internet dan diperkenalkannya media sosial. Media sosial merupakan alat yang memungkinkan setiap orang berkomunikasi sosial, berinteraksi dan berkomunikasi tanpa terhalang oleh ruang dan waktu (Syahida, 2017). Media mengajak semua pihak yang berkepentingan untuk berpartisipasi secara terbuka dengan memberikan komentar dan masukan, berkomentar dan berbagi informasi secara cepat dan tanpa batasan (Ramadhanti, 2016). Sesuai Rencana Pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat, kegiatan tersebut telah terlaksana sesuai rencana dan

berjalan dengan lancar dan efisien. Hal ini berkat besarnya dukungan dari berbagai pihak, tokoh Muslimat Nadhalatul Ulama dan guru Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD) sebagai peserta pengabdian kepada masyarakat.

Kegiatan pengabdian pada masyarakat menggunakan metode dalam bentuk pelatihan keterampilan melalui ceramah, demontrasi dan Tanya jawab dilaksanakan selama 3 hari. Adapun tahapan-tahapan dalam pelaksanaan kegiatannya :



Gambar 1. Metode Pelaksanaan Kegiatan

Adapun penjelasan dari Gambar 1 sebagai berikut:

1. Analisis Situasi

Pada tahapan ini dilakukan proses pengenalan suasana eksisting yang terjadi di Muslimat Nadhalatul Ulama. Khususnya dalam hal pembuatan dokumentasi digital yang telah dilakukan oleh ibu-ibu pengurus Muslimat Nadhalatul Ulama. Luaran yang dihasilkan pada Langkah ini adalah adanya analisis gap antara kemampuan yang dimiliki oleh Pengurus Muslimat Nadhalatul Ulama dengan kebutuhan brand image dari Lembaga. Kebutuhan brand image untuk membuat portofolio yang menarik agar lebih dikenal oleh masyarakat secara luas, belum dapat dilakukan secara optimal dikarenakan Pengurus Muslimat Nadhalatul Ulama belum paham mengenai pentingnya dokumentasi digital menggunakan Media Sosial.

2. Studi Literatur

Dalam tahapan ini dilakukan untuk mencari sumber-sumber referensi yang terkini mengenai kebutuhan dokumentasi digital, penggunaan media sosial. Tujuannya untuk mengetahui sejauh mana referensi-referensi terkini yang dapat digunakan sebagai bahan untuk membuat pelatihan yang efektif

3. Penentuan Materi

Pada tahapan ini terjadi kesepakatan antara tim pengabdian kepada Masyarakat Program Studi Informatika dengan Pengurus Muslimat Nadhalatul Ulama mengenai materi yang akan disampaikan pada saat pelatihan berlangsung.

4. Pelaksanaan Kegiatan

Pada tahapan ini merupakan kegiatan inti dari pengabdian kepada masyarakat yang akan dilaksanakan selama 3 hari sesuai permintaan dari Muslimat Nadhalatul Ulama.

5. Pembuatan Laporan

Tahapan ini merupakan tahapan dokumentasi kegiatan yang diwujudkan dalam bentuk laporan akhir kegiatan pengabdian kepada masyarakat.

6. Publikasi Kegiatan

Pada tahapan ini merupakan tahapan untuk melakukan publikasi kegiatan dalam bentuk Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat. Selain itu publikasi kegiatan juga dilakukan oleh tim pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk vide kegiatan yang akan di unggah di Channel Youtube Fakultas Teknik UWKS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Setiap orang menginginkan informasi untuk menunjang aktivitasnya, sehingga mereka berusaha mendapatkan informasi sesegera mungkin. Teknologi informasi telah berkembang seiring dengan hadirnya Internet dan diperkenalkannya media sosial. Media sosial merupakan alat yang memungkinkan setiap orang berkomunikasi, berinteraksi dan berkomunikasi tanpa terhalang oleh ruang dan waktu (Syahida, 2017). Media sosial mengajak semua pihak yang berkepentingan untuk berpartisipasi secara terbuka dengan memberikan komentar dan masukan, berkomentar dan berbagi informasi secara cepat dan tanpa batasan (Ramadhanti, 2016). Sesuai Rencana Pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat, kegiatan tersebut telah terlaksana sesuai rencana dan berjalan dengan lancar dan efisien. Hal ini berkat besarnya dukungan dari berbagai pihak, tokoh Muslimat Nadalatul Ulama dan guru Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD) sebagai peserta pengabdian kepada masyarakat.

Kegiatan berlangsung pada tanggal 2 September 2023 mulai pukul 18.00 hingga 13.00. Berdasarkan hasil wawancara dengan Ketua Pengurus Muslimat Nadalatul Ulama, hasil pelatihan yang ditujukan kepada guru PAUD dapat dinilai sangat bermanfaat. Hal ini berdasarkan hasil pemanfaatan media sosial sebagai alat komunikasi, informasi dan dokumentasi. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan sesuai dengan arah dan misi guru PAUD untuk melaksanakan kegiatan pengajaran dan pendidikan anak usia dini, karena mendokumentasikan kegiatan anak usia dini merupakan kunci terlaksananya pembelajaran inovatif. Pelatihan ini yang meliputi pelatihan-pelatihan terkait media sosial, harus cerdas dan hati-hati dalam menggunakan media sosial, karena perlu diketahui apakah informasi tersebut scam atau tidak, dan juga aplikasi yang disajikan dalam pelatihan ini dapat langsung diimplementasikan pada perangkat Anda. . halaman smartphone tepatnya. Keberhasilan tersebut juga didasari oleh cerita para guru yang mengatakan bahwa sampai saat ini masih ada namun belum dimaksimalkan atau dimanfaatkan untuk kepentingan bersama, sehingga melalui kegiatan ini kita dapat menginformasikan proses belajar mengajar di PAUD..

Hasil yang diperoleh adalah sebagai berikut: 1) Pemanfaatan media sosial sebagai media pembawa informasi bagi guru PAUD telah berhasil direncanakan dan dapat bermanfaat bagi guru PAUD dan masyarakat pada umumnya. 2) Pemanfaatan media sosial di IGPAUDMNU sudah berhasil dan dapat memberikan kemudahan dalam mengkomunikasikan informasi dan mendokumentasikan setiap kegiatan yang dilakukan, 3). Pemanfaatan media sosial melalui Instagram juga mampu berkembang sebagai alat komunikasi bagi guru PAUD dan pengurus Muslimat Nadalatul Ulama.

Gambar 2 memperlihatkan dokumentasi persiapan kegiatan dimana para peserta mulai menyiapkan peralatan yang mereka butuhkan nantinya saat kegiatan berlangsung.



Gambar 2. Persiapan Kegiatan

Gambar 3 memperlihatkan panitia kegiatan dari pihak IGPAUDMNU yang sangat membantu dalam pelaksanaan kegiatan berlangsung.



Gambar 3. Panitia Kegiatan dari IGPAUDMNU

Gambar 4 memperlihatkan semangat peserta pada pelaksanaan kegiatan di hari kedua, Dimana para peserta masih ada keinginan untuk mengikuti kegiatan.



Gambar 4. Pelaksanaan Kegiatan di hari kedua

Gambar 4 memperlihatkan semangat peserta pada pelaksanaan kegiatan di hari kedua, Dimana para peserta masih ada keinginan untuk mengikuti kegiatan.



Gambar 5. Pelaksanaan Kegiatan di hari ketiga

Gambar 5 memperlihatkan semangat peserta pada pelaksanaan kegiatan di hari ketiga, dimana para peserta masih ada keinginan untuk mengikuti kegiatan.



Gambar 6. Pemberian Materi

Gambar 6 memperlihatkan tim pelaksana dalam memberikan materi mengenai Instagram untuk pembuatan branding IGPAUDMNU.



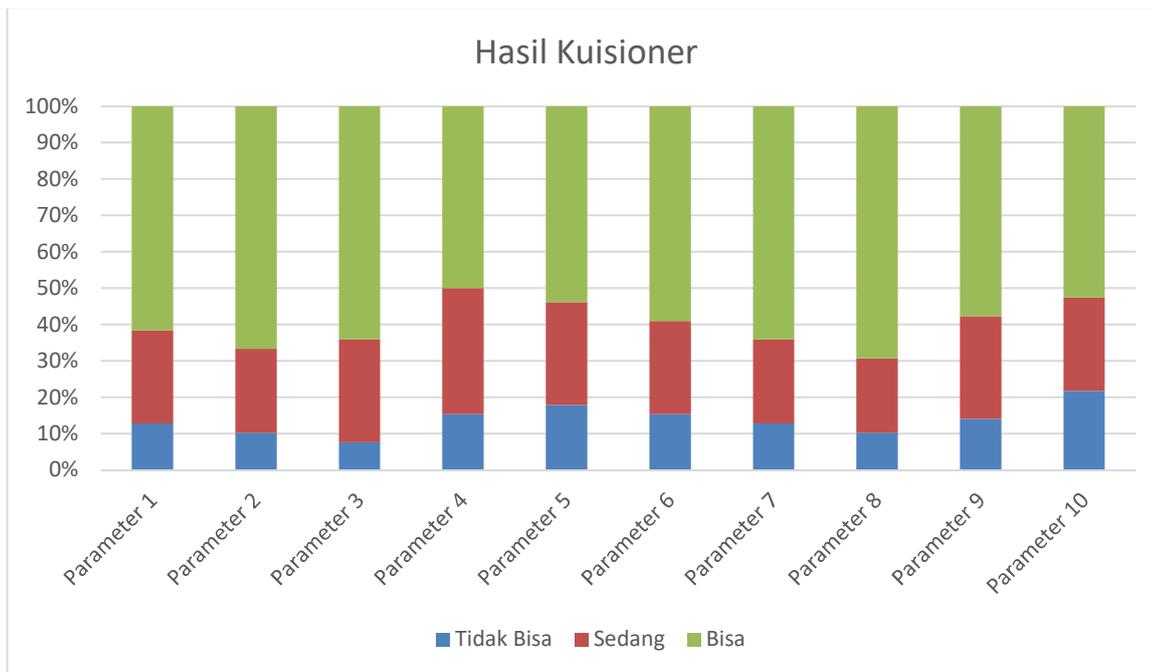
Gambar 7. Tim Pelaksana

Gambar 7 memperlihatkan tim pelaksana dari Program Studi Informatika Universitas Wijaya Kusuma Surabaya, dengan dibantu 10 mahasiswa dalam pelaksanaan kegiatan.

Tabel 1. Parameter Optimalisasi

No	Parameter Optimalisasi Instagram untuk Pembuatan Branding IGPAUDMNU
1	Saya dapat memahami fungsi dari menu canva Instagram
2	Saya menyukai template dari canva Instagram
3	Saya dapat menambah gambar pada canva Instagram
4	Saya dapat merubah tulisan pada canva Instagram
5	Saya dapat menyimpan hasil dari canva Instagram
6	Saya dapat menambah foto dari canva ke Instagram saya
7	Saya memahami fungsi hashtag di Instagram
8	Saya dapat melakukan post konten di Instagram
9	Saya dapat membuat Instagram story
10	Saya dapat membagikan berita / post Instagram saya ke orang lain

Tabel 1 menjelaskan parameter optimalisasi penggunaan Instagram yang digunakan tim pelaksana untuk pembuatan branding IGPAUDMNU. Terdapat 10 parameter yang digunakan tim pelaksana untuk mengukur Tingkat keberhasilan guru IGPAUDMNU dalam penguasaan Instagram. Tim pelaksana menggunakan metode kuisioner yang dibuat menggunakan Google Form sehingga kuisioner dapat dengan mudah dibagikan dan di isi oleh peserta kegiatan, yang dihadiri oleh 78 guru IGPAUDMNU.



Gambar 8. Hasil Kuisisioner

Gambar 8 menjelaskan hasil kuisisioner dari penguasaan peserta kegiatan, dimana hamper 50% dari 10 parameter peserta telah menguasai Instagram yang sebelumnya para peserta belum paham mengenai fitur-fitur Instagram, dengan adanya kegiatan ini maka peserta dapat melakukan optimalisasi Instagram dengan memahami dan memanfaatkan fitur-fitur tersebut untuk pembuatan branding IGPAUDMNU.

KESIMPULAN

Media sosial dalam hal ini Instagram yang menggunakan branding IGPAUDMNU untuk kegiatan pengabdian kepada masyarakat dapat digunakan. Semua pengabdian masyarakat ini dapat dilakukan dengan banyak cara, yaitu dapat memberikan manfaat bagi guru seperti layanan informasi, komunikasi dan kesempatan dokumentasi terhadap setiap kegiatan yang dilakukan anak kecil dan terlihat sebagai siswa yang berpartisipasi. seluruh komunitas. Guru memahami cara memanfaatkan media sosial sebagai alat komunikasi, informasi dan dokumentasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustinna, Kartika, Hadi Purnama dan M Sufyan Abdurrahman. 2017. Analisis Strategi Personal Branding melalui Media Sosial Instagram. eProceeding of Management, Volume 4 Nomor 1.
- Awallina Yusanda, Rini Darmastuti, George Nicholas Huwae. 2021. Strategi Personal Branding Melalui Media Sosial Instagram (Analisis Isi pada Media Sosial Mahasiswa Universitas Kristen Satya Wacana). Jurnal SCRIPTURA, Vol. 11, No. 1,
- Gracial, Guna dan Deepa Viswam 2018. Freedom of Expressing in Social Media: A Political Perspective. Research Review Journals. Volume 03, Issue 01.
- Kurniawan, Puguh. 2017. Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pemasaran Modern Pada Batik Burneh. Competence : Journal of Management Studies, Vol. 11 Nomor 2.
- Moh. Ichsan, Astri Irawan, Yon Safira. 2023. Analisis Komodifikasi Media Sosial Instagram terhadap Citra Partai Politik Menjelang Pemilihan Calon Presiden 2024. JSHP Vol. 07 No. 01.
- Muhammad Najmi Fadhil, Novan Ardy Wiyani. 2024. Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Sosialisasi Kegiatan Outing Class SMP. Jurnal BASICEDU, Volume 8 Nomor 1.
- Putri Fellanny, Sinta Paramita. 2023 Analisis Digital Branding pada Media Sosial Akun Instagram. Prologia, Vol. 7, No. 1.
- Rafael, Christhoper & Dini Salmiyah. 2018. Strategi Personal branding Selebgram Non Selebriti. Profesi Humas: Jurnal Ilmiah Hubungan Masyarakat, Universitas Telkom. Volume 2. Nomor 2.
- Ramadhan, Fadli Harisa. 2017. Pemanfaatan Media Sosial Instagram Akun @mr.creampuff sebagai Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan. JOM FISIP, Volume 4 Nomor 2.

- Ramadhanti, Tatia Ridho. (2016). Fenomena Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Personal branding. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Suhaimi, Yuli Evadiani, Ivan Radityo Yudistiro. 2023. Instagram Sebagai New Media Untuk Membangun Personal Branding. *Journal Media Public Relations* Volume 3 Nomor 1.
- Syahida, Amanah Rakhim & Fathul Qorib. 2017. Personal Branding untuk Menaikkan Pupolaritas melalui Instagram”. *Sosial Politik Humaniora*, Volume 6 Nomor 1.