

PELATIHAN PENGELOLAAN KONTEN DIGITAL MEDIA SOSIAL DALAM MENDUKUNG RENCANA PEMBANGUNAN PERKOTAAN DI KOTA MATARAM

Fariz Primadi Hirsan¹⁾, Agus Kurniawan²⁾, Sri Rahmi Yuniarti³⁾, Rasyid Ridha⁴⁾, Armei Rapudin⁵⁾

^{1,2,3,4,5} Prog. Studi Perenc. Wilayah & Kota – Univ. Muhammadiyah Mataram, Mataram, Indonesia

¹fariz.primadi@gmail.com

Diterima 2 Mei 2025, Direvisi 21 Mei 2025, Disetujui 24 Mei 2025

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi terutama media sosial membawa suatu perubahan di dalam masyarakat. Media sosial sebagai media platform digital yang memungkinkan penggunaannya untuk berinteraksi secara online. Pengguna dapat membuat, berbagi, dan bertukar informasi dengan pengguna lain. Media Sosial saat ini dipergunakan juga sebagai wadah interaksi antara masyarakat dan pemerintah dalam hal melakukan interaksi terkait evaluasi rencana pembangunan yang sedang berlangsung, atau sebagai media mengutarakan ide-ide terkait pembangunan perkotaan khususnya di Kota Mataram. Masalah yang dihadapi dewasa ini terkait konten media sosial adalah, kurangnya substansi dari konten sosial media yang sering digunakan, sehingga perlu dilakukan pelatihan terkait konten-konten yang sesuai dengan substansi dari penggunaan media sosial tersebut, dengan maksud agar masyarakat, terutama *content creator* secara khusus dan masyarakat secara umum dapat berkontribusi dalam upaya *sharing* informasi dengan pemerintah sebagai kontribusi dalam perencanaan kota. Pelaksanaan pengabdian ini menggunakan metode pendekatan ceramah-partisipatif, praktik, dan demo hasil berbasis teknologi digital. Hasil yang dicapai pada kegiatan pengabdian ini menunjukkan hasil yang signifikan dari perubahan substansi konten media sosial yang telah disusun. Dari keseluruhan peserta, 90% peserta mampu menghasilkan konten yang berkualitas ditunjukkan dari kualitas visual maupun substansi konten, mudah dipahami tujuan dari konten yang disusun tersebut. Pelatihan ini juga memberikan solusi bagi masyarakat dalam memberikan masukan secara santun, terpercaya dan interaktif, sebagai bentuk partisipasinya dalam kegiatan rencana perkotaan.

Kata kunci: *Konten Digital; Media Sosial; Rencana Kota; Pembangunan*

ABSTRACT

The advancement of information technology, particularly social media, has brought significant changes within society. Social media, as a digital platform, enables users to interact online, allowing them to create, share, and exchange information with others. Currently, social media is also utilized as a medium for interaction between the community and the government, facilitating engagement concerning the evaluation of ongoing development plans or as a platform for expressing ideas related to urban development, especially in Mataram City. A prevalent issue nowadays regarding social media content is the lack of substantiality. Therefore, training on appropriate content, aligned with the substance of social media usage, is essential. The aim is to empower the community, specifically content creators and the general public, to contribute to information sharing with the government as a valuable input for urban planning. This community service initiative employed a participatory lecture approach, practical sessions, and digital technology-based demonstrations. The results achieved from this activity showed a significant improvement in the substance of the social media content produced. Out of all participants, 90% were able to generate high-quality content, evidenced by both visual quality and content substance, and the clarity of the content's objective. This training also offered a solution for the community to provide feedback respectfully, reliably, and interactively, as a form of their participation in urban planning activities.

Keywords: *Digital Content; Social Media; Urban Planning; Development*

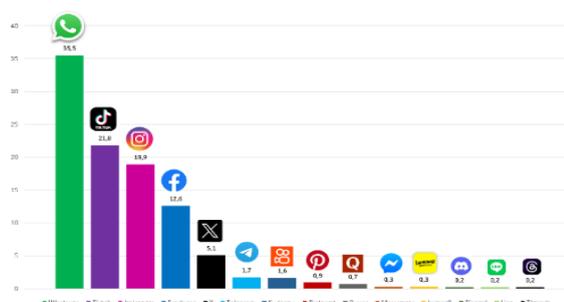
PENDAHULUAN

Di zaman modern ini, teknologi telekomunikasi dan perkembangan teknologi sistem informasi dan multimedia merupakan bagian dari sisi transformasi revolusi industry 4.0 dan social 5.0 yang kini menjadi perhatian secara luas (Sirmayanti, 2022). Keberadaan transformasi teknologi tersebut

dipandang sebagai perkembangan teknologi canggih yang memberikan dampak signifikan bagi kehidupan masyarakat, seperti hadirnya: *Robot, financial technology, big data, artificial intelligence* dan *digital business (e-commerce)*. Tidak dapat dipungkiri bahwa dampak Revolusi Industri 4.0 tidak dapat dihindari dengan hadirnya

internet. Menghubungkan teknologi ke internet memungkinkan berbagai hal bekerja lebih cerdas dan keputusan dibuat berdasarkan proses yang dikonfigurasi dan menjadi bagian dari jaringan layanan yang kompleks.

Perkembangan teknologi informasi terutama media sosial membawa suatu perubahan di dalam masyarakat. Hadirnya media sosial sangat berpengaruh akan perubahan pola perilaku masyarakat yang mengalami pergeseran baik sosial, ekonomi, dan budaya yang ada, termasuk di Indonesia (Siregar, 2023). Penggunaan media sosial memberikan dampak yang sangat positif terutama dalam berinteraksi baik secara sosial, politik maupun ekonomi. Penggunaan media sosial memudahkan untuk berkomunikasi, baik teman maupun keluarga, yang tidak memungkinkan untuk bertatap muka karena jarak (Wibawa, 2023). Media sosial sebagai media platform digital yang memungkinkan penggunaannya untuk berinteraksi secara online. Pengguna dapat membuat, berbagi, dan bertukar informasi dengan pengguna lain. Platform digital tersebut, membutuhkan internet untuk berinteraksi, berbagi informasi, dan membangun jejaring sosial. Pertumbuhan pengguna internet di Indonesia mengalami kenaikan secara signifikan dari tahun ke tahun, hingga telah mencapai lebih dari 175,4 juta pengguna di Januari 2020, yang didominasi oleh pengguna internet melalui perangkat mobile daripada *desktop PC* yaitu 124% dari populasi penduduk Indonesia (Wijoyo, 2020). Berdasarkan data dari website *We Are Social.com*, (Special report Digital 2024 - Your Ultimate Guide to the Evolving Digital World) klasifikasi pengguna sosial media di Indonesia sampai dengan bulan Februari tahun 2025, terdiri dari beberapa platform favorit, dimana prosentase terbesar masih didominasi oleh Platform WhatsApp (WA), disusul oleh platform berbasis visual bentuk gambar atau video lainnya (Kemp, We Are Social, 2025). Penggunaan platform media sosial ini menunjukkan bahawa hampir seluruh masyarakat Indonesia, mahir dalam memaksimalkan pemanfaatan aplikasi media sosial dengan baik.



Gambar 1. Grafik prosentase Sosial Media Favorit di Indonesia (Sumber :Unduh dari We Are Social, 2025).

Media sosial menjadi sarana yang digunakan untuk menyebarkan dan menyampaikan informasi secara menyeluruh dalam waktu yang singkat dan memiliki tingkat keefektifitasan dan efisiensi yang tinggi dalam hal ini tidak kalah dengan media massa atau media cetak yang mudah dalam memberikan akses komunikasi dengan cepat dan menyeluruh (Syuderajat, 2017). Peran komunikasi yang efektif untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat menjadi sangat penting untuk menjalankan fungsi pengelolaan informasi melalui wahana media sosial, dengan pendekatan strategi komunikasi yang tepat antara pemerintah dan masyarakat (Hasan, 2023). Adapun strategi khusus yang digunakan dalam melakukan pengelolaan media sosial, yaitu dengan menyesuaikan pesan atau konten yang akan dibuat dengan karakteristik media sosial yang akan digunakan, baik dari segi tampilan, seperti desain konten/feed maupun relevansi isi pesan (Lestari, 2022). Konten media sosial dari masyarakat dapat menjadi bentuk partisipasi dalam pembangunan melalui berbagai cara, seperti: Berpartisipasi dalam program pelaporan, Memanfaatkan media sosial untuk bersuara, Memanfaatkan media sosial untuk meminta pertanggungjawaban pemerintah, Memanfaatkan media sosial untuk menyampaikan aspirasi, dan Memanfaatkan media sosial untuk berkolaborasi dengan komunitas (Ritonga, 2024). Untuk memanfaatkan media sosial secara efektif, perlu ada upaya untuk meningkatkan literasi digital, mengelola disinformasi, dan mempromosikan diskusi yang konstruktif. Kesadaran akan literasi digital akan membawa bangsa Indonesia ke arah yang lebih baik, dimana masyarakat Indonesia memiliki kemampuan untuk memilah konten mana saja yang baik untuk mengembangkan diri dan mana yang buruk untuk dihindari.

Saat ini, pembuat konten digital telah menjadi bagian tak terpisahkan dari dunia jurnalisme digital. Pembuat konten digital harus memiliki kemampuan dalam membuat dan mengelola konten digital seperti mengelola website, artikel web, desain grafis, video editing dan konten digital lainnya, dan harus membangun kepercayaan publik dengan menyajikan informasi yang akurat dan dapat dipertanggung jawabkan. Dibalik perkembangan yang masif dari dunia digital, khususnya yang bersinggungan dengan konten kreator, masyarakat semakin skeptis terhadap informasi yang mereka terima, termasuk informasi yang disampaikan oleh konten kreator. Tantangan tersebut, membuat para pencipta konten digital harus meningkatkan memiliki pemahaman mendalam tentang jurnalisme dan jejaring sosial. Selain itu, mereka juga harus mengembangkan kemampuan komunikasi dan jurnalisme yang baik. Mereka berperan penting

dalam menyebarkan informasi dan pendidikan kepada masyarakat luas. Namun, di balik peran penting tersebut, pembuat konten juga menghadapi banyak tantangan. Tantangan pertama adalah menjaga kualitas informasi yang akurat, faktual, dan dapat diandalkan. Pembuat konten diharuskan memverifikasi dan mengautentikasi informasi yang mereka bagikan. Hal ini penting untuk menghindari penyebaran berita bohong atau hoax. Tantangan kedua adalah memenuhi standar jurnalisme profesional. Pembuat konten harus memahami dan menerapkan prinsip jurnalisme seperti objektivitas, netralitas, dan independensi. Mereka juga harus menunjukkan integritas dan tanggung jawab etis dalam menyampaikan informasi.

Di era digital saat ini, penggunaan media sosial semakin massif dilakukan. Seiring berjalannya waktu, aktivitas berbasis digital terus berkembang dan hadir dalam setiap unsur kehidupan. Kehidupan sehari-hari memasuki era digital yang sangat mendorong kita untuk shifting teknologi mengikuti perkembangan jaman digitalisasi. Aktivitas digital yang paling umum dimanfaatkan oleh masyarakat adalah media sosial. Penggunaan media sosial telah membentuk dan mendukung cara baru dalam berkomunikasi, berinteraksi, dan berkolaborasi. Media Sosial sangat berperan dalam penyebaran informasi bagi masyarakat luas di semua bidang. Tingginya ketergantungan masyarakat terhadap penggunaan media sosial membuka sebuah peluang baru bagi masyarakat (Shabrina, 2023) untuk dapat berpartisipasi dalam proses pembangunan yang direncanakan oleh pemerintah. Fenomena semakin berkembangnya penggunaan media sosial membuat pemerintah memiliki kesempatan untuk memanfaatkan media sosial sebagai strategi untuk mengkomunikasikan kebijakan, rencana kerja dan capaian kinerja kepada seluruh masyarakat. Melihat perkembangan teknologi yang begitu pesat dan media sosial merupakan salah satu saluran komunikasi pemerintah yang mencakup jaringan cukup luas di semua kalangan. Hal ini dapat membantu pemerintah daerah, yang telah memanfaatkan teknologi informasi dengan memberikan pelayanan publik yang lebih baik dengan memanfaatkan penggunaan teknologi yang perlu didukung dengan kesadaran kemampuan masyarakat (Aji, 2025). Media sosial juga dapat memberikan kesempatan penuh bagi masyarakat untuk berpartisipasi dalam pengambilan keputusan dan implementasi proses perencanaan, dengan menyampaikan pandangan pribadi mereka mengenai perkembangan suatu pembangunan dalam kota melalui media sosial, dan berpartisipasi dalam proses perumusan rancangan perencanaan di perkotaan, dimana hal ini dapat meningkatkan rasa kepemilikan dan partisipasi masyarakat dalam

perencanaan, serta meningkatkan efektivitas implementasi perencanaan (Zhang, 2024). Partisipasi masyarakat dalam pengambilan keputusan memberi mereka perasaan memiliki kota mereka sendiri. Hal ini mempromosikan demokrasi lokal yang sehat dan meningkatkan hubungan antara pemerintah dan masyarakat (Khristianto, 2024).

Oleh Karena itu, perlu dilakukan suatu pembelajaran kepada masyarakat, dalam hal ini dengan kegiatan pelatihan yang berkaitan dengan aspek konten digital. Masyarakat dalam hal ini adalah masyarakat yang menjadi objek pelatihan adalah masyarakat yang tergabung dalam PKBM (Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat) Yayasan Santon Salung Sanjung, yang berlokasi di Kelurahan Dasan Agung – Kota Mataram. Yayasan ini adalah yayasan non-profit yang berperan sebagai wadah masyarakat sekitar dalam kegiatan pembelajaran dalam rangka menambah skill, pembaharuan wawasan serta wadah dalam mempraktekkan inovasi dan bakat masyarakat di sekitar lokasi yayasan ini berada. Potensi dari masyarakat Dasan Agung, saat ini adalah mereka terlatih dalam mengoperasikan perangkat gadget/gawai mutakhir, termasuk mengoperasikan aplikasi editing, baik konten berupa foto, video dan lainnya. Permasalahan yang sering ditemui oleh masyarakat dalam rangka men-share informasi terkait partisipasinya sebagai warga Kota Mataram untuk memberikan masukan kepada pemerintah adalah terbatasnya kualitas informasi yang diberikan oleh masyarakat baik dari segi konten (isi) informasi maupun kualitas tampilan dari informasi tersebut, sehingga mengurangi esensi dari informasi yang akan disampaikan. Dari kegiatan pelatihan ini, diharapkan mampu memberikan gambaran kepada masyarakat terutama masyarakat sebagai objek pelatihan untuk dapat memberikan informasi dalam bentuk konten digital yang tervalidasi kebenarannya, tidak mengandung konten yang tidak terpuji, serta mampu memberikan kualitas tampilan konten digital yang baik, yang mampu meningkatkan *engagement* dari konten tersebut, sehingga dapat tersebar luas dengan baik dan terukur, dengan tujuan agar masyarakat, terutama *content creator* secara khusus dan masyarakat secara umum dapat berkontribusi dalam upaya sharing informasi dengan pemerintah sebagai kontribusi dalam perencanaan kota.

METODE

Kegiatan Pelatihan ini dilakukan dalam upaya untuk menerapkan pengetahuan, keterampilan, dan sumber daya (Hirsan, 2024) yang dimiliki masyarakat dalam rangka menyusun konsep kreasi dalam rangka informasi pembangunan berbasis sosial media. Pelatihan ini menggunakan pendekatan yang terstruktur dengan metode kombinasi teori dan

praktik agar peserta dapat langsung mengaplikasikan pengetahuan yang diperoleh (Gustini, 2025). Adapun pendekatan metode kegiatan yang dilakukan selama proses pelatihan (Almira Shabrina, 2023) meliputi :

▪ **Metode Interaktif dan Partisipatif:**

1. Ceramah: memberikan pembekalan materi berupa teori-teori ataupun materi terkait materi yang akan dilakukan pelatihan, dengan metode presentasi yang dilakukan pemateri. Isi materi berupa pembahasan topik tertentu, menganalisis contoh konten, atau memecahkan masalah terkait pembuatan konten.
2. Studi Kasus: Menyajikan contoh-contoh konten digital yang sukses (atau kurang sukses) untuk dianalisis oleh peserta. Mereka dapat mengidentifikasi elemen-elemen kunci, strategi yang digunakan, dan pelajaran yang dapat diambil.
3. Brainstorming: Menggunakan sesi brainstorming terstruktur untuk menghasilkan ide-ide konten baru, tema kampanye, atau solusi kreatif untuk tantangan konten.
4. Sesi Tanya Jawab Interaktif: Mendorong peserta untuk mengajukan pertanyaan dan berdiskusi secara langsung dengan pemateri. Ini bisa dilakukan secara spontan atau dengan mengumpulkan pertanyaan sebelumnya.

▪ **Metode Berbasis Praktik dan Pengalaman:**

1. Workshop Praktis: Memberikan tugas-tugas langsung kepada peserta untuk membuat berbagai jenis konten digital (teks, gambar, video pendek, infografis, dll.) selama sesi pelatihan. Pemateri memberikan panduan dan umpan balik langsung.
2. Simulasi: Membuat skenario pembuatan konten digital yang realistis, di mana peserta harus bekerja dalam tim untuk merencanakan, membuat, dan mempresentasikan konten mereka.
3. Presentasi Peserta: Memberikan kesempatan kepada peserta untuk mempresentasikan ide konten, strategi, atau hasil karya mereka kepada kelompok. Ini melatih kemampuan komunikasi dan menerima umpan balik.

▪ **Metode Berbasis Teknologi:**

1. Demonstrasi Langsung (*Live Demo*): Pemateri menunjukkan secara langsung cara menggunakan berbagai alat dan software untuk membuat dan mengelola konten digital.

2. Penggunaan Video Tutorial dan Sumber Daya Online: Mengintegrasikan video tutorial singkat atau tautan ke sumber daya online yang relevan untuk memperkaya materi pelatihan.

▪ **Evaluasi Kegiatan:**

1. Evaluasi dan Adaptasi: Setelah pelatihan, lakukan evaluasi untuk mengetahui efektivitas metode yang digunakan dan melakukan penyesuaian untuk sesi berikutnya.
2. Kuis dan Polling Interaktif: Menggunakan platform kuis atau polling online untuk menguji pemahaman peserta secara langsung dan membuat sesi lebih menarik, dimana hasilnya bisa langsung ditampilkan dan dibahas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada peningkatan kualitas konten media sosial sebagai media partisipatif pembangunan ini telah dilaksanakan dengan pendekatan yang terstruktur dan adaptif terhadap kebutuhan peserta. Kegiatan ini dilatarbelakangi oleh rendahnya kualitas substansi konten yang sering diproduksi oleh masyarakat dalam memanfaatkan media sosial, terutama dalam konteks penyampaian ide dan masukan terhadap rencana pembangunan di Kota Mataram. Pelatihan pembuatan konten digital media sosial ini dirancang untuk membantu peserta mengembangkan keterampilan dalam menciptakan konten yang menarik dan berkualitas tinggi untuk berbagai platform digital. Selain itu, diingatkan pula penting untuk memiliki peralatan dasar seperti kamera, *microphone*, dan perangkat lunak editing, yang sejauh ini banyak hadir bahkan dengan tarif gratis. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan pada Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat (PKBM) "Bawaq Bageq" yang berlokasi di area Dasan Agung, Kecamatan Selaparang, Kota Mataram. Kegiatan ini merupakan kerjasama bersama Yayasan Santon Salung Sanjung, yang merupakan yayasan *non-profit*, yang bergerak dibidang pemberdayaan masyarakat. Pada tahap awal, dilakukan pemaparan materi secara ceramah interaktif yang membahas :

- Pentingnya media sosial sebagai ruang partisipatif masyarakat.
- Peran strategis konten media sosial dalam menyampaikan gagasan pembangunan.
- Etika berkomunikasi di media sosial agar tetap santun dan kredibel.



Gambar 2. Pemaparan Materi Pelatihan Konten Digital (Sumber : Doc. Pribadi, 2025)

Diskusi ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran peserta mengenai tanggung jawab sosial dalam bermedia sosial, serta memberi pemahaman tentang pentingnya substansi yang kuat dalam setiap konten yang dibagikan. Pada tahap ini, tim pelaksana kegiatan pengabdian, terlebih dahulu mendafta, sejauh mana tingkat pemahaman peserta terkait pengetahuannya pada penyusunan konten digital, dan mencoba melihat hasil konten yang pernah disusun oleh peserta kegiatan pelatihan ini. Berdasarkan hasil angket yang memanfaatkan aplikasi ZOHO, dimana hasilnya dapat langsung dilihat bersama pada lokasi kegiatan. Adapun hasil angket yang dilakukan adalah :

Tabel 1. Jenis Media Konten Yang Sering Digunakan

Jenis Media	Prosentase (%)
Chat Text	9 %
Video	67 %
Gambar	18 %
Voice / Suara	6 %

Sumber :Angket Simulasi ZOHO saat pelatihan

Dari data awal terkait jenis media yang sering digunakan dalam menyusun konten, video merupakan jenis media yang paling sering dipergunakan dalam menyampaikan / memberikan informasi. Hal ini didukung oleh teknologi perangkat yang memang memudahkan untuk menyusun suatu informasi berupa konten video. Selanjutnya, dari prosentase pemanfaatan media video sebagai wadah menyampaikan informasi, tim pengabdian kembali mendalami sejauh mana durasi video yang dihasilkan oleh peserta, dimana hasil dari angket pertanyaan yang diberikan pada tahap awal ini, diperoleh informasi sebagai berikut :

Tabel 2. Durasi Video yang Biasa Dibuat

Durasi (detik)*	Prosentase (%)
00 – 14 detik	9 %
15 – 30 detik	19 %
30 detik – 1 menit	17 %
1 – 2 menit	31 %
> 2 menit	24 %

Sumber :Angket Simulasi ZOHO saat pelatihan
*60 detik menjadi 1 menit

Sebagian besar peserta yang mengikuti pelatihan ini, berdasarkan hasil angka yang diajukan, mayoritas membuat konten video dalam rentang durasi waktu 1 menit sampai lebih dari 2 menit. Hal ini menunjukkan bahwa informasi yang disampaikan dalam konten digital sosial media mereka, masih belum padat informasi yang disampaikan sehingga durasi yang dibutuhkan relatif cukup panjang. Selanjutnya, dari peserta yang memanfaatkan media informasi video, tim pengabdian masyarakat, mengajukan pertanyaan terakhir di tahap awal ini, platform unggahan aplikasi video apa yang dipergunakan. Data yang diperoleh meliputi :

Tabel 3. Platform Video yang Digunakan

Jenis Platform	Prosentase (%)
Instagram Snapstory	19 %
TikTok	24 %
Reel IG	21 %
Short Youtube	13 %
Youtube	3 %
Facebook	6 %
FB Pro	14 %

Sumber :Angket Simulasi ZOHO saat pelatihan
Data tabel 3, menunjukkan bahwa pemanfaatan konten digital berbasis video lazim peserta lakukan *share* informasi dengan platform Tiktok, Reel IG dan *Instagram Snapstory*. Hal ini dikarenakan kemudahan dalam proses mengunggah (*upload*) dan ketersediaan durasi yang disediakan oleh platform sosial media tersebut.

Pada tahap selanjutnya yaitu tahapan praktik pembuatan konten media sosial, dimana pelaksanaan praktik ini dilakukan melalui beberapa tahapan yang terstruktur untuk memastikan peserta mampu mengimplementasikan pengetahuan yang diperoleh. Langkah-langkah yang dilakukan dalam tahapan ini diawali dengan : Pengenalan Platform & Tool Digital; Penyusunan Ide dan Konsep Konten; serta Pembuatan konten dengan visualisasi yang menarik dan informatif. Tim pengabdian mengarahkan materi konten berupa laporan (*report*) kondisi / situasi terkait pembangunan dalam rangka rencana perkotaan. Peserta dibagi menjadi beberapa kelompok, dan masing-masing kelompok memilih tema konten yang diarahkan, dalam kaitannya dengan pembangunan dan *share* informasi terhadap objek-objek pembangunan yang berkaitan dengan rencana dan tata kota, meliputi :

1. Sempadan Sungai Jangkuk,
2. Jalur Pedestrian di Koridor Udayana,
3. RTH Baru Taman / Teras Udayana,
4. Islamic Center, Masjid Hubbul Wathan,
5. Jembatan Kuning, Dasan Agung,
6. Simpang Bank Indonesia (BI),
7. Taman Sangkareang, dan
8. Kemacetan Koridor Jalan Langko – Mataram.



Gambar 3. Kesepakatan Pembagian Kelompok berdasarkan Tema konten
(Sumber : Doc. Pribadi, 2025)

Setelah melalui langkah-langkah ini, peserta juga diminta untuk mensimulasikan pengunggahan (*upload*) ke media sosial masing-masing, untuk melihat sejauh mana umpan balik dari konten yang mereka telah praktikkan. Dari hasil unggahan (*upload*) yang dilakukan, diperoleh hasil evaluasi dari substansi konten berdasarkan tema-tema yang dipilih, dengan melihat respon dari khalayak luas, meliputi jumlah *like*, *comment*, *save* tautan dan *share* info, untuk memahami kinerja suatu konten atau informasi di platform digital. Dari hasil melihat 4 komponen tersebut, diperoleh fakta bahwa substansi tema konten yang paling banyak memperoleh respon adalah konten yang mengangkat isi tentang profil tempat dan laporan terkait kondisi terkini dari masing-masing tema yang telah diarahkan tersebut. Kinerja suatu konten atau informasi di platform digital merujuk pada seberapa efektif konten tersebut. Hasil dari polling terhadap metrik seperti suka, komentar, simpan, dan bagikan tersebut, berdasarkan data menunjukkan :

Tabel 4. Respon terhadap Konten

Tema Konten	Jenis Konten	Jumlah			
		Like	Com ment	Save	Share
- Sempadan Sungai Jangkuk, Jalur Pedestrian di Koridor Udayana, RTH Baru Taman / Teras Udayana, Islamic Center, Masjid Hubbul Wathan,	Profil Lokasi	33	3	0	3
- Jembatan Kuning, Dasan Agung, Simpang Bank Indonesia (BI), Taman Sangkareang, dan Kemacetan Koridor Jln Langko	Mini Vlog	9	0	0	0
	Laporan Kondisi	41	12	7	4
	Stop Motion	17	4	2	0

Dari hasil polling yang diperoleh, maka pada tahun selanjutnya, tim pengabdian pada

masyarakat, melakukan evaluasi berkaitan dengan data dan fakta yang telah diperoleh pada kegiatan pelatihan ini. Tahapan akhir evaluasi ini dibagi menjadi 2 (dua) langkah, yaitu evaluasi terkait isi konten termasuk respon dari konten tersebut, dan evaluasi terhadap peserta pelatihan ini. Dari hasil evaluasi terhadap substansi konten, peserta diberikan pemahaman bahwa, konten digital yang berisi substansi untuk *share* informasi terkait pembangunan dan rencana perkotaan, harus memiliki kriteria agar kinerja konten tersebut mampu direspon oleh audiens, seperti : (1) kualitas visual konten, (2) format konten, (3) waktu dan frekuensi konten, (4) algoritma konten, (5) jangkauan urgensi konten, dan (6) penggunaan tagar (*hashtag*). Kriteria ini selanjutnya dikombinasi dengan penentuan topik spesifik (misalnya: usulan perbaikan infrastruktur, keluhan layanan publik, atau gagasan pembangunan ruang hijau dll), dimana topik-topik ini, dilengkapi dengan pesan utama yang jelas dan mudah dipahami sehingga interaksi antara masyarakat dan pemerintah dari audien konten, dapat meningkatkan keterlibatan seluruh warga Kota Mataram. Untuk mengetahui dan mengukur keberhasilan dari kegiatan pelatihan yang dilakukan ini, perlu dilakukan kembali evaluasi terhadap tingkat capaian perubahan pengetahuan dari peserta. Tercatat perubahan signifikan dari perubahan pemahaan peserta, berdasarkan angket evaluasi akhir, yang dibandingkan dengan angket pemahaman awal yang dilakukan pada awal kegiatan pelatihan ini.



Gambar 4. Perbandingan, Hasil Evaluasi pemahaman Peserta Pelatihan.

(Sumber : Hasil Angket Evaluasi)

6 (enam) pertanyaan substantif untuk mengukur pemahaman peserta terdiri dari pemahaman :

1. Kualitas Visual,
2. Jenis Platform Media,
3. Durasi Konten,
4. Narasi Konten,
5. Informasi Yang disampaikan, dan
6. Topik Spesifik.

Dari seluruh pertanyaan dalam angket yang diberikan untuk diisi oleh peserta, data dari evaluasi

menunjukkan perubahan dan peningkatan yang positif dari kegiatan pelatihan ini. Terjadi perubahan dan peningkatan 28 % pada pemahaman peserta terhadap pentingnya kualitas visual konten. Untuk pemilihan jenis platform media digital yang digunakan, peserta lebih mengetahui setelah pelatihan ini berlangsung, meningkat pemahamannya 19 %. Dalam menyusun konten digital, peserta sebelumnya belum memahami dampak dari durasi konten yang dihasilkan, setelah pelatihan ini, peserta mengetahui bahwa menentukan durasi cukup penting dalam menyusun konten digital, dan pemahaman mereka meningkat 67 %. Untuk informasi yang disusun dalam konten digital yang dibuat, penting untuk menentukan narasi konten dan informasi yang akan disampaikan untuk disebarluaskan. Pemahaman akan penyesuaian narasi meningkat 38 % dan pemahaman terhadap substansi informasi yang ada dalam konten meningkat 30 %. Sesuai dengan tujuan pelatihan, yaitu partisipasi masyarakat dalam memberikan pandangan terhadap pembangunan dan rencana perkotaan, maka perlu ditentukan topik-topik yang spesifik yang berkaitan dengan interaksi antara masyarakat dan pemerintah dalam kaitannya dengan rencana kota di Kota Mataram. Peningkatan pemahaman terhadap topik spesifik dalam rangka meningkatkan jangkauan informasi yang disebarluaskan meningkat pemahamannya sampai 74 %.



Gambar 5. Penutupan Kegiatan Pelatihan dengan Melakukan Foto Bersama
(Sumber : Doc. Pribadi, 2025)

SIMPULAN DAN SARAN

Hasil yang diperoleh dari kegiatan ini menunjukkan bahwa pendekatan ceramah-partisipatif dan praktik langsung berbasis teknologi digital sangat efektif dalam meningkatkan literasi digital masyarakat, khususnya dalam konteks partisipasi pembangunan. Media sosial yang semula hanya digunakan sebagai media hiburan, kini mulai dipahami sebagai alat komunikasi strategis yang mampu menjembatani aspirasi masyarakat dengan pemerintah. Peningkatan kemampuan peserta dalam menyusun konten yang bermakna juga diharapkan dapat meminimalkan penyebaran informasi yang tidak relevan atau bahkan *hoax* di media sosial. Sebaliknya, masyarakat dapat menjadi agen informasi yang positif dan kontributif dalam ekosistem digital. Keberhasilan program ini menunjukkan bahwa pelatihan semacam ini dapat direplikasi di wilayah lain dengan tantangan serupa, serta diperluas dengan materi lanjutan seperti teknik videografi, strategi distribusi konten, dan analisis respons publik. Kegiatan pengabdian ini berfokus pada peningkatan kualitas konten media sosial yang dihasilkan oleh masyarakat, khususnya dalam konteks partisipasi publik terhadap rencana pembangunan di Kota Mataram. Melalui pendekatan metode ceramah-partisipatif, praktik langsung, dan demonstrasi berbasis teknologi digital, peserta dilatih untuk menyusun konten yang tidak hanya menarik secara visual tetapi juga memiliki substansi yang jelas dan bermanfaat. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini tidak hanya meningkatkan kompetensi individu dalam mengelola media sosial, tetapi juga berkontribusi pada terciptanya ruang diskusi yang lebih produktif antara masyarakat dan pemangku kebijakan di Kota Mataram. Keberlanjutan program semacam ini diharapkan dapat memperkuat transparansi dan kolaborasi dalam perencanaan pembangunan kota. Hal ini berdampak pada meningkatnya kesadaran masyarakat akan pentingnya konten yang informatif dan bertanggung jawab, sekaligus memperkuat peran media sosial sebagai sarana partisipasi publik yang efektif. Peserta memahami pentingnya konten yang tidak hanya menarik secara visual, namun juga bermuatan informasi yang jelas dan bermanfaat. Peserta diharapkan mampu menyampaikan ide-ide terkait pembangunan secara lebih sistematis dan sopan melalui media sosial. Lebih lanjut, banyak peserta menyatakan bahwa pelatihan ini membuka wawasan baru mengenai bagaimana seharusnya media sosial dimanfaatkan sebagai ruang dialog produktif dengan pemerintah, bukan sekadar tempat untuk meluapkan keluhan tanpa arah. Beberapa peserta bahkan menunjukkan minat untuk membentuk komunitas digital lokal yang fokus pada advokasi dan pemantauan pembangunan di lingkungannya.

UCAPAN TERIMAKASIH

Seluruh tim pengabdian kepada masyarakat mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat – Universitas Muhammadiyah Mataram, kepada Fakultas Teknik – UMMAT serta kepada Yayasan Santon Salung Sanjung, pada PKBM "Bawaq Bageq", Dasan Agung - Kota Mataram, yang telah mendukung kegiatan ini hingga berakhir dengan hasil yang memuaskan.

DAFTAR RUJUKAN

- Aji, M. P. (2025). Sosialisasi Birokrasi Digital dan Keamanan Siber di Era Masyarakat Digital 5.0 Bagi Warga di Kelurahan Pangkalan Jati, Kota Depok. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(1), 654-661.
doi:<https://doi.org/10.31949/jb.v6i1.12608>
- Almira Shabrina, A. N. (2023). Pelatihan Content Creator Bagi Siswa SMK Telkom Bandung. *Bantenese Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 65-73.
doi:<https://doi.org/10.30656/ps2pm.v5i1.5928>
- Gustini. (Januari 2025). Pelatihan Content Creator Pemula Dalam Memasuki Industri Konten Di Kab. Bengkulu Tengah. *Jurnal Semarak Mengabdi*, 4(1), 27-32.
doi:<https://doi.org/10.56135/jsm.v4i1>
- Hasan, D. A. (2023). Strategi pengelolaan media sosial Instagram pada Dinas Ketenagakerjaan Kota Bandung. *Comdent: Communication Student Journal*, 1(2), 355-372.
doi:<https://doi.org/10.24198/comdent.v1i1.52725>
- Hirsan, F. P. (Juni 2024). Pendampingan kegiatan pelatihan muatan pemetaan rencana tata ruang bagi agen gotong royong di kabupaten Sumbawa Barat. *SELAPARANG : Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 8(2), 2040-2050.
- Kemp, S. (den 1 Februari 2025). *We Are Social*. Hämtat från We Are Social: <https://wearesocial.com/id/blog/2025/02/digital-2025/> 2025
- Khristianto, T. (Maret 2024). Peran Penting Keterlibatan Masyarakat dalam Implementasi Smart City di Kota Semarang. *IKRAITH-INFORMATIKA*, 8(1), 262-269.
doi:<https://doi.org/10.37817/ikraith-informatika.v8i1>
- Lestari, A. P. (September 2022). Strategi Pengelolaan Instagram Sebagai Media Informasi Publik Oleh Pemkot Bogor Di Masa Pandemi Covid-19. *Kanal : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(1), 26-34.
doi:<https://doi.org/10.21070/kanal.v11i1>
- Ritonga, R. R. (Juli 2024). Analisis Peran Media Sosial Dalam Membangun Kesadaran Masyarakat Tentang Pentingnya Partisipasi Masyarakat Dalam Pembangunan Desa. *Jurnal Ilmiah Nusantara (JINU)*, 1(4), 754-770. Hämtat från <https://doi.org/10.61722/jinu.v1i4.1857>
- Shabrina, A. (Juni 2023). Pelatihan Content Creator Bagi Siswa SMK Telkom Bandung. *Bantenese Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 65-73. doi:DOI 10.30656/ps2pm.v5i1.5928
- Siregar, R. B. (2023). Analisis Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Komunikasi Pembangunan di Kota Medan. *Sibatik Journal*, 2(3), 1047-1054.
doi:<https://doi.org/10.54443/sibatik.v2i3>
- Sirmayanti. (2022). Pemberdayaan Media Kreativitas Pemuda Melalui Content Creator Media Sosial. *Seminar Nasional Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat 2022*. 6, ss. 327-333. Makassar: Pusat Penelitian & Pengabdian Kepada Masyarakat, Politeknik Negeri Ujung Pandang.
- Syuderajat, F. (September 2017). Pengelolaan Media Sosial Oleh Unit Corporate Communication PT. GMF Aeroasia. *Komuniti (Jurnal Komunikasi & Teknologi Informasi)*, 9(2), 81-97. Hämtat från <https://journals.ums.ac.id/index.php/komuniti/article/view/4173/3499>
- Wibawa, F. A. (Februari 2023). Pelatihan Desain Dan Konten Sosial Media Sebagai Penguatan Promosi Pasar Kreatif Rejomulyo. *Sinar Sang Surya (Jurnal Pusat Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 7(1), 147-161.
doi:<http://dx.doi.org/10.24127/sss.v7i1.2555>
- Wijoyo, H. (November 2020). Pelatihan Pembuatan Konten Digital Marketing Dalam Meningkatkan Kompetensi Mahasiswa. *IKRA-ITH ABDIMAS*, 3(3), 169-175.
doi:<https://doi.org/10.37817/ikra-ithabdimas.v3i3>
- Zhang, C. (2024). The Role of Social Media in Urban and Rural Planning. *The International Conference on Global Politics and Socio-Humanities*. 3, ss. 204-211. Boston: Northeastern University. doi:DOI: 10.54254/2753-7064/28/20230298