
Pelatihan mengelola instagram sebagai media komunikasi dan informasi pada kelompok masyarakat Tegal Malaka

Arya Setianto, Zikri Fachrul Nurhadi

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Informasi, Universitas Garut, Indonesia

Penulis korespondensi : Arya Setianto
E-mail : 24071120169@fikom.uniga.ac.id

Diterima: 02 Agustus 2025 | Direvisi: 17 September 2025 Disetujui: 17 September 2025 | Online: 25 September 2025
© Penulis 2025

Abstrak

Tegal malaka merupakan Kawasan wisata yang terletak di kaki gunung Guntur Garut yang menampilkan keasrian gunung Guntur Garut dan Pemandangan Kota Garut. Latar belakang pengabdian ini adalah Pengelola Kawasan wisata Tegal Malaka belum bisa mengoptimalkan media informasi dan komunikasi Instagram sebagai satu-satunya sumber informasi wisata Tegal Malaka, maka dari itu pelatihan mengelola sosial media Instagram akan sangat bermanfaat guna mengoptimalkan media komunikasi dan informasi Tegal Malaka. Pelatihan mengelola sosial media Instagram bertujuan untuk meningkatkan kemampuan mengelola sosial media Instagram sehingga dapat bermanfaat untuk kepentingan Tegal Malaka khususnya untuk media Komunikasi dan Informasi. Pelatihan ini melibatkan 20 orang peserta yang terdiri dari kelompok masyarakat Tegal Malaka yang menjadi peserta aktif dalam mengikuti penyampaian materi serta praktik secara rill. Berdasarkan hasil evaluasi program ini bukan hanya bermanfaat untuk kepentingan publikasi wisata tegal malaka namun akan bermanfaat untuk promosi wisata Tegal Malaka. Pelatihan mengelola sosial media Instagram berhasil memberikan dampak bagi kelompok masyarakat Tegal Malaka dalam meningkatkan pemahaman dan kemampuan mengelola sosial media Instagram.

Kata kunci: instagram; instagram sebagai media komunikasi dan infomasi; media tegal malaka.

Abstract

Tegal Malaka is a tourist area located at the foot of Mount Guntur Garut, showcasing the natural beauty of Mount Guntur Garut and the views of Garut City. The background of this initiative is that the managers of the Tegal Malaka tourist area have not yet been able to optimize Instagram as the sole source of tourist information for Tegal Malaka. Therefore, training in managing Instagram social media will be highly beneficial for optimizing communication and information for Tegal Malaka. The training aims to enhance the ability to manage Instagram, thereby benefiting Tegal Malaka, particularly in terms of communication and information. The training involved 20 participants from the Tegal Malaka community, who actively participated in both the theoretical sessions and practical exercises. Based on the evaluation results, this program is not only beneficial for Tegal Malaka tourism promotion but also for enhancing the overall tourism appeal of Tegal Malaka. The Instagram social media management training has successfully impacted the Tegal Malaka community by improving their understanding and skills in managing Instagram social media.

Keywords: instagram; instagram as a communication and information medium; media tegal malaka.

PENDAHULUAN

Dalam perkembangan komunikasi menggunakan internet di lakukan melalui *smartphone* dimana di dalamnya terdapat banyak sekali fitur atau media komunikasi yang disediakan didalamnya diantaranya Whatsapp, Facebook, Instagram dan Telegram. Semua media komunikasi tersebut memiliki fitur karakteristiknya sendiri seperti Whatsapp yang menampilkan tampilan yang praktis dan keamanan privasi yang dinilai sangat aman dinamai enkripsi *en to end*. Kemudian media komunikasi Instagram yang memiliki karakter dengan berfokus kepada bentuk visual.

Instagram adalah platform media sosial yang digunakan untuk menyebarkan informasi, mendapatkan informasi dan berinteraksi melalui unggahan foto dan video atau berfokus kepada bentuk visual (gambar). Menurut Fitriainingsih Instagram adalah salah satu platform media sosial yang sering digunakan untuk menyebarkan informasi, berinteraksi dengan banyak orang, dan memungkinkan pengguna untuk saling mengenal lebih dekat baik melalui unggahan foto maupun video (Fitriainingsih & Kholik, 2021). Hasil foto yang di unggah di Instagram dapat diatur sesuai dengan ketentuan penggunaannya namun pada umumnya unggahan yang di unggah di Instagram dapat dilihat oleh seluruh dunia. Foto yang telah di unggah di Instagram dapat diakses dengan dua pilihan yaitu dengan fitur pertemanan, jadi foto yang telah di unggah hanya dapat dilihat oleh orang yang mengikuti Instagram pengunggah maka dari itu adanya istilah *following* (mengikuti) dan *follower* (pengikut) atau foto tersebut dapat dilihat di dalam fitur *explore*, dimana pada fitur ini akan banyak bermunculan foto yang random namun di sesuaikan dengan algoritma para penggunaannya, pada umumnya algoritma Instagram di dasarkan pada beberapa hal yaitu tema atau foto yang sering disukai oleh pengguna sehingga semakin banyak foto dengan jenis tertentu disukai maka dari itu semakin banyak pula foto yang serupa dan foto yang jika foto yang sering muncul pada pengguna instagram yaitu ketika ada sebuah foto yang viral dan menjadi bahan perbincangan kebanyakan orang istilah tersebut dinamai *for your page (fyp)*.

Tegal malaka adalah sebuah Kawasan wisata yang berada di perbukitan Gunung Guntur dan masuk kedalam bagian dari taman wisata alam. Tegal malaka ini bertempat di Kampung Tegal Malaka, Desa Rancabango, Kecamatan Tarogong Kaler, Kabupaten Garut, Provinsi Jawa Barat. Tegal Malaka dikembangkan oleh para pencinta alam Universitas Garut yang pada awalnya hanya bukit biasa namun dibalik itu tegal malaka memiliki potensi yang sangat besar untuk menjadi tempat wisata maka dari itu para pencinta alam tersebut mengembangkan tempat tersebut menjadi tempat wisata. Lebih dari itu Tegal Malaka pada awalnya hanyalah sebuah tempat yang rusak dan terbengkalai padahal Tegal Malaka merupakan pintu dari Kawasan cagar alam Gunung Guntur namun karena ulah masyarakat tidak bertanggung jawab pada awalnya tegal malaka sangat terbengkalai dan kumuh, maka dari para pencinta alam Universitas Garut mempunyai visi memperbaiki, melestarikan dan menjaga Kawasan Tegal Malaka yang pada akhirnya tegal malaka menjadi tempat yang asri dan terjaga ekosistemnya (Munggaran, 2025).

Tegal malaka memiliki daya tarik tersendiri dalam memikat wisatawan selain menyuguhkan kawasan yang steril dan ekosistem terjaga, Tegal Malaka pula menyuguhkan pemandangan Gunung Guntur yang statusnya adalah cagar alam sehingga keasrian dan kelestariannya elok untuk di pandang. Kemudian Tegal Malaka pula menyuguhkan hampara savana yang sangat luas dengan ilalang yang masih padat. Selain daya tarik tersendiri tegal malaka juga memiliki akses yang dekat dengan pusat kota Garut sehingga wisatawan lokal tak sedikit yang berkunjung ke Tegal Malaka. Selain dekat dengan pusat kota Garut Tegal Malaka pula memiliki lokasi yang strategis dikarenakan berdekatan pula dengan Kawasan wisata Cipanas Garut. Akses jalannya dinilai sangat baik ini menandakan bahwa pemerintahan kota sadar betul akan mengembangkan potensi wisata Garut.

Desa wisata merupakan sebuah desa yang memiliki tempat wisata dan mempunyai karakteristik khusus baik itu dengan sumber daya alam atau sumber daya manusia. Sumber daya alam di tempat wisata biasanya ditandai dengan adanya tempat alam yang bisa dipakai untuk berwisata seperti area pesisir yang dipakai untuk menjadi Kawasan wisata pantai kemudian area pegunungan yang dipakai untuk kegiatan wisata berkemah. Sementara wisata yang memiliki karakteristik sumber daya manusia yaitu seperti wisata yang kelompok masyarakat setempat masih mempertahankan adat istiadat dan

tradisinya contohnya seperti wisata adat Baduy, Kampung Pulo dan Gunung Halimun. Sementara menurut Desa wisata merupakan salah satu contoh implementasi dari pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*) yang memang menjadi agenda global. Komponen pembentuk desa wisata terdiri dari manajemen dan keterlibatan masyarakat, edukasi wisatawan, kemitraan dan peningkatan pendapatan masyarakat (Mumtaz & Karmilah, 2022).

Masyarakat setempat yang berdekatan dengan kawasan wisata umumnya membentuk kelompok atau komunitas yang bertujuan untuk mengelola tempat wisata tersebut. Kelompok tersebut didasarkan atas dasar kepedulian guna menjaga tempat wisata yang notabennya berada dalam desanya. Kelompok desa tersebut harus berorientasi pada pengelolaan dan memiliki kepedulian terhadap lingkungan serta kesadaran untuk berperan bersama. Pada dasarnya pembentukan kelompok masyarakat yang mengelola wisata bertujuan untuk meningkatkan posisi dan peran masyarakat sekitar sebagai pelaku yang penting dalam membangun sektor pariwisata. Selain itu, sektor pariwisata dapat bersinergi serta bermitra dengan pemangku kepentingan terkait dalam meningkatkan kualitas dalam mengembangkan pariwisata di daerah tertentu. Dukungan positif dari masyarakat sekitar mampu membangun dan menumbuhkan nilai-nilai pesona objek wisata tersebut. Wisata memiliki fungsi sebagai tempat bagi masyarakat sekitar agar memiliki kesadaran terhadap potensi yang dimiliki oleh tempat wisata. Di lain pihak, komunitas lokal yang tumbuh dan hidup berdampingan dengan suatu objek wisata menjadi bagian dari sistem ekologi yang saling terkait. Menurut Sudibya (2018) desa wisata memiliki kriteria seperti aksesibilitasnya baik, sehingga mudah dikunjungi wisatawan dengan menggunakan berbagai jenis alat transportasi, memiliki objek-objek menarik berupa alam, seni budaya, legenda, makanan lokal, dan sebagainya untuk dikembangkan sebagai objek wisata, masyarakat dan aparat desa menerima dan memberikan dukungan yang tinggi terhadap desa wisata serta para wisatawan yang datang ke desanya keamanan di desa tersebut terjamin tersedia akomodasi, telekomunikasi, dan tenaga kerja yang memadai, beriklim sejuk atau dingin dan berhubungan dengan objek wisata lain yang sudah dikenal oleh masyarakat luas (Sudibya, 2018). Kriteria tersebut masih memerlukan perhatian lebih lanjut untuk membangun desa wisata yang pertama yaitu mengenai legalitas dan kondisi desa yang diharuskan memiliki kejelasan terkait legalitas lahan, kepemilikan lahan, lokasi dan ekosistem. Kedua keadaan sumber daya masyarakat pengelola wisata dan struktur organisasi dari pengelolaan wisata tersebut. Ketiga konsep konsep desa Wisata yang berkarakter menjadi pembeda dan terobosan untuk menjadi pembeda dari wisata lainnya.

Tegal Malaka memiliki pengelola yang bernama Kelompok Masyarakat Bukit Tegal Malaka (BTM), kelompok ini adalah yang berwenang mengelola tempat wisata Tegal Malaka. Kelompok Masyarakat Bukit Tegal Malaka terdiri dari pemuda dan pemudi masyarakat sekitar atau masyarakat Kp. Tegal Malaka. Dalam tugas dan fungsi dari kelompok masyarakat BTM selain melakukan pengelolaan dan menjaga lingkungan kelompok masyarakat BTM juga melakukan pemasaran atau promosi melalui media sosial yaitu Instagram guna memperkenalkan Tegal Malaka ke masyarakat yang lebih luas namun dalam melakukan pemasaran tersebut dinilai kurang maksimal dikarenakan beberapa faktor seperti wawasan dan pemahaman dalam pengelolaan media sosial yang masih kurang kemudian kurang bisanya memaksimalkan fitur yang ada dalam Instagram. Hal tersebut mendasari pengabdian dalam melakukan kegiatan pengabdian penyuluhan mengelola media Instagram dengan tujuan agar kelompok masyarakat bukit tegal malaka memiliki kemampuan dan wawasan dapat mengelola akun resmi Tegal Malaka dengan baik benar dengan menggunakan tampilan yang tepat dan bisa memaksimalkan fitur yang tersedia di Instagram guna menjadikan akun resmi tegal malaka menjadi media komunikasi dan informasi.

Pada era digital ini sudah sangat umum jika setiap tempat wisata mempunyai media tersendiri terutama media sosial Instagram terlebih media tersebut menjadi media informasi atau promosi namun sudah menjadi hal lumrah setiap tempat wisata mempunyai media sosial tersendiri. Tegal malaka sendiri memiliki akun Instagram resmi yang dikelola oleh para pengelola Tegal Malaka. Akun Instagram tegal malaka memiliki peran yang penting dalam mempublikasikan berbagai informasi mengenai Tegal Malaka sebagai media komunikasi dan informasi. Informasi yang disampaikan dapat berupa himbuan atau mengenai seputar Tegal Malaka. Publikasi merupakan aktivitas yang dilakukan

untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat mengenai pencapaian suatu perusahaan (Permini & Atmaja, 2022). Sedangkan menurut Fatimah Publikasi adalah suatu aktivitas menyebarkan luaskan suatu informasi atau suatu hal dengan tujuan agar diketahui oleh publik dengan untuk menyadarkan atau sekedar menyampaikan informasi. Dengan demikian publikasi memegang peranan penting dalam memperluas jangkauan dan membangun citra positif perusahaan (Fatimah et al., 2020). Namun dalam penyampaian informasi yang disampaikan sendiri dinilai masih belum efektif seperti penggunaan visual yang kurang memadai kemudian penyampaian informasi dengan kalimat yang bertele tele dan tidak efektif. Informasi yang disampaikan pula tidak informatif sehingga masih banyak kekeliruan dan ambigu dalam penyampaian informasi.

Dalam menyebarluaskan informasi atau pesan yang ingin disampaikan Tegal Malaka biasanya lebih memilih menggunakan media sosial Instagram sebagai satu satunya media publikasi. Hal tersebut karena media sosial Instagram merupakan media sosial yang paling mudah digunakan sehingga dalam pembuatan informasi atau pesannya bisa dilakukan dengan cepat. Kemudian Instagram juga merupakan media sosial yang paling banyak digunakan di masyarakat sehingga dinilai sangat efektif dalam publikasinya. Instagram memiliki kelebihan yaitu platform media sosial yang terfokus atau terhadap bentuk visual atau gambar sehingga kelebihan ini menjadi salah satu yang bisa dimanfaatkan dalam publikasi maka dari itu publikasi yang dilakukan bisa disampaikan dengan visualisasi yang baik. Melalui media sosial Instagram publikasi dapat berlangsung dengan jangkauan yang sangat luas dan menyediakan ruang informasi beragam, selain itu penggunaannya juga efisien (Mayasari et al., 2018).

METODE

Penyuluhan Mengelola Instagram Sebagai Media Komunikasi dan Informasi Pada Kelompok Masyarakat Tegal Malaka diselenggarakan pada hari Senin, 21 Juli 2025. Kegiatan ini dilaksanakan dengan sistematis, tahapan demi tahapanya dilakukan dengan efektif hal ini bertujuan agar materi serta manfaat penyuluhan ini dapat dipahami secara detail dan seksama sehingga para peserta pelatihan mampu menangkap materinya dengan mendalam. Penyuluhan Mengelola Instagram Sebagai Media Komunikasi dan Informasi melibatkan sebanyak 20 orang Kelompok Masyarakat Tegal Malaka dengan rentang usia 17-28 tahun.

Penyuluhan Mengelola Instagram Sebagai Media Komunikasi dan Informasi pada Kelompok Masyarakat Tegal Malaka dilaksanakan dari mulai perencanaan, persiapan, pelaksanaan dan evaluasi. Pada tahap pertama yaitu perencanaan dimana pada tahapan ini dilaksanakan penentuan tema, konsep dan materi. Kemudian tahap selanjutnya dilakukan perencanaan, pada tahap ini adanya langkah kongkret yang dilakukan seperti melakukan kordinasi dan silaturahmi dengan pihak pada Kelompok Masyarakat Tegal Malaka dengan intensitas yang tinggi, kordinasi yang dilakukan meliputi izin dengan pihak Kelompok Masyarakat Tegal Malaka kemudian pembahsan mengenai konsep dan materi yang dibawakan yang tentunya harus relevan dengan kebutuhan Kelompok Masyarakat Tegal Malaka. Selanjutnya pembahasan dilanjutkan dengan pembahasan teknis dimana pembahasan ini membahas perencanaan mengenai penjadwalan dan penempatan dan pada akhirnya kegiatan ini dilaksanakan pada tanggal 21 Juli 2025. Tahap selanjutnya yaitu tahap pelaksanaan kegiatan yang dilakukan sesuai dengan perencanaan. Analisis dilakukan terhadap permasalahan yang terjadi dilapangan melalui pengumpulan data serta wawancara yang dilakukan.

Pada tahap terakhir dilakukanya evaluasi, hal ini bertujuan untuk mengukur efektivitas kegiatan pelatihan yang dilakukan dengan menggunakan angket kepada seluruh peserta pelatihan. Pengumpulannya pun dilakukan di hari yang sama dengan tujuan memastikan akurasi dan juga ketepatan waktu dalam pengolahan data. Hasil analisis pada tahap evaluasi diharapkan menjadi bahan pembelajaran bagi penyelenggaraan kegiatan serupa atau juga bagi tolak ukur kegiatan serupa dimasa yang datang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis dari situasi yang ada, terdapat temuan banyaknya potensi wisata alam Tegal Malaka yang belum terekspose, kesempatan itu sempat adanya usaha untuk dilakukan publikasi

Pelatihan mengelola instagram sebagai media komunikasi dan informasi pada kelompok masyarakat Tegal Malaka

kepada publik namun belum pernah sampai tujuan tersebut, sehingga bisa dikatakan wisata tegal malaka belum sepenuhnya diadakan publikasi. Hambatan selanjutnya yaitu ketika adanya upaya publikasi selalu terkena *takedown* pula oleh pihak media Instagram karena dinilai melanggar pedoman dan aturan Instagram, setelah dilakukan observasi hal tersebut dikarenakan ada peraturan yang belum diaktifkan sehingga Instagram Tegal Malaka selalu terkena penarikan ulang konten oleh Instagram.

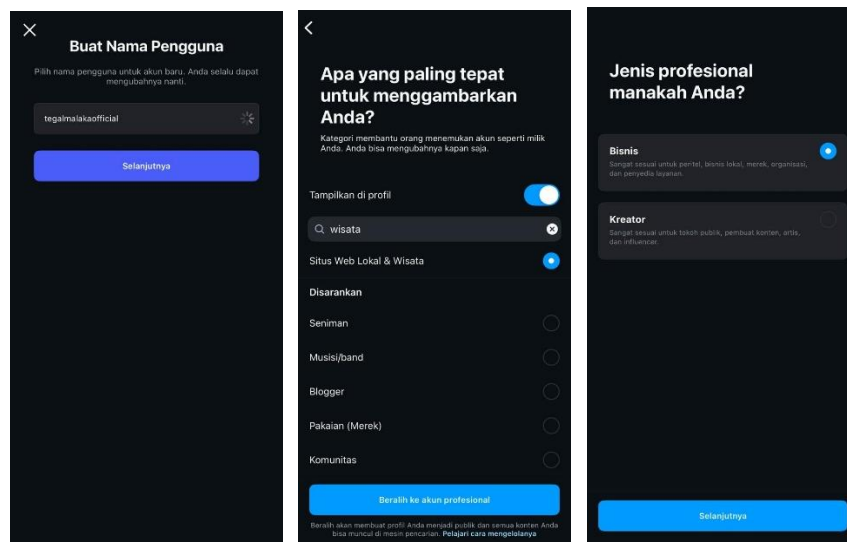
Upaya salah satunya untuk menjadikan sosial media Instagram Tegal Malaka menjadi media komunikasi dan informasi adalah dengan cara mengelolanya dengan baik dan benar, secara tidak langsung pula wisata Tegal Malaka akan terangkat secara tidak langsung jika sosial media Instagram dikelola dengan baik karena mengelola media sosial Instagram berbanding lurus dengan melakukan promosi tersendiri dengan hal ini berarti melakukan promosi wisata alam tegal malaka. Instagram sebagai salah media sosial yang banyak dimanfaatkan penggunanya baik itu perusahaan, organisasi ataupun pemerintahan untuk maupun membantu mempromosikan produk dan jasanya atau sebagai media komunikasi dan informasi karena Instagram memfokuskan pada visual dalam penggunaannya. Faktanya bahwa pengguna Instagram di dunia setiap tahunnya mengalami peningkatan dan mengalami pengadaan fitur yang beragam dan variatif (Kusuma & Sugandi, 2018).

Penggunaan media sosial Instagram cukup terjangkau jika dipergunakan untuk media komunikasi dan informasi, hal ini dikarenakan *fee* atau biaya yang digunakan null atau terbilang gratis para penggunaannya hanya membutuhkan sebuah *device* yang *support* kemudian kuota internet hal ini semakin mempertegas bahwasanya media sosial sebagai media komunikasi dan informasi paling *realible*. Penggunaan media Instagram juga merupakan penggunaan media sosial yang paling awam pada era saat ini, karena media sosial media Instagram menjadi media sosial yang paling *basic* dalam penggunaannya dan orang awam pun mampu mengendalikannya. Proses pengerjaan media sosial Instagram sebagai media komunikasi dan informasi juga sangat efisien dan tidak memerlukan mekanisme yang panjang dan pengunggahananya pun sangat praktis. Selain itu, penggunaan media sosial Instagram secara jangkauan sangat luas, kegiatan masyarakat tidak jauh dari menggunakan media sosial, bahkan saat berkumpul bersama keluarga dan dalam waktu kerja. Instagram digunakan sebagai tempat membagikan segala macam kegiatan dan tempat berkeluh kesah. Dengan Instagram pengguna bebas berbagi cerita, pengalaman, tanpa dibatasi jarak dan waktu dengan *followers*-nya (Cahya Sakti & Yulianto Much, n.d.) Hal tersebut membuat pengabdian ini dilakukan pelatihan dalam menggunakan atau mengelola media sosial Instagram, yang dapat didasarkan bahwa Instagram merupakan salah satu aplikasi media sosial untuk membagikan foto dan video yang di dalamnya terdiri dari berbagai fitur yang dapat dimanfaatkan pengguna, sehingga dapat digunakan sebagai media komunikasi dan informasi Tegal Malaka.

Selain itu, dari hasil observasi yang dilakukan oleh tim pengabdian, ditemukannya kurangnya pengetahuan dan wawasan mengenai regulasi dan pemahaman terkait media sosial media Instagram yang bisa ditujukan kepada kelompok masyarakat Tegal Malaka, hal ini bisa didasarkan karena belum adanya sosialisasi atau pun pelatihan mengenai pengabdian serupa namun secara mendasar mereka mengetahui aturan mainnya namun untuk aturan main yang mendalam belum memahaminya. Sehingga pelatihan mengelola media sosial Instagram ini dilakukan sedari awal dari mulai registrasi, pembuatan media sosial, pembaharuan informasi, hingga pengelolaan dan pembuatan konten Instagram.

Pertama dari pemaparan materi pengabdian mengenai pembuatan akun Instagram, materi yang disampaikan mengenai pembuatan akun Instagram dari mulai membuat email sampai adanya akun Instagram berdasarkan jenis akun yang dibutuhkan seperti akun profesional, akun bisnis, akun layanan dan akun media informasi. Pengabdian memaparkan sambil melakukan praktik cara membuat akun Instagram dengan baik dan benar, yaitu disesuaikan dengan kebutuhan yang diinginkan menggunakan *smartphone*. Dalam hal ini karena kebutuhan Instagram Tegal Malaka untuk penyebaran pesan dan informasi sekaligus untuk melakukan promosi wisata Tegal Malaka maka dari itu pembuatan akun Instagram menggunakan jenis akun bisnis dengan *subtype* layanan informasi dan tempat wisata. Namun dalam hal ini kelompok masyarakat Tegal Malaka lebih memilih akun Instagram yang telah di buat sebelumnya yaitu @tegalmalakaofficial hal ini dikarenakan menyayangkan akun

lama meskipun bersifat pasif namun banyak arsip, konten dan data yang masih tersimpan, sehingga upaya yang dilakukan oleh tim pengabdian yaitu melakukan pengaktifan kembali akun Instagram @tegalmalakaofficial dan dilakukan beberapa perbaikan seperti permasalahan data dan privasi, kemudian dilakukannya pembenahan akun Instagram sehingga akun Instagram @tegalmalakaofficial terjaga kemanannya dan tidak dapat diakses oleh sembarang orang. Kemudian perihal aktivasi akun dilakukan pula perbaikan konten sehingga terjadi penghapusan dan penambahan beberapa konten yang di hapus dan ditambahkan.



Gambar 1. Tahapan Pembuatan Akun.

Setelah melakukan perbaikan mengenai aktifasi akun maka para peserta diarahkan untuk memilih jenis akun yang dibutuhkan seperti untuk pribadi, professional atau untuk keperluan bisnis. Dalam hal ini karena kebutuhan Instagram Tegal Malaka untuk penyebaran pesan dan informasi sekaligus untuk melakukan promosi wisata tegal malak maka dari itu pembuatan akun Instagram menggunakan jenis akun bisnis dengan *subtype* layanan informasi dan tempat wisata. Setelah dilakukannya hal tersebut dilakukannya perencanaan mengenai jenis akun yang dipilih dalam kasus ini yaitu @tegalmalakaofficial yang menjadi akun resmi dari wisata Tegal Malaka akan difokuskan menjadi media komunikasi dan informasi maka dari itu perencanaan konten dan pesan yang disampaikan tidak jauh dari hal tersebut. Pengarahan mengenai materi diberikan terkait fitur yang tersedia didalam Instagram, pengabdian menjelaskan semua fitur yang ada dalam Instagram meliputi fitur yang sudah lama ataupun yang terbaru. Instagram dilengkapi dengan beberapa fitur utama seperti *Followers & Following*, *Ca*, *Caption*, *Like & Comment*, *Tag*, *Hashtag*, *Instastory*, *Live* dan *Direct Messages*. *Followers* dan *Following*, merupakan aspek yang penting dalam berinteraksi dan terlibat dalam komunikasi pemasaran dan fitur *followers* dan *following* ini juga dapat memungkinkan pengguna Instagram untuk mengikuti dan diikuti oleh pengguna lainnya. *Caption* merupakan teks atau pesan yang singkat untuk ditambahkan ke sebuah postingan. *Caption* deskripsi, cerita, juga atau merupakan kata-kata yang mendampingi gambar atau video yang di *posting*. *Like* dan *comment* adalah dua Tindakan yang dapat dilakukan oleh pengguna untuk berinteraksi dengan postingan orang lain. *Tag* adalah Tindakan atau fitur yang memungkinkan pengguna untuk menandai atau mengidentifikasi orang. *Hashtag* mengkategorikan digunakan atau untuk mengidentifikasi postingan, ini merupakan salah satu fitur kunci di Instagram yang memungkinkan pengguna untuk menemukan konten yang relevan. *Instastory* adalah salah satu fitur yang populer untuk berbagi momen, memiliki kecepatan dalam mengumumkan berita dan berisikan konten-konten yang lebih ringan dan *Live* adalah fitur yang memungkinkan pengguna untuk melakukan siaran langsung secara *real time* kepada pengikut. Ini merupakan cara yang interaktif untuk berkomunikasi dengan *audiens* secara langsung dalam waktu nyata. *Direct messages* adalah fitur yang memungkinkan pengguna untuk mengirimkan pesan teks,

Pelatihan mengelola instagram sebagai media komunikasi dan informasi pada kelompok masyarakat Tegal Malaka

gambar, video, dan stiker kepada pengguna lain, *Direct Messages* adalah cara berkomunikasi satu-satu atau dalam grup dengan *followers* atau *following* pengguna Instagram (Raffi & Dianita, 2024).

Selanjutnya yang menjadi nilai tambah dari tujuan awal akun Instagram @tegalmalakaofficial yaitu menjadi media untuk mempromosikan wisata Tegal Malaka, maka dari itu perencanaan keduanya yaitu melakukan promosi mengenai wisata Tegal Malaka. Dikarenakan media yang digunakan adalah media sosial Instagram yang notabennya merujuk kepada bentuk visual yaitu foto dan video maka perencanaan konten yang direncanakan pula berupa konten foto dan video. Setelah itu pula para peserta diberikan materi tentang penyampaian informasi yang baik dan benar.



Gambar 2. Penyampaian Materi Tahapan Mengelola Instagram.

Setelah pemaparan materi tentang seluk beluk Instagram dari muali latar belakang sampai penyampaian fitur fitur terbaru, pemaparan materi selanjutnya mengenai pengelolaan sosial media Instagram. Materi yang di disampaikan oleh tim pelaksana meliputi tahapan mengelola sosial media Instagram yang di bagi dalam empat tahap yaitu tahap membagikan, mengoptimalkan, mengelola dan tahap melibatkan. Tahap yang pertama yaitu tahap membagikan (*share*) pesan dan informasi, pada tahap ini dilakukannya pengarahan dan pelatihan mengenai pembagian informasi yang benar menggunakan fitur terbaru sehingga penyampaian pesan dapat berlangsung secara efektif. Pesan atau informasi yang disampaikan pula pun harus jelas dan tertuju dengan baik dapat disesuaikan dengan visual yang ada. Pesan dan informasi yang di *share* melalui media sosial Instagram secara tidak sadar akan membangun *good opinion* (opini baik) terhadap sebuah kinerja media tersebut. Sehingga ketika opini telah terbentuk, maka secara langsung kepercayaan akan terbangun dan terbangunnya kepercayaan tersebut menjadi modal utama untuk meningkatkan citra yang baik sehingga pesan dan informasi yang disampaikan dapat diterima dengan baik (Susan Juliantika et al., 2020). Tahap selanjutnya yaitu tahap pengoptimalkan pesan dan informasi yang disampaikan, dalam hal ini para peserta di berikan pelatihan mengenai penyampaian pesan yang efektif mulai dari penulisan pesan informasi yang baik dan benar atau disesuaikan dengan kebutuhan yang ada. Pada tahap ini pula para peserta diarahkan untuk memaksimalkan fitur yang ada sehingga penyampaian informasi dapat tertuju dengan efektif sesuai dengan tujuan yang di tuju. Menurut Anwari pada saat pengotimalakan harus dilakukan pengecekan berkala Instagram baik itu pengecekan profile, like juga dilakukan untuk mengetahui pesan dan informasi apa saja yang menarik dimata publik, melihat dan mendengar apa yang dibicarakan publik (Anwari & Susanti Mitha, 2021).

Tahap selanjutnya yaitu tahapan mengelola (*manage*), pada dasarnya tahap ini sama seperti tahap sebelumnya namun pada tahap mengelola sosial media Instagram ditambahkan dokumen atau bentuk visual yang kuat dan ada kesinambungan antara pesan dan informasi yang disampaikan dengan bentuk visualnya, biasanya bentuk visual yang ditampilkan berupa grafis, dokumentasi atau arsip. Kemudian pada tahap mengelola sosial media harus dilakukannya pengamatan media dalam publikasi informasi dan pesan, sehingga publikasi tersebut bisa sampai dengan efektif dan teruju pada audiens yang tepat. Kemudian jika adanya *feedback* yang terjadi harus adanya *quick respons* (respon cepat) guna

Pelatihan mengelola instagram sebagai media komunikasi dan informasi pada kelompok masyarakat Tegal Malaka

menanggapi keluhan, kritik dan saran dari audiens hal ini bertujuan guna memperbaiki atau menjadi bahan pembelajaran untuk kedepannya. Kemudian pada tahap mengelola harus diperhatikan penggunaan fitur yang tepat yang tentunya harus disesuaikan dengan kebutuhan, sehingga sesudah disesuaikan secara narasi perlu adanya juga penyesuaian pada fitur yang ada terlebih sosial media Instagram mempunyai fitur terbaru dan beragam guna mendukung para penggunannya menyebarkan pesan dan informasi dengan efektif. Pada tahap terakhir yaitu tahap melibatkan publik, dimana para peserta diberikan arahan tentang bagaimana cara melibatkan publik dalam penyampaian pesan dan informasi. Pada tahap ini para peserta diberikan anjuran untuk bagaimana membalas *feedback* dari audiens seperti membalas komen, kemudian membalas *direct message* dan bagaimana melakukan *repost story* Instagram, pengaplikasian tahap ini di aplikasikan pada sosial media masing-masing sebagai bahan ajar dan setelah para peserta dirasa mampu dan berkompeten pada tahap *engage* para peserta diminta untuk mempraktekan langsung menggunakan akun Instagram resmi Tegal Malaka.

Pada dasarnya materi yang diberikan kepada kelompok masyarakat Tegal Malaka yaitu tentang mengelola akun Instagram menjadi media komunikasi dan informasi, namun pengabdian melihat peluang besar mengenai pemanfaatan media sosial Instagram selain menjadi sarana media komunikasi dan informasi bisa dimanfaatkan pula menjadi sarana promosi terlebih untuk wisata Tegal Malaka maka dari itu pengabdian menyampaikan sedikit materi tentang sosial media Instagram sebagai media komunikasi karena materi tersebut sejalan dengan materi sebelumnya.



Gambar 3. Praktik Pengambilan Gambar Untuk Konten.

Para peserta pelatihan mengelola sosial media Instagram sebagai media komunikasi dan informasi di berikan pengarahan mengenai pembuatan konten yang praktis baik itu berupa foto, video dan grafis. Pembuatan konten tersebut menggunakan aplikasi yang praktis pula yang mudah di akses oleh para peserta dan dapat diakses secara gratis adapun aplikasi untuk mengedit foto yang simpel dan praktis yaitu menggunakan Picsart, kemudian untuk membuat grafis yaitu Canva dan untuk membuat dan mengedit video yaitu menggunakan Capcut. Pengabdian mengambil beberapa aplikasi tersebut dalam pertimbangan yang mudah, gratis dan bisa digunakan dalam *device* apapun kemudian peserta pula beberapa ada yang sudah mempunyai *basic* menggunakan aplikasi tersebut sehingga dalam pembuatan konten tersebut para peserta bisa dikatakan menuju mahir dalam penggunaannya. Pembuatan konten tersebut dilakukan secara individu yang masih dibuat dalam wilayah wisata Tegal Malaka, para peserta dibebaskan untuk membuat konten Instagram apapun dan media apapun sehingga tidak membatasi peserta dalam membuat konten sesuai dengan kreatifitasnya. Setelah pembuatan konten dilakukan para peserta kemudian mengolah dan mengedit konten tersebut untuk mempermanis dan memperjelas apa yang para peserta maksud dengan bantuan dari tim penguji. Setelah semuanya telah selesai para peserta dipersilahkan untuk mempresentasikan nya di pesan peserta lain guna menyampaikan pesan dan informasi yang mereka maksud, seluruh peserta silih berganti menyampaikan apa yang mereka buat tahap ini juga sebagai bahan ajar untuk para peserta lain agar menjadi pembelajaran untuk kedepannya. Para peserta pula diarahkan untuk melakukan publikasi pada sosial media mereka masing-masing sebagai bahan pembelajaran yang kedepannya akan diterapkan pada akun resmi Tegal Malaka. Para peserta melakukan publikasi dengan panduan seperti

Pelatihan mengelola instagram sebagai media komunikasi dan informasi pada kelompok masyarakat Tegal Malaka

yang telah dijelaskan pada materi sebelumnya yaitu konten yang di publikasi harus sejalan dengan target audien yang diinginkan maka dari itu publikasinya harus menggunakan fitur yang disesuaikan.

Pada tahap akhir Pelatihan Mengelola Instagram Sebagai Media Komunikasi dan Informasi Pada Kelompok Masyarakat Tegal Malaka dilaksanakan evaluasi, setiap konten yang telah peserta buat, dilakukan evaluasi oleh pelaksana guna menjadi bahan pembelajaran dan pengalaman untuk kedepannya, secara keseluruhan peserta sudah mampu membuat konten baik itu berupa foto maupun video namun masih ada beberapa peserta yang masih belum tepat dalam menyampaikan pesan dan tujuan dari konten yang peserta buat sehingga konten yang mereka buat terkesan hanya hiburan semata tanpa adanya penyampaian pesan dan tujuan sesuai perencanaan yang mereka buat sebelumnya. Namun pada evaluasi ini terjadi perubahan signifikan sebelum dan sesudah diselenggarakan pelatihan, sebelum pelatihan para peserta hanya menyampaikan informasi melalui *story* Instagram namun setelah pelatihan dilakukan para peserta dapat menyampaikan informasi melalui berbagai fitur diantaranya *story chat*, *thread* dan *feed*. Adapun bahan yang menjadi bahan evaluasi lainnya yaitu terkait visual ada beberapa peserta masih kurang memahami terkait penggunaan gambar (*visual*) yang menarik dan penggunaan fitur, masih ada beberapa peserta yang kurang tepat dalam menggunakan fitur pengambilan gambar untuk membuat konten atau sebatas dokumentasi semata. Namun jika ditinjau hasil gambar sebelum mengikuti Pelatihan Mengelola Instagram terjadi perkembangan yang sangat pesat, banyak sekali gambar dahulu yang para peserta rasa kurang menarik dan setelah Pelatihan Mengelola Instagram para peserta mampu memperbaikinya. Kemudian para peserta lebih bisa mengoptimalkan Instagram Sebagai Media Komunikasi dan Informasi.

SIMPULAN DAN SARAN

Pelatihan Pelatihan Mengelola Instagram Sebagai Media Komunikasi dan Informasi pada Kelompok Masyarakat Tegal Malaka telah berhasil dilaksanakan dengan hasil yang memuaskan. Pelatihan ini telah berhasil menambah dan mengembangkan pemahaman dan wawasan mengelola sosial media Instagram para anggota kelompok masyarakat Tegal Malaka dengan hasil yang signifikan, para peserta mampu mengelola Instagram dari mulai pembuatan akun sesuai dengan kebutuhan, pengelolaan dan publikasi. Pelatihan Mengelola Instagram melibatkan Kelompok masyarakat Tegal Malaka. Pelatihan ini berlangsung sesuai dengan perencanaan sehingga selama kegiatan berjalan dengan efektif, para peserta sangat senang dapat membuat konten sesuai dengan kreatifitasnya, antusiasme para peserta sangat tinggi terhadap pelatihan ini karena pelatihan ini memberikan pematerian dan praktik secara nyata. Pelatihan ini dibantu oleh praktisi sosial media Instagram sehingga dalam penyampaian dan pengarahan diawasi langsung oleh praktisi profesional. Pada saat praktik adalah tahapan paling efektif dalam pelatihan ini karena para peserta di berikan pemahaman secara langsung berupa contoh sehingga mudah di pahami oleh para peserta. Pelatihan Mengelola Instagram Sebagai Media Komunikasi ini dapat bermanfaat untuk menjadikan akun Instagram Tegal Malaka menjadi media komunikasi dan informasi dengan menampilkan Kawasan wisata tegal malaka melalui media Instagram. Pelatihan ini berhasil memberikan dampak bagi kelompok masyarakat tegal malaka dalam meningkatkan pemahaman dan kemampuan Mengelola Instagram tegal malaka baik itu dalam meningkatkan pemahamannya atau menambah kemampuannya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapkan terima kasih saya sampaikan kepada semua pihak yang terlibat dalam kegiatan ini, yang pertama kepada kelompok masyarakat Tegal Malaka atas dukungan dan kolaborasinya dalam pelaksanaan kegiatan Pelatihan Mengelola Instagram Sebagai Media Komunikasi. Selanjutnya saya ucapkan terima kasih kepada pihak yang telah membantu dalam pelaksanaan kegiatan pelatihan ini secara teknis. Demikian saya ucapkan terima kasih

DAFTAR RUJUKAN

Anwari, & Susanti Mitha. (2021). *Pengelolaan Cyber Public Relations dalam meningkatkan reputasi pimpinan*.

- Cahaya Sakti, B., & Yulianto Much. (n.d.). *PENGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM PEMBENTUKAN IDENTITAS DIRI REMAJA*. <http://www.fisip.undip.ac.id>
- Susan Juliantika, Enjang As, & Aep Wahyudin. (2020). Pengelolaan Media Sosial Instagram Sebagai Media Komunikasi dan Informasi Rumah Sakit Pamengpeuk. *Jurnal Ilmu Hubungan Masyarakat*, 5(2), 193–214. <https://doi.org/10.15575/reputation.v3i3.xxxx>
- Fatimah, R., Hasibuan, E. J., & Novri, N. (2020). Peran Public Relations dalam Mengelola Publikasi Program Kemitraan di PT. Telkom Regional I Medan. *Jurnal Ilmu Pemerintahan, Administrasi Publik, Dan Ilmu Komunikasi (JIPIKOM)*, 2(2), 104–109. <https://doi.org/10.31289/jipikom.v2i2.339>
- Fitrianingsih, B., & Kholik, A. (2021). 6558 (cetak) PROSES HUMAS DISKOMINFO TANGERANG SELATAN DALAM MEMBANGUN CITRA POSITIF MELALUI INSTRAGRAM (Bunga Fitrianingsih, Abdul Kholik) Proses Humas Diskominfo Tangerang Selatan Dalam Membangun Citra Positif Melalui Instagram. In *AGUNA: Jurnal Ilmu Komunikasi* (Vol. 2, Issue 2). <https://ejournal.amikompurwokerto.ac.id/index.php/AGUNA>
- Hayati, S., Rahmat, A., & Aidin, N. (2020). Strategi Publikasi PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daerah Operasional 1 Jakarta Dalam Menjaga Stabilitas Reputasi Perusahaan. *Jurnal Visi Komunikasi*, 18(2), 34. <https://doi.org/10.22441/visikom.v18i2.9613>
- Kusuma¹, D. F., & Sugandi, M. S. (2018). Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Pemasaran Digital Yang Dilakukan Oleh Dino Donuts. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 3(1), 18–33.
- Mayasari, S., Indraswari, C., Komunikasi BSI Jakarta, A., & Sitasi, C. (2018). *Efektivitas Media Sosial Instagram Dalam Publikasi HUT Museum Nasional Indonesia (MNI) Kepada Masyarakat*. 9(2), 190–196. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom>
- Mumtaz, A. T., & Karmilah, M. (2022). Digitalisasi Wisata di Desa Wisata. *Jurnal Kajian Ruang*, 1(1), 1. <https://doi.org/10.30659/jkr.v1i1.19790>
- Ni Luh Putu Ening Permini, & I Made Wahyu Kusuma Atmaja. (2022). PERAN HUMAS DALAM KEGIATAN PUBLIKASI ONLINE PEMERINTAH DI KABUPATEN BADUNG. *Moderat : Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 8(3), 620–632. <https://doi.org/10.25157/moderat.v8i3.2773>
- Nuh, M., Tinggi, S., kepada masyarakat dilaksanakan di Yayasan Peradaban Islam Pesantren Hidayatullah Jonggol, P., Raya Selawangi, J., Pasirpeteuy, D., Karya Mekar, D., Cariu, K., & Bogor Jawa Barat Keberadaan Pesantren Hidayatullah, K. (n.d.). *PENYULUHAN MENGELOLA WEBSITE SEBAGAI MEDIA PUBLIKASI, KOMUNIKASI DAN INFORMASI PADA PESANTREN HIDAYATULLAH JONGGOL*.
- Raffi, M., & Dianita, I. A. (2024). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran @Ninetysixvintages Pada Media Sosial Instagram. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 7(1), 50–63. <https://doi.org/10.32509/pustakom.v7i1.3305>
- Rizki Munggaran, & Zikri Fachrul Nurhadi. (2025). Pelatihan Smartphone Photography pada kelompok Masyarakat Bukit Tegal Malaka Untuk Meningkatkan Promosi Wisata. *INTEGRITAS: Jurnal Pengabdian*, 9(2).
- Sudibya, B. (2018). Wisata Desa dan Desa Wisata. *Jurnal Bali Membangun Bali*, 1(1), 22–26. <https://doi.org/10.51172/jbmb.v1i1.8>