

Sosialisasi Pengelolaan Konten Media Sosial Yang Memiliki Unsur Positif Dalam Perspektif Public Relations

Kornelia Johana Dacosta¹, Harjono Padmono Putro², Dani Setiadarma³, Mohammad Ismed⁴, Pepen Sumirat⁵, Algooth Putranto⁶, Anna Nurjanah⁷, Jamalullail⁸, Suparyadi⁹, Iche Hilvania¹⁰

1,2,3,4,5,7,8,9,10 Universitas Dian Nusantara

Article History

Received : November 2025
Revised : November 2025
Accepted : Desember 2025

Corresponding author*:

Harjono Padmono Putro

Contact:

harjono.padmono.putro@dosen.undir.ac.id

Cite This Article:

Dacosta, K. J., Putro, H. P., Setiadarma, D., Ismed, M., Sumirat, P., Putranto, A., ... Hilvania, I. (2025). Sosialisasi Pengelolaan Konten Media Sosial Yang Memiliki Unsur Positif Dalam Perspektif Public Relations. *Jurnal Abdi Masyarakat Multidisiplin*, 4(03), 40–46

DOI:

<https://doi.org/10.56127/jammu.v4i03.2518>

Abstract: Communication skills in the current era of globalization are leading to the realization that digital transformation is no longer a discourse of the future. It has knocked on our door, even entering without permission. We are forced to adjust the way we work, think, and even view people in organizations. However, in the excitement of pursuing the latest technology, there is one thing we must remember: technology will mean nothing without the talent capable of operating it, developing it, and most importantly, finding its meaning. Communication Science, specifically Public Relations, in relation to managing social media for the Green Environment campaign in the Society 5.0 Era, sees their great potential to maintain a sustainable living environment and align the work program of the DKI Jakarta Provincial Government for a sustainable society.

Keywords: Communication, Media Personal Branding, Public Relations, Green Environment Campaign

Abstrak: Keterampilan berkomunikasi di era globalisasi saat ini mengarah pada wujud Transformasi digital bukan lagi wacana masa depan. Ia telah mengetuk pintu kita, bahkan masuk tanpa permisi. Kita dipaksa menyesuaikan cara bekerja, berpikir, bahkan cara memandang manusia dalam organisasi. Namun, dalam kehebohan mengejar teknologi terbaru, satu hal yang harus kita ingat, yaitu teknologi tak akan berarti apa-apa tanpa talenta yang mampu mengoperasikannya, mengembangkannya, dan yang terutama menemukan maknanya. Ilmu Komunikasi khusus Public Relations dalam kaitan pengelolaan Media sosial untuk kampanye Lingkungan hijau di Era Society 5.0, melihat potensi besar mereka untuk menjaga lingkungan tempat tinggal berkelanjutan dan menyelaraskan program kerja dari Pemerintah Provinsi DKI Jakarta untuk masyarakat berkelanjutan.

Kata Kunci: Komunikasi, Media Personal Branding, Public Relations, Kampanye Lingkungan Hijau.

PENDAHULUAN

Memperkenalkan dan memahami ilmu sosial, khususnya dalam bidang Ilmu Komunikasi, menjadi aspek penting yang tidak dapat diabaikan. Keahlian seperti Komunikasi Pemasaran, Media Personal Branding, dan Komunikasi Kreatif bukan hanya mendukung pencapaian akademis individu, tetapi juga membantu meningkatkan keterampilan di berbagai bidang di luar pendidikan formal. Menurut Deddy Mulyana, (2014), mengatakan bahwa: Secara etimologis kata komunikasi berasal dari bahasa Latin yaitu communis yang bersumber pada kata communis yang berarti “sama”, communico, communicatio, atau communicare yang berarti “membuat sama” (to make common). Istilah pertama communis paling sering disebut sebagai asal kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata latin lainnya yang mirip. Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama.

Masyarakat Jakarta, sebagai representasi masyarakat urban yang dalam perkembangan interaksi sosial masyarakatnya sangat terpapar teknologi, menunjukkan tingkat antusiasme yang tinggi terhadap penggunaan, inovasi manusia terhadap teknologi komunikasi. Namun, antusiasme ini perlu diimbangi dengan pemahaman kritis. Kegiatan Pengenalan dan Pelatihan awal dalam mengenal Literasi Teknologi Komunikasi, khususnya pada Pengelolaan Media Sosial dalam Perspektif Public Relations bagi

Kelompok Karang Taruna, RW 07 Sunter Agung, Jakarta Utara ini akan menyoroti dua sisi mata uang menggambarkan dan adaptasi manusia Mengelola media sosial untuk Lingkungan hijau: potensi peningkatan efisiensi komunikasi dan risiko disruptif sosial, etika, dan informasi.

Organisasi global bernama Perserikatan Bangsa-Bangsa bagi pendidikan, sains, dan kebudayaan (UNESCO) menjelaskan literasi digital sebagai keterampilan atau konsep fundamental untuk memahami teknologi, informasi, dan alat komunikasi (UNESCO, 2011, 2018). PkM ini dilaksanakan melalui serangkaian edukasi dan diskusi terarah kepada kelompok masyarakat terpilih untuk meningkatkan kesadaran kritis mereka terhadap AI.

Transformasi digital bukan lagi wacana masa depan. Ia telah mengetuk pintu kita, bahkan masuk tanpa permisi. Kita dipaksa menyesuaikan cara bekerja, berpikir, bahkan cara memandang manusia dalam organisasi. Namun, dalam kehebohan mengejar teknologi terbaru, satu hal yang harus kita ingat, yaitu teknologi tak akan berarti apa-apa tanpa talenta yang mampu mengoperasikannya, mengembangkannya, dan yang terutama menemukan maknanya.

Melakukan transformasi digital bukan sekadar membeli dan memakai perangkat tertentu. Banyak pemilik perusahaan yang merasa takut ketinggalan, segera memutuskan untuk membeli perangkat-perangkat baru terutama yang sudah berlabel AI dengan harapan perangkat ini dapat menyelesaikan permasalahan di suatu organisasi hingga institusi sosial masyarakat lainnya. Perangkat perlu dibangun dari analisis menyeluruh mengenai kebutuhan berbagai pihak agar dapat diterima dengan mudah oleh para pengguna yang bisa jadi resisten ketika mereka dituntut untuk mengubah cara kerjanya.

Jefkins (1998) menyebut PR sebagai “a system of communication to create goodwill.” Sistem komunikasi dalam definisi ini memiliki cakupan keseluruhan elemen organisasi, termasuk individu perorangan di dalamnya, seperti definisi PR dari Harrison (2009) sebagai “deliberate, planned, and sustained effort to establish and maintain mutual understanding between an organization (or individual) and its (their) publics.” Karena itu, PR dapat dimaknai sebagai aktivitas manajemen komunikasi yang terjadi dalam dua pendekatan: sebagai metode komunikasi dan teknik komunikasi (Kriyantono, 2012 & 2014).

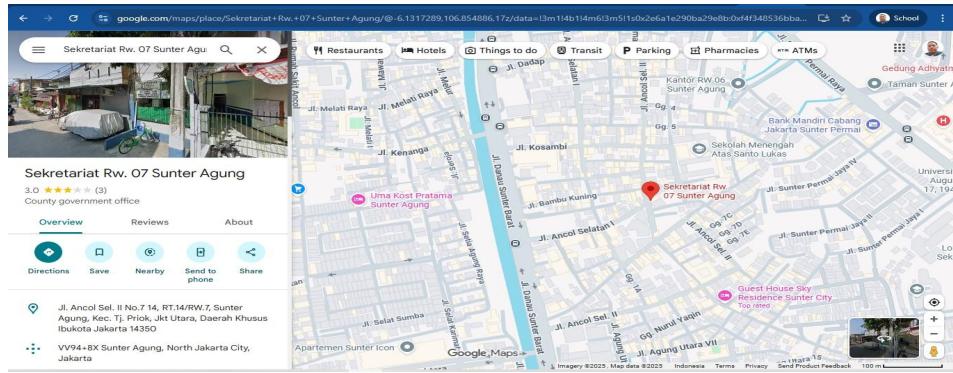
Banyak individu berbakat yang perlu bimbingan bidang Ilmu Komunikasi khusus Public Relations dalam kaitan pengelolaan Media sosial untuk kampanye Lingkungan hijau di Era Society 5.0, melihat potensi besar mereka untuk menjaga lingkungan tempat tinggal berkelanjutan dan menyelaraskan program kerja dari Pemerintah Provinsi DKI Jakarta untuk masyarakat berkelanjutan. Seperti salah satunya pada dimulai edukasi pada Kelompok Karang taruna RW 07 Sunter Agung, Jakarta Utara. Terdapat peluang besar untuk meningkatkan keterampilan bidang Ilmu Komunikasi di wilayah ini. Namun, kesadaran mengenai pentingnya keterampilan tersebut mungkin masih rendah, untuk mendukung pengembangan potensi tersebut, diselenggarakan Pelatihan Ilmu Komunikasi.

Berdasarkan hal tersebut, maka tim Pengabdian Masyarakat melakukan pelatihan yang bertujuan untuk meningkatkan kompetensi komunikasi di kalangan muda Kelompok Karang taruna RW 07 Sunter Agung, Jakarta Utara. Melalui pelatihan ini, solusi yang diberikan adalah membuka wawasan, pendampingan, dan evaluasi mengenai komunikasi dalam komunitas seni, Media Personal Branding, Public Relations, dan Entrepreneurship bidang Komunikasi. Pelatihan ini diharapkan menciptakan lingkungan yang lebih inklusif serta mendukung pengembangan kemampuan Komunikasi secara holistic yang pada akhirnya dapat mendorong prestasi di berbagai bidang dan berdampak positif bagi kesuksesan peserta di masa mendatang.

METODE PENELITIAN

Program pemberdayaan ekonomi kreatif melalui pendekatan komunikasi harmonis berbasis budaya lokal dilaksanakan di Lingkungan Sekretariat RW 07 Sunter Agung, Jakarta Utara dan diikuti oleh Kelompok Karang taruna RW 07 Sunter Agung, Jakarta Utara, yang berlokasi di Jl. Ancol Sel. II No.7 14, RT.14/RW.7, Sunter Agung, Kec. Tj. Priok, Jkt Utara, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 14350. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan metodologis kualitatif, yang dipahami sebagai teknik penelitian yang memanfaatkan informasi deskriptif dari perilaku dan subjek yang diamati (Suharto & Burhan, 2024), baik dalam bentuk lisan maupun tertulis. Fokus kegiatan dilaksanakan dalam tiga tahapan utama, yaitu: (1) pelaksanaan survei dan koordinasi awal dengan pihak pengurus RW 07

Sunter Agung dan mitra kegiatan; (2) persiapan materi serta kebutuhan logistik pendukung; dan (3) pelaksanaan pelatihan ilmu komunikasi secara bertahap.



Gambar 1. Lokasi PkM RW 07 Sunter Agung, Jakarta Utara
Sumber: Google maps

Metode yang diterapkan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini berupa pemberian materi pembelajaran melalui pendekatan tatap muka yang dirancang secara terstruktur. Kegiatan ini dilaksanakan hari Sabtu pukul 15.00–17.30 WIB, dengan menggunakan metode pembelajaran interaktif. Proses ini melibatkan partisipasi aktif dari Kelompok Karang taruna RW 07 Sunter Agung, Jakarta Utara serta panitia pelaksana. Seluruh rangkaian kegiatan pengabdian telah melalui tahapan perencanaan dan pelaksanaan yang disepakati bersama oleh pihak terkait guna memastikan relevansi dan efektivitas kegiatan terhadap kebutuhan mitra.

Tahap pertama yang dilakukan dalam kegiatan ini adalah analisis kebutuhan melalui proses sosialisasi kepada pihak Pengurus RW 07 Sunter Agung dan Kelompok Karang taruna, yang bertujuan untuk mengidentifikasi kebutuhan pembelajaran yang relevan guna menambah wawasan peserta didik Pengabdian kepada Masyarakat. Pada tahap ini, tim peneliti melakukan kunjungan langsung ke lingkungan dan melakukan diskusi bersama Pengurus RW 07 Sunter Agung dan Kelompok Karang taruna untuk memperoleh informasi mengenai aspek-aspek pembelajaran yang perlu ditingkatkan sesuai dengan konteks dan kebutuhan masyarakat sekitar RW 07 Sunter Agung tersebut.

Setelah melalui tahap sosialisasi dan analisis awal, tahap selanjutnya adalah perancangan program serta penyusunan materi yang disesuaikan dengan kebutuhan spesifik mitra kerjasama oleh tim Dosen pengabdian. Perancangan ini bertujuan untuk menciptakan pengalaman pembelajaran yang menyenangkan dan relevan, khususnya mengingat karakteristik peserta dari Kelompok Karang taruna RW 07 Sunter Agung yang merupakan bagian dari generasi Z, yaitu generasi yang sangat akrab dengan perkembangan teknologi digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah dilakukan survei lapangan tanggal 07 November 2025 oleh tim kolaborasi Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) Universitas Dian Nusantara, Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama), Universitas Gunadarma, STIKOM Prosia, LSPR Jakarta, Institut SWINS Jakarta dan Universitas Tarakanita di sekitaran Lingkungan RW 07 Sunter Agung, Jakarta Utara. Kemudian disepakati untuk melakukan Kerjasama PKM Bersama mitra Kelompok Karang taruna RW 07 Sunter Agung, Jakarta Utara untuk melanjutkan realisasi kegiatan yang berlangsung pada hari Sabtu, tanggal 29 November 2025. Jam 15:00 – 17:30. Tim Pengabdian Pada Masyarakat kolaborasi yang terdiri dari Fakultas Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis dari beberapa Perguruan Tinggi yaitu Universitas Dian Nusantara, Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama), Universitas Gunadarma, STIKOM Prosia, LSPR Jakarta, Institut SWINS Jakarta, dan Universitas Tarakanita juga menyebarkan survey mengenai urgensi materi Ilmu Komunikasi dan *Public Relations* terhadap pengetahuan dari Kelompok Karang taruna RW 07 Sunter Agung, Jakarta Utara.

Kegiatan diawali dengan adanya sambutan dari Ketua PkM Kolaborasi memberikan sekilas gambaran dasar kegiatan PkM berdasarkan landasan Tridarma Perguruan Tinggi, untuk senantiasa aktif dalam memberikan edukasi positif dan nilai lebih pada kelompok masyarakat tertentu, juga memberikan motivasi agar para peserta kegiatan PkM dapat antusias dan memperhatikan materi yang diberikan oleh Para Dosen-dosen yang turut serta pada kegiatan.



Tabel 1. Hasil Pre-test survey Target PKM Kolaborasi Kelompok Karang Taruna RW 07 Sunter Agung, Jakarta Utara
Sumber: Olahan data Pribadi

Dari 15 orang audiens Karang Taruna di RW 07 Sunter Agung, bagian Pernyataan Saya Mengetahui Gerakan Lingkungan Hijau dalam Pemberdayaan Lingkungan tempat tinggal. Didapatkan 5 orang menyatakan tahu mengenai Mengetahui Gerakan Lingkungan Hijau dalam Pemberdayaan Lingkungan tempat tinggal dan 10 orang tidak tahu mengenai Mengetahui Gerakan Lingkungan Hijau dalam Pemberdayaan Lingkungan tempat tinggal.



Tabel 2. Hasil Pre-test survey Target PKM Kolaborasi Kelompok Karang Taruna RW 07 Sunter Agung, Jakarta Utara
Sumber: Olahan data Pribadi

Dari 15 orang audiens Karang Taruna di RW 07 Sunter Agung, bagian Pernyataan Saya Mengetahui Pengelolaan Media Public Relations Gerakan Lingkungan Hijau dalam Pemberdayaan Lingkungan tempat tinggal. Didapatkan 4 orang menyatakan tahu mengenai Pengelolaan Media Public Relations Gerakan Lingkungan Hijau dalam Pemberdayaan Lingkungan tempat tinggal dan 11 orang tidak tahu mengenai Pengelolaan Media Public Relations Gerakan Lingkungan Hijau dalam Pemberdayaan Lingkungan tempat tinggal.



Gambar 2. Aktifitas dalam PKM Kolaborasi 29 November 2025

Sumber: Data Pribadi Penulis

Pada sesi utama pemaparan materi PkM membahas mengenai seputar Media PR dan Branding, Memperhatikan peran *Public Relations* dalam membangun konten pada Media Sosial dimana memperluas pengetahuan peserta kegiatan terhadap penggunaan Media sosial sebagai gambaran atau cermin diri dalam isu fenomena Lingkungan hijau pada tempat tinggal mereka. *Tips* dan *Trick* dalam memaksimalkan konten media social untuk sebesar-besarnya eksistensi diri dalam hubungan individu didalam aktivitas mereka pada media social secara khusus dan sebagai generasi muda sadar serta berempati pada kebersihan lingkungan hijau.

Kegiatan ini diawali dengan kelas sosialisasi dan edukasi ringan mengenai perilaku ramah lingkungan yang bisa diterapkan dalam kehidupan sehari-hari, kemudian masyarakat sasaran diminta untuk mempraktekkan perilaku hijau yang bisa dipraktikkan mulai dari hal kecil, dari diri sendiri dan dari saat ini. Tim pengabdi juga memberikan materi mengenai pemanfaatan barang bekas menjadi barang yang berguna serta pemilihan sampah rumah tangga.

Media sosial memberikan peluang bagi Generasi muda Karang taruna untuk membangun eksistensi pribadi (personal branding) secara konsisten, menciptakan identitas digital yang memperkuat positioning mereka dalam Lingkungan hijau (Marwick, 2013.), yang dapat menjadi promosi digital marketing dalam usaha swadaya generasi muda Karang taruna, yang nantinya video dan foto dapat digunakan dalam keperluan dan tujuan promosi pada seluruh aspek diri peserta sanggar. Dalam *Design Thinking* terdapat beberapa Proses berfikir, yakni: Emphasize, Define, Ideate, Prototype, dan Uji Tes.

Peningkatan kesadaran berbagai pihak terhadap kelestarian lingkungan dalam beberapa kurun waktu terakhir, telah memicu aktivasi keberlanjutan di banyak organisasi dari beragam sektor industri. Tak sedikit yang berpendapat, inisiatif tersebut tidak hanya berdampak positif bagi lingkungan, tetapi juga bagi citra dan reputasi organisasi. Hanya saja, hal tersebut perlu didukung oleh peran public relations (PR) dalam mengkomunikasikan praktik keberlanjutan yang dijalankan.



Gambar 3. Foto Bersama Mitra Anggota Karang taruna RW 07 Sunter Agung Jakarta Utara (Sumber: Data Pribadi Penulis)

KESIMPULAN

Peserta PKM Kolaborasi Ilmu Komunikasi dan Ekonomi Kreatif Universitas Dian Nusantara, Universitas Prof. Dr. Moestopo, Universitas Gunadarma, STIKOM Prosia, Institut SWINS, dan Universitas Tarakanita 2025 yaitu kelompok Anak muda Karang taruna RW 07 Sunter Agung Jakarta Utara, telah diberikan pembekalan yang terbaru dan komprehensif tentang bagaimana cara mengetahui, membuat dan memahami konsep Membentuk konten Media sosial, Media Personal Branding, dan Creative Thinking. Dalam pengembangan Digital Public Relations di Bidang Kampanye Lingkungan hijau Masyarakat melalui Website, Media Sosial, Youtube dan Instagram. Program PkM ini memberikan wawasan yang luas pada Anggota Karang taruna untuk selalu mengedepankan untuk mengembangkan diri dan tidak membatasi diri untuk terus menjadi pribadi yang lebih kreatif, dan ekspresif. Langkah-langkah yang diberikan narasumber sangat membantu Anggota Karang taruna untuk memajukan kebersihan dari sampah dan nyaman untuk orang tinggal di lingkungan tempat tinggalnya.

Penggunaan multimedia dalam konten media sosial mendukung teori komunikasi multisaluran. Praktik Public Relations dalam membangun Community Relations. Public Relations memiliki peran sentral dalam setiap pengambilan keputusan dalam sebuah Kelompok Karang taruna di lingkungan RW 07 Sunter Agung. Praktik Public Relations juga semakin jauh dan berkembang karena dewasa ini, dimana masyarakat berubah dalam kurun waktu tertentu cenderung mengalami banyak tantangan, baik tantangan yang dapat dieksplorasi melalui tindakan nyata maupun tantangan yang bersifat kebijakan.

Pada prinsipnya, aktivitas Public Relations mengacu pada proses pembangunan komunikasi dan hubungan yang baik, tersistematis antara lembaga, organisasi, dengan stakeholder internal maupun eksternal. Membangun komunikasi tersebut berarti menyebarkan informasi dari organisasi kepada publiknya untuk mempengaruhi persepsi mereka agar organisasi memiliki citra yang baik (Myers, 2021). Kredibilitas sumber juga menjadi bagian dari teori komunikasi. Konten yang dipublikasikan oleh akun resmi yang terpercaya dibagikan pada audiens.

Melalui pembelajaran tentang cara membuat ulasan yang tepat terhadap aktifitas Lingkungan hijau dan sehat dengan mengedepankan cerita-cerita, budaya dan kebiasaan hidup aktifitas Lingkungan hijau di daerah tempat tinggal mereka, tentu hal ini penting untuk memfasilitasi keberlangsungan pengetahuan tentang menghidupkan dan melestarikan kehidupan lingkungan yang bersih dan nyaman bagi masyarakat umum. Keseluruhan kegiatan ini sangat mengandung dorongan positif untuk memperkuat sisi intelektual para Anggota Karang taruna dan meningkatkan daya saing dari banyaknya keberagaman ide hingga interest dari masing-masing anggota Karang taruna.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Deddy Maulana, (2014). Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, hal 46.
- [2] Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68.
- [3] Myers, C. (2021). Public Relations History: Theory, Practice and Profession.
- [4] UNESCO. (2011). Digital Literacy in Education. Institute for Information Technologies in Education (IITE). <https://iite.unesco.org/publications/3214688/>.
- [5] UNESCO. (2018). A Global Framework of Reference on Digital Literacy Skills for Indicator 4.4.2. UNESCO Institute for Statistics (UIS).
- [6] Rachmat Kriyantono, (2014). Teori public relations perspektif barat dan lokal: Aplikasi penelitian & praktik, Jakarta: Prenada Media, hal. 12
- [7] Suharto, & Burhan, U. (2024). Optimalisasi Fungsi Perpustakaan untuk Mendukung Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs) di Desa Roomo. *Jurnal Abdi Masyarakat Multidisiplin*, 3(3), 22–27. [https://doi.org/https://doi.org/10.56127/jammu.v3i3.1707](https://doi.org/10.56127/jammu.v3i3.1707)
- [8] Burhanuddin, Radyta A., Rafi'i, Wahjono, Dani Siswardhani., et al. JURNAL PKM PENGABDIAN MASYARAKAT KOLABORASI “KOMUNIKASI HARMONI DALAM SOCIETY 4.0” DALAM MEWUJUDKAN“ PENGELOLAAN KONTEN MEDIA SOSIAL YANG MEMILIKI UNSUR POSITIF PADA SEMUA KALANGAN”. *Jurnal Abdi Masyarakat Multidisiplin. Jammu* Vol. 4 No. 2 Agustus 2025. Hal 59-64. <https://doi.org/10.56127/jammu.v4i2.2239>
- [9] Burhanuddin, R. A., Rosalina, I. F., & Wahjono, D. S. (2024). Pembelajaran Komunikasi Antar Pribadi dalam Industri Hospitality pada Siswa SMK Krisanti Jakarta. *Dedikasi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 475–486. [lldikti3.kemdikbud.go.id/index.php/pkm/article/view/144/65](http://diktij.kemdikbud.go.id/index.php/pkm/article/view/144/65)