



## DESAIN DAN PENGEMBANGAN POJOK LITERASI DAN PELATIHAN SOSIAL MEDIA PADA RT. 62 KELURAHAN GRAHA INDAH

*Design and Development of Literacy Corner and Social Media Training in RT.62 Kelurahan Graha Indah*

**Amalia Nur Kumalaningrum<sup>1\*</sup>, Winarni<sup>2</sup>, Sayid Rifqy Adhitya<sup>3</sup>, Sabrina Aulia Putri<sup>3</sup>, Joel Parulian Apriadi Siagian<sup>3</sup>, Legi Raymond Immanuel<sup>3</sup>, Shindi Claudia Panjaitan<sup>4</sup>, Anriyani Manik<sup>4</sup>, Sarnita Tari<sup>2</sup>, Rachel Glory Julyana Dewi<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Program Studi Teknologi Pangan Institut Teknologi Kalimantan, <sup>2</sup>Program Studi Matematika Institut Teknologi Kalimantan, <sup>3</sup>Program Studi Sistem Informasi Institut Teknologi Kalimantan, <sup>4</sup>Program Studi Ilmu Aktuaria Institut Teknologi Kalimantan

*Jl. Soekarno-Hatta Km. 15, Karang Joang, Balikpapan, Kalimantan Timur, 76127*

\*Alamat Korespondensi: [amalia.nur@lecturer.itk.ac.id](mailto:amalia.nur@lecturer.itk.ac.id)

*(Tanggal Submission: 26 Juni 2024, Tanggal Accepted : 24 Agustus 2024)*



### Kata Kunci :

*Kampoeng FABA, Media Sosial, Pengabdian Masyarakat, Pojok Literasi*

### Abstrak :

Pengabdian kepada masyarakat adalah aktivitas yang melibatkan perguruan tinggi dan masyarakat untuk meningkatkan taraf hidup dan pengetahuan masyarakat. Kampoeng FABA di Kelurahan Graha Indah RT 62, Balikpapan Utara, merupakan salah satu wilayah yang memerlukan perhatian khusus dalam program ini. Berdasarkan hasil survei, ditemukan bahwa lingkungan Kampoeng FABA beragam dan berkembang, namun menghadapi masalah rendahnya minat membaca anak-anak serta kemampuan warga dalam mengelola media sosial. Tujuan kegiatan ini adalah meningkatkan minat baca anak-anak secara signifikan dan mengurangi pengaruh ketergantungan dalam penggunaan gadget. Kegiatan ini juga bertujuan memperkuat kemampuan warga dalam mengelola media sosial Kampoeng FABA, sehingga menciptakan lingkungan yang mendukung keterampilan digital. Terdapat dua program utama pada kegiatan ini, yaitu pengembangan dan desain pojok literasi dan pelatihan pengelolaan media sosial. Pengembangan pojok literasi dilakukan dengan penyediaan buku dan alat – alat penunjang literasi anak – anak. Pelatihan dilaksanakan dengan dua tema, yaitu pelatihan penggunaan Instagram dan pelatihan desain dengan canva. Hasil kegiatan ini terwujud dengan terbentuknya pojok literasi yang menyediakan beragam buku anak – anak dan penyelenggaraan lomba edukasi bagi anak – anak sebagai stimulus budaya membaca dan sosialisasi pojok literasi. Kegiatan pelatihan penggunaan Instagram dan canva mampu meningkatkan pengetahuan dan keterampilan warga dalam memanfaatkan akun media sosial. Evaluasi mengenai pemahaman

peserta akan media sosial menunjukkan peningkatan sebesar 25% setelah mengikuti pelatihan. Hasil kuesioner kepuasan peserta menunjukkan 100% peserta pelatihan memberikan tanggapan positif bahwa pelatihan ini membantu meningkatkan pemahaman tentang penggunaan media sosial dan materi yang disampaikan sangat bermanfaat. Pengembangan pojok literasi dan pelatihan media sosial dapat mendukung peningkatan minat baca anak-anak serta memperkuat kemampuan warga Kampoeng FABA dalam memanfaatkan media sosial dengan lebih produktif.

**Key word :**

*Kampoeng FABA, Social Media, Community Service, Literacy Corner*

**Abstract :**

Community service is an activity involving universities and the community to improve the standard of living and knowledge of the community. Kampoeng FABA in Graha Indah Village RT 62, North Balikpapan, is one of the areas that requires special attention in this program. Based on the survey results, it was found that the Kampoeng FABA environment is diverse and developing, but faces the problem of low interest in reading for children and the ability of residents to manage social media. The purpose of this activity was to significantly increase children's interest in reading and to reduce the influence of dependence on the use of gadgets. This activity also aimed to strengthen the ability of residents to manage Kampoeng FABA social media, thereby creating an environment that supported digital skills. There were two main programs in this activity, namely the development and design of literacy corners and social media management training. The development of literacy corners was carried out by providing books and tools to support children's literacy. The training was performed with two themes, namely training on the use of Instagram and design training with Canva. The results of this activity were realized with the formation of a literacy corner that provides a variety of children's books and the holding of educational competitions for children as a stimulus for reading culture and socialization of literacy corners. Instagram and Canva training activities could improve residents' knowledge and skills in utilizing social media accounts. Evaluation of participants' understanding of social media showed an increase of 25% after participating in the training. The results of the participant satisfaction questionnaire showed that 100% of training participants gave a positive response that this training helped improve understanding of the use of social media and the material presented was very useful. The development of literacy corners and social media training could support increasing children's interest in reading and strengthen the ability of Kampoeng FABA residents to utilize social media more productively.

Panduan sitasi / citation guidance (APPA 7<sup>th</sup> edition) :

Kumalaningrum, A. N., Winarni, Adhitya, S. R., Putri, S. A., Siagian, J. P. A., Immanuel, L. R., Panjaitan, S. C., Manik, A., Tari, S., & Dewi, R. G. J. (2024). Desain dan Pengembangan Pojok Literasi dan Pelatihan Media Sosial Pada RT. 62 Kelurahan Graha Indah. *Jurnal Abdi Insani*, 11(3), 579-589. <https://doi.org/10.29303/abdiinsani.v11i3.1713>

## PENDAHULUAN

Dalam meningkatkan budaya literasi, terutama di tengah masyarakat yang semakin tergantung pada informasi, langkah yang bisa dilakukan yaitu seperti promosi membaca sejak dini, membuat taman literasi dan sebagainya (Prayogo & Syahputra, 2022). Taman literasi ini bisa meningkatkan budaya membaca buku, karena buku dapat memberikan kenyamanan, teman, dan panduan sepanjang hidup. Selain itu membaca buku juga bermanfaat untuk meningkatkan konsentrasi dan daya ingat. Ketika membaca buku, otak kita dibiasakan untuk berkonsentrasi dan fokus terhadap apa yang dibaca.



Akan tetapi sekarang banyak anak-anak yang mulai ketergantungan dengan gadget, salah satunya bermain game online. Sehingga anak-anak sangat kurang sekali memiliki aktivitas membaca buku. Pembuatan pojok atau taman literasi adalah salah satu wadah untuk membaca dan menjadi solusi untuk anak-anak yang kecanduan gadget (Nuraisyah *et al.*, 2023). Pojok literasi dapat membantu anak-anak yang kecanduan bermain *game* dengan membuat taman literasi yang menarik dan nyaman serta bernuansa teknologi yang membuat anak-anak tertarik untuk membaca dan belajar.

Media sosial memiliki peran yang sangat penting dalam *membranding* produk (Handayani & Adinegara, 2022). Media sosial memungkinkan seseorang untuk berinteraksi secara langsung dengan target audiensnya, seperti memahami kebutuhan, preferensi, dan masalah yang dihadapi oleh pelanggan potensial (Puspitarini & Nuraini, 2019). Dengan informasi ini, seseorang dapat menyesuaikan strategi branding mereka secara lebih efektif. Media sosial juga mampu memungkinkan seseorang untuk membangun citra merek. Merek dapat mengunggah konten yang mencerminkan nilai-nilai merek, kepribadian merek, dan pesan merek (Suwarsih *et al.*, 2021). Media sosial menyediakan berbagai alat analisis yang memungkinkan merek untuk melacak kinerja kampanye branding mereka. Data seperti jumlah pengikut, keterlibatan, dan konversi dapat membantu merek untuk mengukur kesuksesan kampanye dan membuat perubahan yang diperlukan (Cahyadi, 2023).

Dalam dunia bisnis yang semakin terhubung secara digital, media sosial merupakan alat yang sangat penting dalam strategi branding produk. Merek yang mampu memanfaatkan media sosial dengan baik dapat menciptakan dampak besar dalam mencapai tujuan branding mereka. Dalam hal tersebut, ditemukannya permasalahan lain berdasarkan survei, yaitu kurangnya pemanfaatan media sosial dalam memasarkan produk mereka. Pemberian pelatihan media sosial akan membantu masyarakat untuk mengoptimalkan pemanfaatan media sosial dalam melakukan branding produk Kampong FABA (Aagustinah & Widayati, 2019).

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat merupakan aktivitas antara perguruan tinggi dan masyarakat untuk meningkatkan taraf hidup dan pengetahuan masyarakat desa. Wilayah Kampong FABA adalah salah satu wilayah yang memerlukan perhatian khusus dalam program pengabdian masyarakat ini. Kampong FABA berada di Kelurahan Graha Indah RT 62 Balikpapan Utara. Berdasarkan hasil survey pada tempat didapatkan analisis situasi dan permasalahan deskripsi kondisi eksisting lingkungan Kampong FABA adalah lingkungan yang beragam dan berkembang. Ada beberapa permasalahan utama yang perlu dianalisis secara komprehensif untuk memahami kondisi eksisting lingkungan ini, yaitu kurangnya minat membaca buku pada anak-anak.

Kampong FABA sendiri juga menjadi wilayah pemberdayaan masyarakat oleh Institut Teknologi Kalimantan bekerja sama dengan PT PLN dan merupakan pusat produksi paving block dan material konstruksi dari limbah FABA. Pemanfaatan FABA dapat maksimal jika disertai dengan inovasi yang akuntabel, yang berarti harus berdasarkan regulasi yang memadai. Proses inovasi ini harus dapat dipetakan dan diidentifikasi dengan baik sesuai dengan karakteristik PLN sebagai BUMN yang menjalankan layanan publik (Saputra *et al.*, 2023). Namun branding Kampong FABA, khususnya pada pemanfaatan sosial media, seperti instagram masih sangat kurang. Hal ini disebabkan terbatasnya kemampuan warga dalam menjalankan sosial media, seperti mendesain feed pada instagram maupun akun media sosial lainnya masih sangat kurang. Kurangnya kemampuan pengelolaan sosial media ini mengakibatkan kurangnya peminat dari produk yang dijual oleh Kampong FABA.

Untuk mengatasi masalah tersebut, tim mengusulkan dua solusi utama. Pertama, mendirikan pojok literasi dengan desain yang menarik dan nyaman serta menyediakan buku yang menarik untuk dipelajari oleh anak-anak. Kedua, mengadakan pelatihan pengelolaan media sosial bagi warga, termasuk pelatihan desain feed dan aspek lainnya, agar media sosial Kampong FABA lebih menarik bagi calon pelanggan. Digital Branding merupakan suatu proses yang bermanfaat untuk membangun dan membingkai brand suatu perusahaan jasa secara online, terutama menggunakan sosial media seperti Instagram, Youtube, Tiktok, Facebook dan masih banyak lagi (Handayani & Adinegara, 2022). Adapun Pelatihan yang akan dilaksanakan di RT. 62 Kelurahan Graha Indah ini, yaitu pelatihan penggunaan aplikasi *Canva* yang memberikan berbagai macam fitur dalam pembuatan desain untuk poster dan logo. Selain itu, pelatihan dalam pengelolaan sosial media, yaitu Instagram juga dilakukan agar sosial media Kampong FABA ini menjadi lebih menarik bagi calon *customer*.

## METODE KEGIATAN

Kegiatan pengabdian Masyarakat Ini Dilaksanakan pada bulan Februari - Mei 2024, bertempat di Kampoeng FABA RT.62, Kelurahan Graha Indah, Kecamatan Balikpapan Utara, Balikpapan. Sasaran kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah warga, yaitu 25 orang tua (bapak/ibu) dan 20 anak-anak di RT 62 Kelurahan Graha Indah, Kecamatan Balikpapan Utara. Sementara itu, metode pelaksanaan kegiatan sebagai berikut:

1. Survey dan Diskusi dengan Tokoh

Kegiatan diawali dengan melakukan diskusi dengan ketua RT dan beberapa masyarakat setempat, yaitu mengidentifikasi masalah yang dirasakan oleh masyarakat di daerah tersebut. Hasil diskusi dengan masyarakat didapatkan bahwa masih minimnya penggunaan media sosial. Kurangnya minat baca pada anak-anak ini semakin terlihat karena anak-anak lebih tertarik bermain dengan gadget. Membaca menjadi hal yang penting dalam proses belajar mengajar. Membaca merupakan proses penyerapan ilmu melalui suatu bacaan atau tulisan. Setiap siswa mempunyai kemampuan yang bervariasi dari yang cepat, sedang dan lambat dalam hal membaca (Hidayatullah *et al.*, 2019). Kemudian diketahui juga bahwa sistem promosi produk masih menggunakan metode mulut ke mulut hal ini dikarenakan kurangnya kemampuan masyarakat Kampoeng FABA dalam mengelola media sosial.

2. Sosialisasi Rencana Kegiatan

Kegiatan ini dilakukan untuk mensosialisasikan hasil diskusi tim mengenai kegiatan apa saja yang akan dilakukan pada program pengabdian masyarakat. Ada dua kegiatan besar yang dilakukan, yaitu pembuatan pojok literasi dan pelatihan penggunaan media sosial. Sosialisasi dilakukan dengan metode presentasi dan diskusi, dengan harapan ada feedback dari masyarakat mengenai program yang diusulkan.

3. Perancangan dan Pengembangan Pojok Literasi

Kegiatan ini diawali dengan melakukan pengadaan buku dan majalah. Tim melakukan aksi penggalangan donasi buku dengan penyebaran poster ke masyarakat secara luas dan menghubungi beberapa penerbit buku. Kemudian tim juga melakukan renovasi dan dekorasi pojok literasi sebagai pojok literasi.

4. Pelatihan Media Sosial

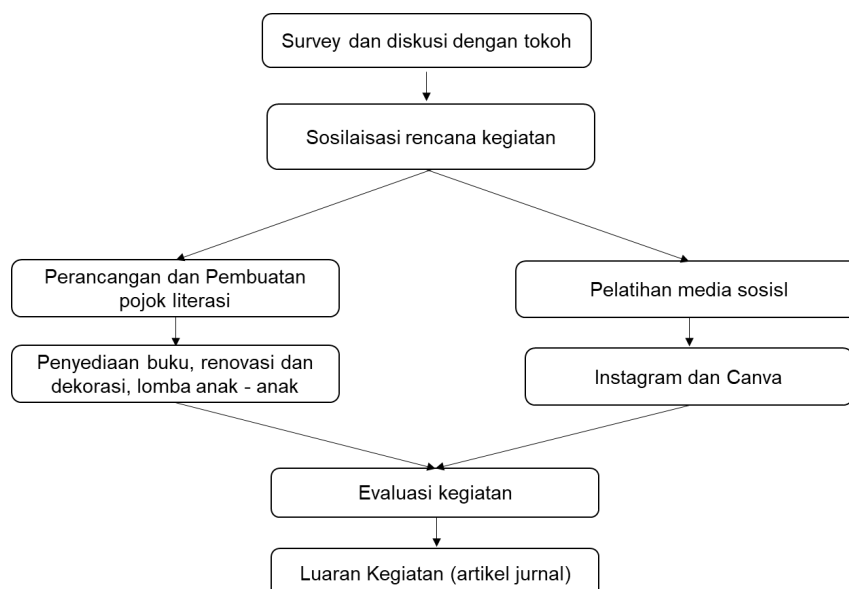
Kegiatan ini dilakukan terbuka untuk warga Kampoeng FABA, terutama bagi pengusaha UMKM atau pelaku bisnis. Pelatihan yang diberikan mencakup pelatihan penggunaan sosial media dan pelatihan design. Pelatihan sosial media instagram bertujuan meningkatkan pemahaman bagi masyarakat tentang fitur-fitur instagram yang nantinya digunakan oleh masyarakat untuk mempromosikan produk lewat media sosial. Dalam pelatihan penggunaan sosial media ini, tim menyampaikan beberapa panduan bagaimana cara mempromosikan produk di sosial media instagram. Selain itu, pelatihan design canva juga dilakukan agar para pemilik UMKM memiliki keterampilan desain grafis, seperti membuat poster dan *feed* instagram promosi yang menarik dan efektif untuk produk mereka.

5. Evaluasi Kegiatan

Evaluasi dilakukan dengan memberikan soal *pre-test* sebelum pemberian materi dan pelatihan dimulai dan juga *post-test* yang diberikan setelah pelatihan selesai dilakukan (Prananda *et al.*, 2023). Hasil dari *pre-test* dan *post-test* ini kemudian akan dibandingkan untuk mengetahui apakah sosialisasi dan pelatihan yang diberikan telah sesuai dengan tujuan dilakukannya pengabdian ini. Evaluasi juga dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada peserta pelatihan. Kuesioner berisi evaluasi mengenai kepuasan peserta dalam mengikuti kegiatan pelatihan dengan target minimal 80% peserta memberikan tanggapan positif.

Adapun secara singkat, kegiatan pengabdian dijelaskan dengan diagram alir yang tertera pada Gambar 1 di bawah.





Gambar 1. Alur kegiatan pengabdian masyarakat

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan dengan beberapa tahapan sebagaimana dijelaskan pada subbab Metode Kegiatan di atas. Hasil diskusi dan survei lokasi di Kampoeng FABA didapatkan beberapa kesimpulan mengenai kondisi masyarakat yang akan menjadi dasar dan tujuan dilakukannya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini. Dinamakan Kampoeng FABA karena masyarakat kampung tersebut menghasilkan produk yang diproduksi dengan bahan dasar FABA yaitu *Fly Ash* dan *Bottom Ash* (FABA) yang merupakan limbah proses pembangkitan listrik dari batu bara di Pembangkit Listrik Tenaga Uap (PLTU) Teluk Balikpapan. FABA sendiri tergolong dari limbah Bahan Berbahaya dan Beracun yang dapat mencemari lingkungan dan kesehatan masyarakat (Syawaliani & Utomo, 2024). Oleh karena itu PT PLN dan Institut Teknologi Kalimantan berupaya dan bekerja sama dalam pemanfaatan FABA menjadi material konstruksi, yaitu bahan pembuatan paving block. Tingginya jumlah produksi FABA yang dihasilkan menjadi peluang sekaligus harapan bagi masyarakat kampung FABA untuk produknya mendapat tempat di pasar yang lebih luas. Namun, pembuatan paving block oleh warga dilakukan ketika ada pesanan dari konsumen melalui mitra. Oleh karena itu, masyarakat Kampoeng FABA membutuhkan perhatian lebih terkait dalam hal penggunaan media sosial, sehingga masyarakat dapat mengembangkan promosi produk Kampoeng FABA. Pelatihan ini pastinya juga akan sangat bermanfaat bagi warga yang memiliki usaha dibidang lain.

Selain dalam hal pemanfaatan media sosial, masyarakat Kampoeng FABA juga membutuhkan adanya pojok literasi. Hal ini dikarenakan rendahnya minat membaca anak di kampoeng FABA karena anak-anak lebih tertarik bermain dengan gadget. Kegiatan ini dilakukan untuk membuka peluang bagi anak-anak dan masyarakat setempat dalam mengembangkan minat baca, keterampilan literasi, dan memperluas wawasan mereka melalui akses mudah ke berbagai jenis buku dan sumber informasi. Penerapan pojok literasi merupakan salah satu usaha untuk menciptakan lingkungan literasi. Lingkungan literasi merupakan hal yang dibutuhkan siswa untuk menunjang lingkungan yang mendukung program pembiasaan literasi di sekolah. Hasil dari kegiatan ini adalah meningkatnya budaya membaca dan kebiasaan lain yang berhubungan dengan literasi (Indriani *et al.*, 2022). Adapun kegiatan pengecatan dan pembuatan taman literasi terlihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Pengecatan dan pembuatan taman literasi

Tempat yang akan digunakan sebagai pojok literasi adalah pos kamling RT 62 Kelurahan Graha Indah. Pembuatan pojok literasi ini dimulai dengan melakukan pengecatan dinding tempat pojok literasi. Ini juga bertujuan untuk merenovasi pos kamling sehingga dapat dimanfaatkan menjadi pojok literasi. Pojok literasi tidak hanya berisi kumpulan buku-buku, namun juga dikembangkan dan didesain sedemikian rupa agar nyaman untuk anak-anak. Beberapa barang-barang yang dipersiapkan, seperti laci buku, meja buku, peralatan tulis menulis, beberapa poster bergambar, stiker dan papan tulis. Tim juga melakukan pembukaan donasi buku. Beberapa buku yang telah disediakan berupa buku umum, novel, buku anak, buku motivasi, buku karya ilmiah, buku masak dan koleksi buku lainnya. Harapannya melalui pojok literasi ini, anak-anak tidak hanya mendapat kesempatan untuk membaca dan belajar, tetapi juga mengembangkan kreativitas mereka. Tim juga menempelkan label pada buku untuk mencegah terjadinya kehilangan buku bacaan pada taman literasi. Buku atau koleksi perpustakaan pada umumnya diberi label yang berisi nomor klasifikasi buku, nama penulis, judul buku, dan keterangan buku. Hal ini digunakan guna mempermudah pengelompokan, pencatatan dan peminjaman. Pemberian label pada buku pada pojok literasi ini menggunakan penulisan manual, ditulis pada lembaran kecil kertas dan dilekatkan pada sisi luar (Santoso, 2015). Kegiatan penataan barang, pemasangan label, dan penghiasan pojok literasi terlihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Penataan barang, pemasangan label, dan penghiasan pos pojok literasi

Sebelumnya tidak ada kegiatan membaca atau literasi di kawasan RT 62 Kampoeng FABA. Namun dengan tersedianya pojok literasi ini, ada aktivitas membaca yang dilakukan oleh anak-anak di wilayah Kampoeng FABA. Sebagai sarana untuk memantik kegiatan ini, tim membuat acara lomba membaca dan mewarnai anak-anak. Kegiatan ini dilaksanakan di serambi masjid, yang berada di samping pos pojok literasi. Kegiatan ini juga didampingi oleh orang tua anak. Di samping kegiatan lomba ini, tim juga melakukan pembukaan dan sosialisasi pojok literasi. Sosialisasi ditekankan pada anak-anak untuk memanfaatkan dengan baik adanya pojok literasi ini dan menjaga buku-buku yang sudah disediakan. Orang tua yang mendampingi juga harapannya dapat membantu untuk mendorong atmosfer kegiatan literasi di Kampoeng FABA.

Dalam program pengabdian kepada masyarakat ini, tim pelaksana memberikan sosialisasi dan edukasi literasi kepada warga RT 62 sekaligus pembukaan (*launching*) pos pojok literasi Kampoeng

FABA. Acara ini dihadiri oleh Ketua RT 62, warga RT 62 baik selaku orang tua maupun anak-anak. Sosialisasi ditekankan pada pentingnya budaya gemar membaca untuk meningkatkan sumber daya manusia, juga mengajak anak-anak dan warga untuk memanfaatkan dengan baik fasilitas pos pojok literasi ini, merawat buku-buku yang sudah disediakan dan mengelolanya dengan baik. Orang tua yang mendampingi juga diharapkan dapat membantu mendorong atmosfer kegiatan literasi di Kampoeng FABA. Dalam rangkaian program ini, tim juga menyelenggarakan acara lomba membaca dan mewarnai untuk anak-anak, sebagai pemantik budaya literasi di lingkungan tersebut. Kegiatan lomba ini diikuti oleh anak-anak di lingkungan RT 62 Kampoeng FABA, sekitar sebanyak 20 anak. Anak-anak mengikutinya dengan sangat antusias. Kegiatan ini dilaksanakan di serambi masjid, yang berada di samping pos pojok literasi. Kegiatan ini juga didampingi oleh orang tua anak. Sebelum adanya pos pojok literasi di lingkungan RT 62 Kampoeng FABA belum ada tempat dan kegiatan membaca bersama untuk warga. Namun dengan tersedianya pos pojok literasi ini, warga terutama anak-anak terfasilitasi untuk melakukan aktivitas membaca bersama. Warga dan anak-anak di Kampoeng FABA sangat antusias dan senang dengan adanya program ini. Kegiatan pojok literasi terdapat pada Gambar 4.



Gambar 4. Kegiatan peningkatan literasi

Kegiatan pelatihan media sosial (Gambar 5) berisi pelatihan penggunaan Instagram dan pelatihan desain dengan menggunakan aplikasi Canva. Warga dikenalkan dengan aplikasi Instagram, seperti cara menginstal aplikasi, penjelasan mengenai beberapa fitur dan kegunaannya, hingga kiat-kiat dalam melakukan promosi menggunakan aplikasi Instagram. Pelatihan ini bertujuan membantu masyarakat mengelola akun media sosial mereka dengan lebih efektif dan efisien. Materi pelatihan meliputi cara meng-upload feed Instagram, meng-upload story, mengatur caption yang menarik, serta menambahkan keterangan lokasi pada postingan, dan lain sebagainya. Pengetahuan dan keterampilan ini diharapkan dapat memampukan masyarakat memanfaatkan Instagram sebagai alat komunikasi dan promosi yang lebih baik. Penggunaan *smartphone* dan sosial media di era digital dapat dimanfaatkan menjadi sarana promosi bisnis. Hal ini dapat diaplikasikan oleh calon wirausaha baik dari generasi muda bahkan hingga orang tua serta ibu rumah tangga. Promosi bisnis saat ini sangat mudah dilakukan dari rumah, salah satu kemudahan yang dapat ditemukan yaitu penggunaan teknologi informasi seperti pemasaran digital (Andriana *et al.*, 2022). Pada pelatihan ini warga juga sembari melakukan simulasi penggunaan Instagram dengan menggunakan *smartphone* masing-masing.



Gambar 5. Pelatihan Media Sosial

Canva merupakan salah satu aplikasi *online* yang dapat digunakan untuk membuat desain grafis untuk berbagai macam kebutuhan seperti logo, konten media sosial, poster dan lain-lain. Canva dapat diakses di berbagai platform seperti web maupun *mobile*. Canva merupakan aplikasi yang sudah banyak digunakan dan memiliki banyak fitur khususnya untuk meningkatkan layanan informasi promosi melalui media *online* (Irfan *et al.*, 2022). Pada pelatihan canva ini warga dikenalkan dengan apa itu aplikasi canva, fitur-fitur yang ditawarkan dan simulasi langsung pada *smartphone* masing-masing. Warga mendapatkan penjelasan mengenai bagaimana memilih template dan macam desain karya baru. Warga juga belajar membuat feed Instagram melalui canva dengan ukuran template 1080 x 1080 px.

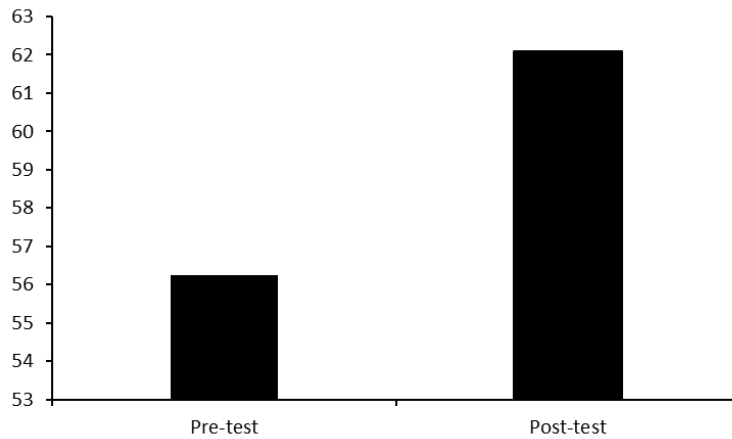
Peserta pelatihan mempelajari betapa pentingnya foto atau gambar terkait contoh produk yang ingin dipromosikan ke dalam karya desain tersebut agar pelanggan dapat dengan mudah membayangkan produk yang ingin dibeli. Penting juga menuliskan *contact person* untuk memudahkan pembeli jika ingin bertanya kepada penjual terkait produk yang dijual. Pada produk makanan penulisan komposisi bahan juga merupakan hal penting lain yang perlu dijabarkan dalam promosi produk. Peserta juga mempelajari cara mendesain agar menarik perhatian para pembeli dan mengenai tata letak elemen apa saja yang bisa dijadikan referensi untuk para peserta, serta bagaimana mengganti jenis style font dan efek font yang menarik dan sesuai. Pelatihan-pelatihan ini dirancang untuk membantu. Pelatihan ini dirancang untuk membantu masyarakat membuat desain digital yang menarik untuk pemasaran produk. Masyarakat diajari cara menggunakan berbagai fitur di Canva untuk menghasilkan desain yang kreatif dan profesional. Dengan keterampilan ini, diharapkan masyarakat dapat lebih efektif dalam mempromosikan produk mereka, sehingga meningkatkan daya tarik dan nilai jual produk di pasar. Pelatihan ini juga mendorong masyarakat untuk lebih kreatif dalam merancang strategi pemasaran digital yang inovatif.

Untuk mengetahui pemahaman warga baik sebelum dan sesudah pelaksanaan pelatihan maka warga diberikan beberapa pertanyaan *pretest* dan *post-test*, dimana soal *pretest* terdiri dari empat tema pertanyaan, yaitu:

1. Basis platform media
2. Macam fitur-fitur Instagram dan kegunaannya
3. Kegunaan aplikasi canva
4. Macam fitur-fitur canva dan kegunaannya

Soal *pre-test* ini disajikan dalam bentuk pilihan ganda. Soal *post-test* memiliki soal yang sama dengan soal *pre-test* namun terdapat dua pertanyaan tambahan, yaitu testimoni mengenai apakah pelatihan ini membantu meningkatkan pemahaman dalam menggunakan media sosial dan pelatihan *design* dan pendapat tentang materi yang disampaikan oleh pemateri. Hasil evaluasi kegiatan pelatihan *pre-test* dan *post-test* dapat dilihat pada Gambar 6 dibawah ini:





Gambar 6. Rata – rata hasil penilaian pre-test dan post-test

Berdasarkan analisa pada Gambar 6 dapat disimpulkan bahwa dari kegiatan pelatihan ini memberikan dampak yang cukup signifikan dalam meningkatkan pemahaman warga terkait penggunaan sosial media instagram dan pelatihan desain canva. Hal ini terlihat dari pretest sebelum diberikan pelatihan penggunaan sosial media instagram dan pelatihan desain canva berada pada nilai 56,25. Setelah diberikan pelatihan, terjadi peningkatan rata rata nilai menjadi 62.08. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi peningkatan pemahaman mengenai pemanfaatan media sosial yang produktif sebesar 25%. Hasil ini didapatkan dari total 23 responden. Hasil kuesioner mengenai testimoni dan kepuasan peserta atas kegiatan pelatihan media sosial dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil kuisisioner kepuasan kegiatan pelatihan penggunaan media sosial

Indikator pencapaian	Pertanyaan kuesioner	
	Apakah pelatihan ini membantu meningkatkan pemahaman tentang penggunaan media sosial dan design (dengan Canva)?	Apakah materi penggunaan media sosial dan pelatihan design (dengan Canva) yang disampaikan pemateri bermanfaat?
Sangat Membantu/ Bermanfaat	15	14
Membantu/ Bermanfaat	8	6
Cukup Membantu/ Bermanfaat	0	3
Tidak Membantu/ Bermanfaat	0	0

Berdasarkan hasil evaluasi kuesioner sebanyak 15 (65%) orang menyatakan bahwa pelatihan yang diberikan “*sangat membantu*” dan 8 (35%) orang menyatakan pelatihan yang diberikan “*membantu*” dalam meningkatkan pemahaman anda tentang penggunaan media sosial dan design. Selain itu sebanyak 14 (60.9%) orang diberikan menyatakan bahwa materi pelatihan yang diberikan “*sangat bermanfaat*”, sebanyak 6 (26.1%) orang menyatakan pelatihan “*bermanfaat*” dan sebanyak 3 (13%) orang menyatakan pelatihan yang diberikan “*cukup bermanfaat*” dalam memberikan pemahaman baru mengenai penggunaan media sosial. Dengan kata lain 100% peserta memberikan umpan balik positif.

Berdasarkan data yang ada maka kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menunjukkan bahwa pelatihan melampaui target tujuan yang ingin dicapai. Dari kegiatan pelatihan ini diharapkan terdapat warga yang memanfaatkan ilmu ini untuk dipraktikkan secara langsung sehingga promosi produk FABA dapat dilakukan secara kreatif dan berbasis teknologi, daripada hanya menggunakan sistem mulut ke mulut. Secara garis besar, indikator keberhasilan program pengabdian kepada



masyarakat ini telah tercapai yaitu semua kegiatan terlaksana sesuai rencana; pojok literasi yang berisi bermacam-macam bahan bacaan telah didirikan dan di-launching serta dimanfaatkan oleh warga; dan umpan balik (*feedback*) positif peserta minimal 80%, tercapai 100%.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam program ini terdapat dua kegiatan utama, yaitu desain dan pengembangan pojok literasi di pos kamling RT 62 dan pelatihan media sosial dan desain. Pembuatan pojok literasi dilakukan dengan merenovasi dan mendekorasi pos kamling, serta pengadaan buku-buku yang dapat meningkatkan kemampuan literasi bagi anak-anak. Kegiatan pelatihan media sosial dibagi menjadi dua, yaitu penggunaan Instagram dan pelatihan desain dengan menggunakan canva. Kegiatan pelatihan ini menghasilkan respon positif dari warga dan mampu meningkatkan pemahaman warga akan pentingnya penggunaan media sosial sebagai bekal melakukan branding kegiatan wirausaha warga setempat. Berdasarkan monitoring dan evaluasi tim pelaksana bersama mitra program disimpulkan bahwa program pengabdian kepada masyarakat di Kampoeng FABA RT 62, Kelurahan Graha Indah ini telah terlaksana dengan baik dan indikator keberhasilan program telah terapai. Indikator keberhasilan program pengabdian kepada masyarakat ini telah tercapai semua yaitu seluruh kegiatan terlaksana sesuai rencana; pojok literasi yang berisi bermacam-macam bahan bacaan telah didirikan dan di-launching serta dimanfaatkan oleh warga; dan umpan balik (*feedback*) positif peserta minimal 80%, tercapai 100%.

## DAFTAR PUSTAKA

- Andriana, A. N., Hijrah, L., Putri, D. A., Putri, W. U., Fauziah, S., & Darus, C. O. (2022). Pelatihan Strategi Social Media Marketing Menggunakan Instagram Dalam Meningkatkan Penjualan Online. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 6(2), 1477-1485. <https://doi.org/10.31764/jmm.v6i2.7336>
- Agustinah, F., & Widayati. (2019). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Promosi Makanan Ringan Kripik Singkong di Kabupaten Sampang. *Jurnal Dialektika*, 4(2), 1-20. <https://doi.org/10.36636/dialektika.v4i2.345>
- Cahyadi, D. (2023). Konsep Dasar Desain Iklan Eksperimental: Berhasil atau Tidak Sebuah Iklan. *Desain Komunikasi Visual*, 10(3), 265–282. <https://doi.org/10.26858/tanra.v10i3.45817>
- Handayani, N. P. L., & Joko Adinegara, GN. (2022). Peran Sosial Media dalam Meningkatkan Digital Branding Perusahaan Jasa. *Prosiding SINTESA*, 5(2810–0840), 409–412.
- Hidayatulloh, P., Solihatul, A., Setyo, E., Fanantya, R. H., Arum, S. M., Istiqomah, R. T. U. N., & Purwanti, S. N. (2019). Peningkatan Budaya Literasi melalui Kegiatan Pojok Baca di SD Muhammadiyah Plus Malangjiwan Colomadu. *Buletin Literasi Budaya Sekolah*, 1(1), 6-11.
- Indriani, A. P., Hermadianti, A., Oktobriani, B. T., & Lestari, D. A. P. (2022). Pembentukan Pojok Baca Sebagai Upaya Pengaplikasian Kegiatan Gerakan Literasi Sekolah di SDN 6 Nagri Kaler. *Jurnal Abmas*, 22(1), 37-43. <https://doi.org/10.17509/abmas.v22i1.47589>
- Irfan, P., Negara, H. R. P., Fatimatuzzahra., Alhidayat, M., & Watoni, K. (2022). Pemanfaatan Aplikasi Canva sebagai Sarana Media Promosi Makanan Khas Lombok. *Jurnal Mengabdikan dari Hati*, 1(1), 31 – 38. <https://journal.mudaberkarya.id/index.php/JMH/article/view/4>
- Nuraisyah, S., Risandi, A., & Sri, U. I. I. (2023). Peningkatan Literasi Membaca Anak Melalui Pojok Baca. *Educivilia: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 4(1), 81–88. <https://doi.org/10.30997/ejpm.v4i1.6593>
- Prananda, M., Virlian., Ramadhan, A., Iqba.l, Lindiatika., Anjani, T. P., & Kurniawan, A. (2023). Pojok Literasi Sebagai Upaya Meningkatkan Minat Baca Di Pulau Panjang, Lepar Pongok, Kabupaten Bangka Selatan. *TEKNOVOKASI : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(3), 273–279. <https://doi.org/10.59562/teknovokasi.v1i3.607>
- Prayogo, A., & Syahputra, H. (2022). Peran Taman Bacaan Masyarakat dalam Meningkatkan Budaya Literasi. *Jurnal Imam Bonjol: Kajian Ilmu Informasi Dan Perpustakaan*, 6(2), 107–119. <https://doi.org/10.15548/jib.v6i2.235>
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Promosi (Studi

- Deskriptif pada Happy Go Lucky House). *Jurnal Common*, 3(1), 71–80. <https://doi.org/10.34010/COMMON.V3I1.1950>
- Santoso, S. (2015). Perencanaan dan Pembuatan Sistem Label Buku Perpustakaan Berbasis Radio Frequency Identification (RFID). *Jurnal Ilmiah Media Processor*, 10(1), 348–355. <https://ejournal.unama.ac.id/index.php/processor/article/view/293>
- Saputra, A. A., Gunawan, A., Rini, I. D., Arobi, A. I., & Crisviandi, B. (2023). Kampoeng faba: Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pemanfaatan limbah faba menjadi paving block. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat ITK (PIKAT)*, 4(2), 88–93. <https://doi.org/10.35718/pikat.v4i2.888>
- Suwarsih, N., Gunawan, T., & Istiharini, I. (2021). Pengaruh media sosial terhadap citra merek dan niat beli. *Journal of Economic, Business and Accounting (COSTING)*, 4(2), 712–730. <https://doi.org/10.31539/costing.v4i2.2043>
- Syawaliani, W., & Utomo, S. (2024). Pemanfaatan Fly Ash Dan Bottom Ash (FABA) sebagai Solusi Inovasi Pengolahan Limbah dalam Mendukung Keberlangsungan UMKM dalam Bidang Pembuatan Batako, Paving Blok dan Pengecoran. *Jurnal Bisnis dan Pembangunan*, 13(1), 97–108. <https://journalmab.ulm.ac.id/index.php/jbp/article/view/16>