

Penggunaan Media Sosial Tiktok dalam Mendukung Komunikasi di Kantor Kelurahan Kedaung Kecamatan Sawangan Kota Depok

¹Dyas Mulyani Benazir, ² Nurhayati, ³ Zaki Zainal Arifin, ⁴Muhammad Nur Awaludin

^{1,2,3}Dosen Prodi Administrasi Perkantoran D-3 Universitas Pamulang

⁴Mahasiswa Prodi Administrasi Perkantoran D-3 Universitas Pamulang

E-mail: dosen02480@unpam.ac.id; dosen01850@unpam.ac.id; dosen01384@unpam.ac.id

Abstrak

Mitra dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini staf di Kantor Kelurahan Kedaung. Lokasi mitra di Jl. Ketapang No.5, RT.1/RW.2, Kelurahan Kedaung Kec. Sawangan, Depok, Jawa Barat. Tujuan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini adalah memberikan pengetahuan dan pemahaman kepada staf kelurahan tentang bagaimana menggunakan media sosial dalam mendukung komunikasi di Kantor Kelurahan. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah ceramah dan studi kasus. Permasalahan utama yang dihadapi oleh mitra adalah: [1] Penggunaan media sosial dalam mendukung komunikasi masih menghadapi kendala seperti jaringan yang tidak stabil; [2] Platform yang masih sering terjadi gangguan dalam penggunaannya. Pelaksanaan kegiatan PKM berjalan lancar, selama 3 (tiga) hari waktu yang dialokasikan dapat terlaksana dengan baik. Peserta terlihat antusias dan bersemangat, hal ini dapat dilihat dari adanya interaksi dua arah, ada tanya jawab, diskusi dan berbagi pengalaman dan menjadi wadah penyampain masalah yang mereka hadapi dalam penggunaan media sosial. Tim pengabdian memberikan saran-saran sebagai berikut: [1] Bagi Kantor Kelurahan, agar lebih meningkatkan lagi komunikasi dengan publik dan membuat terobosan baru lagi untuk mencapai tujuan organisasi.; [2] Bagi Tim Pengabdian, untuk pelaksanaan pengabdian selanjutnya perlu persiapan yang lebih matang seperti koordinasi tim dan kesiapan media pembelajaran untuk memberikan pelatihan terhadap khalayak sasaran, agar penyampaian kepada audiens diterima secara maksimal.

Kata kunci: Media sosial, komunikasi, Tiktok

Abstract

The partners in this community service activity are staff at the Kedaung Village Office. The partner's location is at Jl. Ketapang No. 5, RT. 1 / RW. 2, Kedaung Village, Sawangan District, Depok, West Java. The purpose of this Community Service activity is to provide knowledge and understanding to village staff about how to use social media to support communication in the Village Office. The methods used in this activity are lectures and case studies. The main problems faced by the partners are: [1] The use of social media to support communication still faces obstacles such as unstable networks; [2] Platforms that still often experience disruptions in their use. The implementation of the PKM activity went smoothly, for 3 (three) days the allocated time could be carried out well. Participants looked enthusiastic and excited, this can be seen from the two-way interaction, there were questions and answers, discussions and sharing of experiences and became a forum for conveying problems they face in using social media. The service team provided the following suggestions: [1] For the Village Office, to further improve communication with the public and make new breakthroughs to achieve organizational goals.; [2] For the Community Service Team, further implementation of the service requires more thorough preparation, such as team coordination and the readiness of learning media to provide training to the target audience, so that the delivery is maximally received.

Keywords: Social media, communication, Tiktok

PENDAHULUAN

Pada era digitalisasi saat ini, dengan adanya kemajuan teknologi dalam bidang komunikasi dan informasi menyebabkan adanya peningkatan dalam penggunaan media sosial. Kemudahan dalam mengakses setiap informasi hanya melalui teknologi *smartphone* membuat organisasi menggunakan media sosial sebagai wadah untuk mendukung setiap kegiatannya.

Meningkatnya perkembangan teknologi informasi khususnya media sosial membuat organisasi dapat lebih mudah dalam berinteraksi dengan publik. Hal inilah yang menjadi salah satu strategi komunikasi yang dilakukan agar dapat menjangkau khalayak luas.

Suatu organisasi apapun bentuk dan bidang kegiatannya akan selalu melibatkan komunikasi dalam upaya pertukaran dan penyebaran informasi sebagai langkah untuk mencapai tujuan utama organisasi. Hal ini sesuai dengan pengertian bahwa organisasi adalah sekumpulan orang yang bekerja sama dan mutlak dibutuhkan komunikasi antar individu yang terlibat dalam proses kerja sama tersebut (Soemirat dan Ardianto, 1994: 213).

Menurut Kotler & Keller (Fauzi, 2016) media sosial adalah sarana untuk berbagi informasi berupa teks, gambar, audio, dan video antara satu dengan yang lain. Salah satu media sosial yang menjadi fokus utama bagi para pelaku bisnis yaitu Instagram. Pengguna media sosial Instagram berasal dari kalangan anak muda, remaja, dewasa bahkan orang tua. Kemudahan dalam mengakses sosial media ini menyebabkan banyak orang yang menggunakan Instagram untuk kreativitas dalam berekspresi dan berkomunikasi.

Setiap orang dalam organisasi harus bekerja sama untuk mencapai tujuan organisasi. Kerja sama dalam organisasi biasanya digunakan dalam hal menyusun rencana kerja, pembagian tugas agar semuanya berjalan secara efektif dan efisien. Jadi bagaimana mungkin bisa melakukan kerja sama tanpa adanya komunikasi.

Dalam suatu organisasi, komunikasi dilaksanakan untuk menggerakkan aktivitasnya. Komunikasi merupakan unsur pokok dalam suatu organisasi karena didalamnya terdapat interaksi sosial yang dilandasi oleh adanya pertukaran makna untuk mengintegrasikan tindakan-tindakan individu. Kemudian, bentuk komunikasi yang saat ini ramai digunakan Masyarakat maupun organisasi yaitu dengan menggunakan media sosial.

Media sosial memungkinkan komunikasi berlangsung secara *real-time* dan dua arah. Seseorang dapat menyampaikan pesan, menerima respons, bahkan berdiskusi dalam kelompok besar hanya dalam hitungan detik. Fitur-fitur seperti pesan instan, video call, komentar, dan siaran langsung memberikan ruang interaksi yang luas dan beragam.

Komunikasi pun menjadi lebih terbuka, cepat, dan dinamis.

Selain itu, media sosial memperkuat hubungan sosial antarindividu. Komunikasi dengan keluarga, teman, atau rekan yang berada di tempat jauh kini menjadi lebih mudah. Tidak hanya menjaga silaturahmi, media sosial juga memungkinkan terbentuknya komunitas berdasarkan minat dan nilai yang sama, yang memperluas jejaring sosial dan memperkaya wawasan.

Dalam beberapa tahun terakhir, penggunaan media sosial telah mengalami peningkatan yang sangat signifikan, baik secara global maupun di Indonesia. Platform seperti Instagram, TikTok, X (dahulu Twitter), dan Facebook telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari masyarakat, terutama di kalangan generasi muda.

Saat ini, media sosial tidak hanya digunakan sebagai sarana komunikasi, tetapi juga telah berkembang menjadi medium untuk membangun citra diri, memperoleh informasi, menjalankan bisnis, hingga menyuarakan opini publik. Berdasarkan data terbaru dari We Are Social (2025), lebih dari 75% penduduk Indonesia aktif menggunakan media sosial dengan rata-rata waktu penggunaan harian mencapai 3–4 jam.

Namun, tingginya intensitas penggunaan media sosial juga menimbulkan berbagai persoalan. Di antaranya adalah penyebaran hoaks dan disinformasi, peningkatan kasus perundungan daring (*cyberbullying*), serta dampak negatif terhadap kesehatan mental, seperti kecemasan sosial dan ketergantungan digital. Selain itu, media sosial juga dapat menciptakan *echo chamber*, di mana pengguna hanya terpapar pada pandangan yang sejalan dengan opini pribadi mereka, sehingga mempersempit wawasan dan mengurangi toleransi terhadap perbedaan.

Di sisi lain, media sosial juga membawa banyak manfaat. Dalam konteks pendidikan dan bisnis, misalnya, media sosial memungkinkan terjadinya interaksi lintas wilayah secara cepat dan murah. Banyak organisasi memanfaatkan platform ini untuk me secara lebih luas, sementara para pelajar dan tenaga pendidik menggunakan media sosial untuk mengakses materi dan membangun jaringan profesional.

Melihat situasi ini, penting bagi semua pihak - baik individu, institusi pendidikan, pemerintah, maupun swasta - untuk memahami cara memanfaatkan media sosial secara bijak. Literasi digital menjadi kunci utama dalam menghadapi tantangan era informasi ini. Diperlukan upaya sistematis untuk meningkatkan kemampuan masyarakat dalam memilah informasi, menjaga etika komunikasi digital, serta menciptakan ruang daring yang sehat, produktif, dan inklusif.

Sebagai sebuah organisasi kelurahan kedaung juga menggunakan media sosial untuk membangun komunikasi dengan Masyarakat. Segala kegiatan yang dilakukan di kelurahan

dapat Masyarakat lihat melalui sosial media Tiktok.



Gambar 1. Kantor Kelurahan Kedaung, Sawangan, Depok

(Sumber: <https://www.lh5.googleusercontent.com>)

Berdasarkan pada analisis situasi pada survei pendahuluan yang dilakukan oleh tim pengabdian dengan mitra, ditemukan permasalahan mitra berkaitan dengan judul pengabdian ini, yaitu: [1] Penggunaan media sosial dalam mendukung komunikasi masih menghadapi kendala seperti jaringan yang tidak stabil; [2] *Platform* yang masih sering terjadi gangguan dalam penggunaannya.

Tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PKM) ini memberikan pengetahuan kepada staf di Kantor Kelurahan Kedaung tentang bagaimana penggunaan media sosial dalam mendukung komunikasi. Hasil dari pelatihan ini diharapkan dapat meningkatkan komunikasi kepada masyarakat melalui media sosial sehingga meningkatkan pelayanan staf di Kantor Kelurahan Kedaung.

METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah ceramah dan studi kasus. Metode pertama adalah ceramah. Ceramah adalah metodologi pembelajaran yang penyampaian informasi kepada staf kelurahan dilakukan dengan cara lisan. Kemudian metode selanjutnya adalah studi kasus. Studi kasus merupakan deskripsi mengenai suatu pengalaman dalam kehidupan nyata, berkaitan dengan bidang yang sedang dikaji atau dilatihkan, yang digunakan untuk menetapkan poin-poin penting.

Sosial media menurut Dailey adalah konten *online* yang dibuat menggunakan teknologi penerbitan yang sangat mudah diakses dan terukur. Paling penting dari teknologi ini adalah terjadinya pergeseran cara mengetahui orang, membaca dan berbagi berita, serta mencari informasi dan konten. Ada ratusan saluran social media yang beroperasi di seluruh dunia saat ini, dengan tiga besar facebook, LinkedIn, dan twitter. (Badri, 132)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan di Kantor Kelurahan Kedaung, yang berlokasi di Jl. Ketapang No.5, RT.1/RW.2, Kelurahan Kedaung Kec. Sawangan, Depok, Jawa Barat 16516. Khalayak sasaran adalah staf Kantor Kelurahan Kedaung, sebanyak 15 orang.

Sebelum pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat, Tim pengabdi menyiapkan semua persyaratan yang harus dipenuhi antara lain: [1] Pengajuan permohonan pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat ke khalayak sasaran' [2] Pengajuan permohonan kontrak kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Pamulang; [3] Pengajuan permohonan Surat Tugas PKM dosen kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas Pamulang; [4] Pengajuan permohonan Surat Tugas PKM mahasiswa kepada Ketua Program Studi; [5] Pengajuan Proposal Kegiatan; [6] Pembuatan materi PKM; [7] Pembuatan Banner dan Plakat; [8] Persiapan perlengkapan lain seperti laptop, *projector*, dan alat penunjang lainnya.



Gambar 2. Pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat di Kantor Kelurahan Kedaung

Tahap Pelaksanaan pengabdian dilaksanakan selama 3 (tiga) hari yaitu tanggal 9-11 Oktober 2025 dimulai Pkl. 09.00 sampai dengan 15.00 WIB. [1] Hari pertama (Kamis, 9 Oktober 2025), edukasi dengan materi Media Sosial dan Komunikasi. Edukasi terkait media sosial bertujuan untuk menjelaskan lebih rinci tentang media sosial yang saat ini sedang banyak digunakan untuk media komunikasi tidak terbatas.; [2] Hari kedua (Jum'at, 10 Oktober 2025), studi kasus terkait penggunaan media sosial saat ini yang bisa sangat membantu pekerjaan. Studi kasus secara sederhana diartikan sebagai proses penyelidikan atau pemeriksaan secara mendalam, terperinci, dan detail pada suatu peristiwa tertentu atau khusus yang terjadi; [3] Hari ketiga (Sabtu, 11 Oktober 2025), penutupan. Pada kegiatan hari ketiga ini lebih banyak digunakan untuk diskusi terkait materi yang sudah disampaikan,

share pengalaman baik dari tim pengabdi, kepala kelurahan, maupun dari staf kelurahan. Kemudian dilanjutkan dengan pemberian plakat, foto bersama dan ramah tamah.

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) mempunyai sasaran memberikan pemahaman tentang: [1] Edukasi penggunaan media sosial dalam meningkatkan komunikasi. ; [2] Penyampaian studi kasus komunikasi melalui media sosial.

Outcome yang ingin dicapai dengan penyuluhan ini antara lain: [1] Staf Kelurahan memiliki kepercayaan diri, mampu memahami, menjelaskan materi dan mempraktikkan pembelajaran dengan baik, kemampuan komunikasi dan presentasi, mempunyai ide/gagasan serta mau menerima pendapat yang berbeda; [2] Dengan kemampuan penggunaan media sosial dalam komunikasi, staf kelurahan bisa lebih meningkatkan komunikasi kepada masyarakat agar bisa memberi pelayanan lebih baik kepada masyarakat.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian ini mendapatkan sambutan yang baik dari khalayak sasaran, karena dengan terselenggaranya kegiatan pengabdian, disamping terjalinnya silaturahmi dan kerja sama, juga adanya berbagi ilmu, wawasan dan pengalaman dari kalangan akademisi ke Kantor Kelurahan Kedaung.

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) dengan skema Program Kemitraan Masyarakat menggunakan metoda pendekatan Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah ceramah dan studi kasus. Metode pertama adalah ceramah.

Pelaksanaan kegiatan PKM berjalan lancar, selama 3 (tiga) hari waktu yang dialokasikan dapat terlaksana dengan baik. Peserta terlihat antusias dan bersemangat, hal ini dapat dilihat dari terjadinya interaksi dua arah, terjadi tanya jawab, diskusi dan berbagi pengalaman dan menjadi wadah penyampain masalah yang mereka hadapi dalam kegiatan belajar di sekolah.

Berdasarkan kesimpulan yang dijelaskan terkait pelaksanaan kegiatan pengabdian di atas, tim memberikan saran-saran sebagai berikut: [1] Bagi Sekolah, setelah mendapatkan penyuluhan, pelatihan, dan motivasi, sebaiknya kepala kelurahan melakukan evaluasi terhadap staf kelurahan apakah terjadi peningkatan dalam cara komunikasi ke masyarakat dalam pemberian pelayanan di Kantor Kelurahan Kedaung; [2] Bagi Tim Pengabdi, untuk pelaksanaan pengabdian selanjutnya perlu persiapan yang lebih baik seperti koordinasi tim dan kesiapan serta kelengkapan media pembelajaran untuk memberikan pelatihan terhadap khalayak sasaran, agar penyampaian materi dan pelaksanaan praktik/simulasi lebih efektif.

DAFTAR PUSTAKA

- Badri, M. (2011). *Komunikasi pemasaran UMKM di era media sosial*. Pusat Studi Corporate and Marketing Communication.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Soemirat, Soleh, dan Elvinaro Ardianto. (1994). *Komunikasi organisasi*. PT Remaja Rosdakarya.