



Assistance with Visualization Publication on Jasdram II/Sriwijaya Instagram

Ahmad Fauzi Pratama^{1*}, Dwi Maharani², Dr Desy Misnawati, S.Sos M.I.Kom³,
Siti Rahayu Pratami Lexaningrum⁴

Ilmu Komunikasi, Universitas Bina Darma

Corresponding Author: Ahmad Fauzi Pratama ahmadozypratama@gmail.com

ARTICLE INFO

Keywords: Publication, Visual Communication, Instagram

Received : 15 October

Revised : 17 November

Accepted: 28 December

©2023 Pratama, Maharani, Misnawati, Hafizni: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRACT

Visual communication design is one application for creating a good image for Jasdram II Sriwijaya, the concept of communication and expression of creative power, which is applied in various visual communication media by processing graphic design elements consisting of images (illustrations), letters, colors, composition and layout. All of this is done to convey messages visually, audio and audio-visually to the intended targets. Instagram media is an alternative media for publishing information on activities at Jasdram II Sriwijaya. The aim of community service activities is to provide assistance. The community service method is through mentoring through 1) preparation, 2) implementation and 3) evaluation. The result of community service activities is that there is an increase in visits to Jasdram II/Sriwijaya due to seeing Jasdram II/Sriwijaya Instagram posts and Instagram story followers, likers and viewers also increase. After carrying out this community service activity, the community service team had a positive impact in introducing the Jasdram II/Sriwijaya environment to the community.

Pendampingan Publikasi Visualisasi pada Instagram Jasdram II/ Sriwijaya

Ahmad Fauzi Pratama^{1*}, Dwi Maharani², Dr Desy Misnawati, S.Sos M.I.Kom³, Siti Rahayu Pratami Lexaningrum⁴

Ilmu Komunikasi, Universitas Bina Darma

Corresponding Author: Ahmad Fauzi Pratama ahmadozypratama@gmail.com

ARTICLE INFO

Kata Kunci: Publikasi, Komunikasi Visual, Instagram.

Received : 15 October

Revised : 17 November

Accepted: 28 December

©2023 Pratama, Maharani, Misnawati, Hafizni: This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRAK

Desain komunikasi visual merupakan salah satu penerapan untuk menciptakan citra baik untuk jasdram II Sriwijaya konsep komunikasi dan ungkapan daya kreatif, yang diaplikasikan dalam berbagai media komunikasi visual dengan mengolah elemen desain grafis terdiri dari gambar (ilustrasi), huruf, warna, komposisi dan layout. Semuanya itu dilakukan guna menyampaikan pesan secara visual, audio, dan audio visual kepada target sasaran yang dituju. Media Instagram merupakan alternatif media publikasi informasi kegiatan di Jasdram II Sriwijaya. Tujuan kegiatan pengabdian masyarakat memberikan pendampingan. Metode pengabdian masyarakat melalui pendampingan melalui 1) persiapan, 2) pelaksanaan dan 3) evaluasi. Hasil kegiatan pengabdian masyarakat yaitu adanya peningkatan kunjungan yang datang ke Jasdram II/Sriwijaya meningkat karena melihat postingan Instagram Jasdram II/ Sriwijaya serta *followers, likers, maupun viewers instastory* juga ikut meningkat. Setelah dilaksanakannya kegiatan pengabdian Masyarakat ini tim pengabdian masyarakat memberi dampak positif dalam melakukan pengenalan lingkungan Jasdram II/ Sriwijaya kepada masyarakat.

PENDAHULUAN

Perubahan dan kemajuan dunia begitu cepat terasa, begitu juga dengan kemajuan teknologi dan pertumbuhan ekonomi begitu ketat kita rasakan. Kemajuan teknologi pun turut serta dalam mendukung persaingan dalam dunia usaha. Sehingga setiap perusahaan memiliki caranya sendiri untuk memajukan usahanya. Disinilah teknologi ikut andil dalam dunia usaha. Yaitu dalam pengenalan produk terhadap konsumen dengan melalui periklanan. Periklanan dapat dilakukan dalam beberapa media, baik media elektronik, media cetak maupun media luar ruang.

Pemilihan media pun berdasarkan kebutuhan dan fungsi dalam promosi sebuah produk atau jasa itu sendiri. Tiap-tiap media memiliki keunggulannya masing-masing. Keunggulan tersebut misalnya dari sudut visual maupun audio. Disinilah seorang kreatif atau biasa disebut sebagai desainer grafis berperan serta dalam menampilkan desain yang menarik dan sesuai dengan media yang dipilih oleh suatu perusahaan dalam mempromosikan produk atau jasanya. Dalam hal ini penulis akan menyampaikan bahwa sebuah desain dalam prosesnya tidaklah asal-asalan.

Karena didalam pembuatan sebuah desain iklan, seorang desainer dituntut untuk selalu bekerja efektif kreatif serta iklan yang dibuat haruslah, mudah dimengerti dan memiliki nilai estetika. Tuntutan itu sudah menjadi hal yang wajar bagi seorang desainer. Konsep yang matang juga diperlukan guna meyakinkan pemasang iklan atau klien, karena jika mereka yakin bahwa iklan yang akan dibuat, bermutu dan bisa diterima oleh audience. Mereka akan menyerahkan job itu kepada kita. Oleh sebab itu, seorang desainer tertantang untuk selalu membuat dan menciptakan konsep dan ide-ide yang fresh (segar) dan baru namun terarah tujuannya.

Disinilah penulis ingin menerapkan ilmu yang diterima selama dibangku perkuliahan dan belajar hal baru, yang tidak penulis dapatkan selama kuliah. Dari sini penulis ingin mengenal lebih dekat proses produksi media promosi dan belajar membuat desain yang tepat dalam penerapannya. Dari awal hingga akhir (finishing). Dengan begitu, penulis akan lebih banyak belajar akan berbagai hal mengenai desain grafis dalam pembuatan media promosi (iklan).

Menurut Sumbo Tinarbuko desain komunikasi visual dapat dipahami sebagai salah satu upaya pemecahan masalah (komunikasi, komunikasi visual) untuk menghasilkan suatu desain yang paling baru di antara desain yang baru (Tinarbuko, 1998:66).

Istilah desain komunikasi visual, dalam bahasa gaul anak muda disebut dekave, digunakan untuk memperbaharui atau memperluas jangkauan cakupan ilmu dan wilayah kerja kreatif desain grafis. Di dalam ranah desain komunikasi visual ini dipelajari semua bentuk komunikasi yang bersifat visual seperti desain grafis, desain iklan, desain multimedia interaktif.

Menurut Widagdo (1993:31) desain komunikasi visual dalam pengertian modern adalah desain yang dihasilkan dari rasionalitas. Dilandasi pengetahuan, bersifat rasional, dan pragmatis. Jagat desain komunikasi visual senantiasa dinamis, penuh gerak, dan perubahan. Hal itu karena peradaban

dan ilmu pengetahuan modern memungkinkan lahirnya industrialisasi. Sebagai produk kebudayaan yang terkait dengan sistem sosial dan ekonomi, desain komunikasi visual juga berhadapan pada konsekuensi sebagai produk massal dan konsumsi massa.

T. Sutanto (2005:15-16) menyatakan, desain komunikasi visual senantiasa berhubungan dengan penampilan rupa yang dapat diceraap orang banyak dengan pikiran maupun perasaannya; rupa yang mengandung pengertian atau makna, karakter serta suasana, yang mampu dipahami (diraba dan dirasakan) oleh khalayak umum atau terbatas.

Menurut pandangan Sanyoto (2006:8) desain komunikasi visual memiliki pengertian secara menyeluruh, yaitu rancangan sarana komunikasi yang bersifat kasat mata.

Komunikasi visual, yang dalam bentuk kehadirannya seringkali perlu ditunjang dengan suara, menurut A.D. Pirous (1989), pada hakikatnya adalah suatu bahasa. Tugas utamanya adalah membawakan pesan dari seseorang, lembaga, atau kelompok masyarakat tertentu kepada orang lain. Sebagai bahasa, maka efektivitas penyampaian pesan tersebut menjadi pemikiran utama seorang desainer komunikasi visual. Untuk itu, seorang desainer haruslah, pertama-tama, memahami betul seluk beluk bentuk pesan yang ingin disampaikan. Dengan memahami bentuk pesan yang ingin disampaikan, maka seorang desainer akan dengan mudah "mengendalikan" target sasaran untuk masuk ke dalam jejaring komunikasi visual yang ditawarkan oleh sang komunikator (desainer komunikasi visual). Sebab sejatinya, karya desain komunikasi visual mengandung dua bentuk pesan sekaligus, yaitu pesan verbal dan pesan visual. Tetapi dalam konteks desain komunikasi visual, bahasa visual mempunyai kesempatan untuk merobek konsentrasi target sasaran, karena pesannya lebih cepat dan sangat mudah dipahami oleh parapihak.

Di antara berbagai banyak platform media sosial, dikatakan bahwa aplikasi media sosial Instagram menjadi media sosial utama dalam penyebaran informasi tentang tempat olahraga bagi Jasdram II/ Sriwijaya diantara media-media sosial lainnya yang digunakan oleh Jasdram II/ Sriwijaya, Dan alasan digunakannya instagram sebagai media sosial utama karena aplikasi instagram saat ini sedang naik-naiknya dan juga tingkat engagement dari penggunaan instagram yang tinggi dibandingkan dengan pengikut media sosial pusri di aplikasi lainnya dilihat dari jumlah likes, comment dan share. Selain itu alasan lainnya yakni tampilan aplikasi instagram yang mudah dipahami dan digunakan, kita bisa mengatur dan meng-kreasikan tampilan beranda profil instagram sedemikian rupa sesuai keinginan kita, apalagi jika tampilan beranda / feed instagram kita tertata secara rapih. Orang-orang akan tertarik jika melihat tampilan beranda / feed yang rapih, terkonsep dan warna yang selaras".

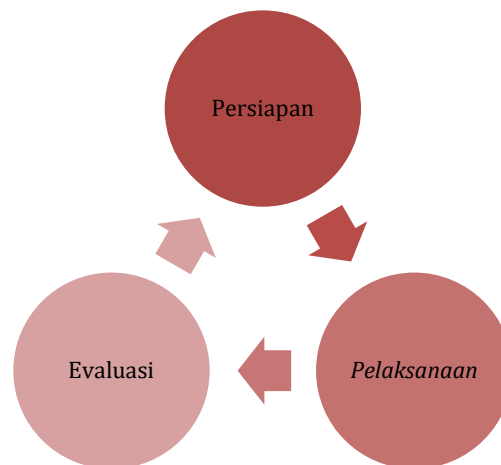
Akun instagram Jasdram II/Sriwijaya memang ditujukan sebagai media dalam mempublikasi tentang informasi-informasi mengenai kegiatan lingkungan Jasdram II/ Sriwijaya agar menjangkau pasar yang lebih luas. dan semua konten yang diunggah ke dalam akun instagram @jasdram_swj akan

disesuaikan dan di desain sedemikian rupa agar terlihat informatif, tertata secara rapih dan terkonsep yang menjadi ciri khas dari unggahan-unggahan Jasdram II/ Sriwijaya yang kemudian diharapkan akan meningkatkan citra positif Jasdram dimata Masyarakat.

Media sosial instagram ternyata memiliki dampak yang signifikan bagi Humas Jasdram II/ Sriwijaya dibandingkan sebelum humas menggunakan instagram, diantaranya yaitu memudahkan pekerjaan humas dalam mengundang Masyarakat agar bisa berolahraga serta Latihan fisik di Jasdram II/Sriwijaya Keberhasilan itu tentunya menjadi tolak ukur dari kinerja dari Departemen humas yang selalu melakukan inovasi dan mengikuti perkembangan zaman.

METODE

Metode pengabdian masyarakat dilakukan dengan pendampingan tersusun dalam tiga tahapan yaitu 1) persiapan, 2) pelaksanaan dan 3) evaluasi.



Gambar 1. Diagram Tahapan Pengabdian Masyarakat

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil kegiatan pengabdian masyarakat sebagai berikut:

1. Persiapan

Pada tahap ini mahasiswa rekomendasi kaprodi yang akan melaksanakan kegiatan Studi Independen di Jasdram II/Sriwijaya, yang mana mahasiswa diantar oleh salah satu perwakilan pihak universitas bina darma pada tanggal 13 September 2023 yang langsung diterima dan disambut baik oleh pihak Jasdram II/Sriwijaya.



Gambar 2. Foto Bersama Kajasdram II/ Sriwijaya

2. Tahap Pelaksanaan

Kegiatan pengabdian masyarakat ini berlangsung di hari pertama pada tanggal 13 September 2023 melaksanakan room tour pengenalan di lingkungan Jasdram serta melaksanakan pengenalan satu sama lain antara Tentara Jasdram dan Mahasiswa/i lalu yang setelah itu dilaksanakannya pembagian ruangan serta tugas masing-masing.

Tabel 2. Materi Kegiatan Pengabdian Masyarakat

| Tanggal | Waktu | Metode | Materi |
|-------------------|-------------|--------------|---|
| 13 September 2023 | 08.00-15.00 | Pendampingan | Adaptasi lingkungan kerja. |
| 13 Oktober 2023 | 08.00-15.00 | Pendampingan | Pendampingan publikasi Komunikasi Visual melalui Instagram di Jasdram II/ Sriwijaya.. |
| 13 November 2023 | 08.00-15.00 | Pendampingan | Pendampingan publikasi Komunikasi Visual melalui Instagram di Jasdram II/ Sriwijaya. |
| 13 Desember 2023 | 08.00-15.00 | Pendampingan | Evaluasi Pendampingan publikasi Komunikasi Visual di Jasdram II/ Sriwijaya. |



Gambar 3. Pelaksanaan Kegiatan TIM Pengabdian Masyarakat

3. Tahap Evaluasi

Tahap ini adalah tahap penilaian yang telah berlangsung selama 4 bulan di Jasdram II/Sriwijaya. Yang mana hasil inovasi dari komunikasi visual desain ,saat kunjungan yang datang ke Jasdram II/Sriwijaya meningkat karena melihat postingan Instagram Jasdram II/ Swj dengan hasil desain terbaru yang serta followers, likers, maupun viewers instastory juga ikut meningkat. Setelah dilaksanakannya kegiatan pengabdian Masyarakat ini tim pengabdian masyarakat memberi dampak positif dalam melakukan pengenalan lingkungan Jasdram II/ Sriwijaya kepada Masyarakat.



Gambar 4. Postingan hasil desain di Instagram Jasdram II/ Sriwijaya

PEMBAHASAN

Dalam Hal Komunikasi Visual Media sosial menjadi satu hal yang penting bagi aktivitas publik, sebagai penunjang dalam memberikan informasi secara detail kepada masyarakat. Media sosial sendiri adalah saluran atau sarana menciptakan, mempertahankan, dan membangun reputasi, sehingga memberikan citra positif baik di mata public.

Pada Kegiatan pengabdian Masyarakat ini memberikan manfaat positif bagi instansi di Jasdram II/Sriwijaya. Bulan pertama beradaptasi dengan

lingkungan seperti, mengenal lingkungan Jasdram II/Sriwijaya, memahami kegiatan-kegiatan yang ada di Jasdram II/ Sriwijaya dan saling berkenalan dengan tantara di Jasdram II/Sriwijaya hingga bisa menyesuaikan diri untuk mulai tahapan bekerja.

Bulan kedua, mulai pendampingan Komunikasi Visual melalui Instagram Jasdram II/Sriwijaya, seperti memperbaiki tampilan feed Instagram Jasdram agar lebih menarik dimata Masyarakat luar selain itu juga bisa meningkatkan followers, viewers, dan likers Instagram Jasdram II/ Sriwijaya dan menjadikan Instagram Jasdram II/Sriwijaya menjadi lebih update setiap harinya.

Bulan ketiga, terus belajar mendesain memberikan konten yang menarik pada postingan Instagram Jasdram II/ Sriwijaya agar terus menarik perhatian Masyarakat luar serta mampu menaikkan nama Jasdram II/ Sriwijaya untuk lebih dikenal Masyarakat luar sebagai tempat Latihan fisik maupun tempat olahraga Masyarakat umum.

Bulan Keempat, Tim pengabdian masyarakat juga melakukan pendampingan humas dalam mengupdate setiap event yang ada di Jasdram II Sriwijaya ke instagram, dengan event yang sangat padat di jasdram tim pengabdian masyarakat juga tidak lupa untuk selalu mendokumentasi setiap event tersebut yang mana dokumentasi tersebut langsung diedit dan di upload langsung ke Instagram. Informasi tersebut disebarluaskan menggunakan media social (Instagram). Peran humas dalam publikasi informasi terbagi menjadi menjadi beberapa tahapan yaitu, penjadwalan peliputan, peliputan, pembuatan rilis, pemilihan foto, editing dan publikasi. Informasi yang dipublikasikan terbagi menjadi empat jenis sesuai dengan isinya. Penggunaan media sosial Instagram memudahkan humas untuk menyebarkan berbagai informasi mengenai lingkungan Jasdram II/ Sriwijaya.

SIMPULAN DAN REKOMENDASI

Kesimpulan dari kegiatan pengabdian masyarakat ini yaitu telah meningkatnya pengetahuan 100% pengelola humas di jasdram II Sriwijaya bukan hanya dari segi kunjungan tetapi dari Tampilan Feed Visual, pengikut (followers), tayangan, like, maupun penonton instastory Jasdram II/SWJ. Setelah dilaksanakan kegiatan pengabdian masyarakat ini tim pengabdian masyarakat memberi dampak positif dalam melakukan pengenalan kepada Masyarakat dan dengan perubahan tampilan Instagram dengan desain yang menarik dapat memberikan kesan rapi dan tertata dalam setiap postingan feed Instagram Jasdram II/Sriwijaya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami ucapkan Terima Kasih kepada pihak Jasdram II/ Sriwijaya, terutama kepada Kajasdram, serta tim dosen Universitas Bina Darma, serta dosen pembimbing yang telah membantu sehingga pelaksanaan pengabdian masyarakat ini dapat berjalan lancar. Kami menyadari bahwa pelaksanaan pengabdian masyarakat masih jauh dari sempurna oleh karena itu kami menerima saran demi kesempurnaan kegiatan pengabdian masyarakat

selanjutnya, dan semoga kegiatan ini memberikan kebermanfaatan bagi kita semua.

DAFTAR PUSTAKA

- Feroniza C, Misnawati D. 2020. Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun @yhoophii_official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan. *Jurnal Inovasi*14(1),32-41.
https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=penggunaan+media+sosial+instagram+pada+akun+%40yhophii&btnG=#d=gs_qabs&t=1689771455735&u=%23p%3D4_nQzyYidJsJ
- Mutialela, R, Hafizni M dan Isnawijayani I.2023. Komunikasi, Motivasi dan Budaya Terhadap Kinerja Organisasi Ikatan Pelajar Muhammadiyah Sumatera Selatan. *Jurnal Pustaka Komunikasi* 6 (1), 127-140.
https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=Isnawijayani+&btnG=#d=gs_qabs&t=1689684371755&u=%23p%3DQ_MhI4cu01zoJ
- Mutialela R, Sunarto. 2020. Efektivitas Komunikasi Interpersonal Pelatih Dalam Membentuk Karakter Siswa Sekolah Sepakbola di Kota Palembang.
- Pemerintah RI (2020). Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2020 Tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar Dalam Rangka Percepatan Penanganan Corona Virus Disease 2019 (Covid-19). Safanayong, Y. (2006). *Desain Komunikasi Visual Terpadu*. Arte Intermedia.
- Pratama Herri M, Misnawati D, Renaldi M. 2022. Efektivitas Sosial Media Sebagai Media Promosi Desa Surabaya Timur. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora* 1(1), 86-90.
https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=efektivitas+sosial+media+sebagai+promosi+desa+surabaya+timur&btnG=#d=gs_qabs&t=1689771702177&u=%23p%3D9J545IzstCYJ
- Supratman, L. P., & Rachmansyah, M. (2020). Peran Media Instagram dalam Memasarkan Produk Fashion Dollies. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 24(1), 73. <https://doi.org/10.31445/jskm.2020.2865>
- Tinarbuko, S. (2010). *Semiotika Komunikasi Visual*. Jalasutra.
- Zinaida R, Isnawijayani I. 2022. Strategi Humas Dalam Penanganan Pengaduan Masyarakat: Kasus PT. PLN (Persero) Wilayah Sumatera Selatan, Jambi, dan Bengkulu. *Jurnal Studi Sosial dan Politik*6 (2), 260-273.
https://scholar.google.com/scholar?hl=id&as_sdt=0%2C5&q=str

[ategi+humas+dalam+penanganan+pengaduan+masyarakat+kasu
s+pt+pln+persero&btnG=#d=gs_qabs&t=1689771359777&u=%23
p%3Dyo8pIthY-EJ](#)