



WORKSHOP PERANCANGAN *STORYTELLING* UNTUK PEMANFAATAN KONTEN MEDIA SOSIAL PADA KOMUNITAS RADIO DEPAN RUMAH

Idhar Resmadi¹, Rendy Pandita Bastari²

^{1,2}Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Telkom University, Kota Bandung, Indonesia

Email: idharresmadi@telkomuniversity.ac.id

Naskah Masuk 31 Mei 2022	Naskah Direvisi 25 Juli 2022	Naskah Diterima 28 September 2022
------------------------------------	--	---

Abstrak

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yaitu untuk memberikan *knowledge transfer* kepada Komunitas Radio Depan Rumah dalam memanfaatkan media sosial. Solusi yang ditawarkan berupa workshop dan konten video dan *audio podcast* tentang teknik *storytelling* untuk perancangan konten media sosial. Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dimulai dengan observasi masalah yang dihadapi oleh masyarakat/mitra sasar, analisa masalah, persiapan kegiatan pengabdian kepada masyarakat, pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat, dan evaluasi kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Hasil dari kegiatan ini berupa kegiatan workshop dan konten *audio podcast* untuk memanfaatkan media sosial sesuai dengan kebutuhan dan masalah dari masyarakat sasar/mitra komunitas. Perancangan konten dilakukan melalui proses pelaksanaan kegiatan workshop, perekaman kegiatan workshop, editing audio dan video kegiatan workshop, dan menyebarkan konten rekaman *audio podcast* dan video di Spotify dan Youtube. Solusi yang ditawarkan merupakan berupa workshop daring via platform googlemeets dan konten *audio podcast* dan video yang bisa dinikmati masyarakat luas. Implikasi dan manfaat dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini yaitu mendorong pelaku komunitas kreatif untuk memanfaatkan media sosial secara efektif melalui pendekatan *storytelling*. Kegiatan pengabdian masyarakat ini juga diharapkan dapat menjadi sarana untuk menyosialisasikan kemampuan literasi media kepada komunitas kreatif di Kota Bandung dalam memanfaatkan platform media sosial yang baik dan benar sebagai bagian dari pemberdayaan sosial.

Kata Kunci: konten digital, media sosial, *storytelling*, workshop

PENDAHULUAN

Pada masa sekarang ini media sosial merupakan media yang paling umum digunakan untuk menyebarkan informasi. Beragam platform media sosial seperti Instagram, Twitter, Youtube, dan *podcast* menjadi sarana yang kini lebih populer sebagai “media utama” dalam penyebaran informasi dibandingkan dengan media-media konvensional lainnya seperti televisi, radio, surat kabar, dan majalah. Penetrasi konsumsi internet yang terus meningkat di Indonesia tak bisa dipungkiri lagi jika potensi media sosial sebagai sarana penyebaran informasi (Arifianto S., 2019).

Disrupsi informasi yang terjadi membuat kini informasi perlu diolah menjadi lebih menarik. Riu-rendahnya informasi yang ada di internet membuat *attention-span* masyarakat (terutama yang berselancar di internet) menjadi kian terbatas. Kini seseorang dapat dibombardir informasi dari manapun. Tak pelak riuhnya informasi tersebut membuat membanjirnya informasi. Persoalan di media sosial saat ini adalah bagaimana untuk membangun *share of awareness*

kepada masyarakat. Selama aktif dalam membangun *share of awareness* di media sosial maka akan semakin baik, seperti yang dilakukan Jokowi pada kampanye presiden dengan aktif memanfaatkan media sosial untuk membangun *image* dilihat dari aktivitas media sosialnya (Setiadi, 2016).

Atas dasar latar belakang itulah, pentingnya memahami konten media sosial melalui teknik *storytelling* agar bisa menyampaikan pesan dan informasi menjadi lebih menarik dan efektif di tengah riuhnya informasi. Teknik *storytelling* diyakini dapat meningkatkan imajinasi dan kreativitas. Dalam buku yang ditulis Daniel Pink berjudul *A Whole New Mind: Why Right-Brainers Will Rules the Future* (2005) menyebutkan terdapat 6 (enam) kemampuan yang paling penting di masa informasi sekarang ini yaitu *design, storytelling, symphony, empathy, play, dan meaning* (Pink, 2005). Kemampuan *storytelling* sangat penting di era sekarang ini karena mampu mengasah kreativitas dan imajinasi dalam menyampaikan pesan. Dampak positif dari kemampuan *storytelling* juga berguna untuk mampu menangkap konteks suatu permasalahan dan menyampaikan dengan sisi emosional yang mampu memberi perhatian kepada masyarakat (Pink, 2005).

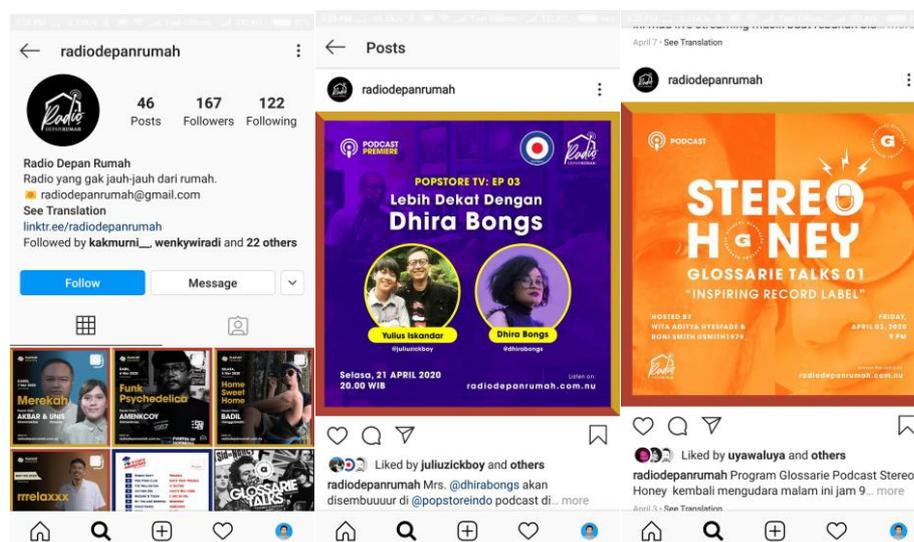
Pemanfaatan *storytelling* juga kini menjadi marak digunakan di industri kreatif terutama dalam aspek pemasaran melalui perancangan konten-konten media sosial sebagai suatu cara baru dalam pemasaran (Pulizzi, 2012). Melalui *storytelling* juga kemudian akan memudahkan pemasaran produk dari sudut pandang psikologi konsumen (Woodside et al., 2008). Kebutuhan *storytelling* digunakan untuk menciptakan impresi dan persepsi yang baik terhadap produk karena melalui *storytelling* memudahkan otak dalam memutuskan sesuatu secara cepat (Godin, 2009). Bahkan melalui *storytelling* akan terbangun *brand image* suatu produk seperti yang dilakukan Kopi Janji Jiwa melalui *brand image* yang ringkas, personal, konvensional, dan puitik melalui tema-tema keseharian dalam konten *storytelling*nya (Fadilla et al., 2022). Pemanfaatan *storytelling* sudah digunakan di industri periklanan, multimedia, dan desain grafis. Berbagai industri kreatif saat ini membutuhkan kemampuan *storytelling* yang baik dalam membuat berbagai produk media, seperti komik, *boardgame*, buku, film, dan konten media sosial. Dalam studi kasus sebelumnya terhadap kampanye politik 'Kony Campaign' menyimpulkan pendekatan *storytelling* dapat menciptakan pengikatan masyarakat dan menciptakan efek "kebenaran" terhadap sebuah pesan (Fusari, 2021). Bahkan, pendekatan *storytelling* sudah diterapkan sebagai salah satu metode penelitian, karena pendekatan ini dapat menciptakan konteks secara kultural dan dapat membantu mengembangkan teori (Y. Liu et al., 2012). Sehingga, dengan pendekatan *storytelling* yang baik, pengirim pesan mampu menyampaikan pesan dengan baik dan efektif dalam keperluan kampanye sosial maupun kepentingan komersial seperti pemanfaatan *storytelling* untuk kampanye *safety riding* melalui komik interaktif (Saputro et al., 2016).

Storytelling merupakan sebuah kemampuan yang sangat penting dimiliki di era sekarang ini. Pemahaman dasar tentang proses komunikasi melalui pendekatan *storytelling* ini mampu mendorong komunitas dapat menjadi produsen informasi yang baik dengan memahami pemanfaatan antara konten *storytelling* dan platform media sosial (H. yuh Liu & Wu, 2011). Workshop Pengabdian kepada Masyarakat berjudul "*Workshop Perancangan Storytelling Untuk Pemanfaatan Konten Media Sosial Pada Komunitas Radio Depan Rumah*" diharapkan dapat menumbuhkan kemampuan media literasi yang baik karena komunitas dapat dengan aktif memanfaatkan media sosial untuk menyebarkan

informasi yang berguna dan bermanfaat kepada masyarakat terutama untuk merancang suatu konten yang berbasis pada satu komunitas spesifik (Du Plessis, 2017).

Masyarakat sasaran atau mitra komunitas dalam kegiatan Workshop Pengabdian Kepada Masyarakat kali ini yaitu Komunitas Radio Depan Rumah. Komunitas Radio Depan Rumah sangat aktif memanfaatkan media sosial terutama platform Instagram dan *podcast*. Sehingga, workshop ini cukup tepat dalam menjawab permasalahan yang dihadapi oleh komunitas Radio Depan Rumah yang senantiasa memanfaatkan platform media sosial.

Komunitas Radio Depan Rumah adalah suatu platform *media online* yang diprakarsai oleh duo personil band elektronik asal Bandung Bottlesmoker yaitu Anggung Suherman (Angkuy) dan Ryan Adzani (Nobie) pada tahun 2020. Para pelaku komunitas ini adalah para pelaku komunitas kreatif yang terdiri dari berbagai latar belakang kreatif seperti komunitas musik, desain, kuliner, fashion, dan entrepreneur yang ada di Kota Bandung.



Gambar 1. Konten media sosial Radio Depan Rumah yang banyak melibatkan konten kreatif dari berbagai komunitas kreatif di Kota Bandung [Sumber: akun Instagram Komunitad Radio Depan Rumah: @radiodepanrumah]

METODE PENELITIAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilaksanakan secara daring (dalam jaringan/*online*) melalui platform *googlemeet*. Pada proses pelaksanaannya Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat melibatkan dua orang dosen dan dua orang mahasiswa Desain Komunikasi Visual Fakultas Industri Kreatif Telkom University. Kegiatan ini diawali dengan tahap persiapan berupa pembuatan linimasa kegiatan yang dimulai pada bulan Juli 2020, dan selanjutnya penyusunan materi atau modul untuk para peserta masyarakat sasaran. Pembuatan modul disusun oleh tim dosen. Materi terdiri dari ruang lingkup *storytelling*, tujuan dan fungsi *storytelling*, dan perancangan *storytelling*. Setelah tahap persiapan, maka dilaksanakan tahap pelaksanaan berupa kegiatan workshop dan perekaman video dan *audio-podcast*, dan tahap evaluasi akhir melalui sebaran kuesioner kepada peserta workshop.



Tabel 1. Tahapan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat

Komunitas Radio Depan Rumah merupakan sebuah komunitas non-profit yang banyak memanfaatkan media sosial. Beberapa pelaku komunitas ini datang dari berbagai kalangan, terutama dari kalangan komunitas kreatif seperti musisi, label rekaman, desainer, dan entrepreneur. Sehingga, *Workshop* Pengabdian Kepada Masyarakat ini akan sangat tepat jika menyasar kepada komunitas kreatif seperti ini. Pendekatan terhadap komunitas kecil yang aktif dalam membuat sebuah lokakarya dapat menciptakan pengikat dan mendekatkan pemateri dengan para peserta, hal ini serupa dengan salah satu penelitian yang telah dilakukan sebelumnya terhadap Get Talking yakni sebuah kampanye asal Inggris dengan menggunakan sistem *co-production* dan konsultasi langsung dengan pemateri (Gratton & Beddows, 2018). Diharapkan dengan berbagai latar belakang profesi dan keilmuan akan membuat workshop kali ini bisa bermanfaat buat komunitas Radio Depan Rumah. Peserta kegiatan ini kalangan pelaku kreatif yang aktif bermedia sosial, dengan kisaran usia 20-27 tahun. Jumlah peserta yang mengisi formulir untuk melakukan pendaftaran adalah 20 orang, namun peserta yang ikut melaksanakan kegiatan adalah 12 orang. Namun, jangka panjangnya, materi presentasi webinar ini akan menjadi materi konten media sosial di Youtube dan Spotify yang disebar di akun Komunitas Radio Depan Rumah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

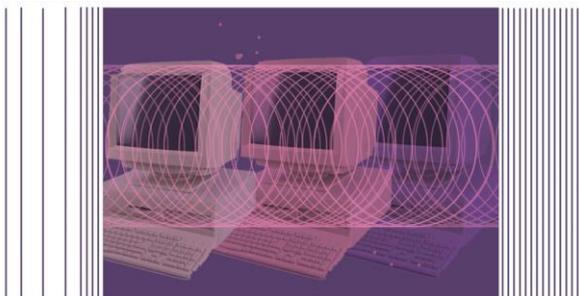
Persiapan Kegiatan

Kegiatan ini diawali dengan melakukan survey dan observasi pada masyarakat sasaran atau mitra komunitas “Komunitas Radio Depan Rumah” yang berlokasi di Jalan Sultan Agung Tirtayasa No 45 Bandung. Proses survey dan observasi diawali dengan wawancara kepada wakil masyarakat sasaran atau mitra komunitas. Survey dan observasi ini dilakukan untuk memetakan masalah yang dihadapi oleh masyarakat sasaran atau mitra komunitas. Dari hasil survey dan observasi disimpulkan jika kebutuhan akan pemanfaatan media sosial merupakan masalah utama yang dihadapi. Sehingga, solusinya berupa workshop sebagai sarana *knowledge transfer* yang kemudian akan direkam menjadi konten video dan *audio-podcast*. Setelah itu dilakukan perencanaan kegiatan. Perencanaan kegiatan dilakukan oleh tim dosen pelaksana, diawali dengan pembuatan linimasa dan konfirmasi mengenai penyelenggaraan acara kepada wakil masyarakat sasaran atau mitra komunitas. Setelah masuk dalam dua minggu sebelum pelaksanaan, pendaftaran untuk mengikuti program pelatihan ini dibuka untuk peserta. Proses pendaftaran dimulai dengan perancangan

poster yang dilakukan oleh tim dosen pelaksana. Poster yang telah dirancang disebar secara daring melalui media sosial seperti Instagram.

Workshop Perancangan Storytelling Untuk Pemanfaatan Konten Media Sosial

Program Pengabdian Masyarakat Telkom University 2020
bekerjasama dengan Komunitas Radio depan Rumah



Tanggal:
Jumat, 6 November 2020 Pukul. 19.00 -20.30
Live via Googlemeet
Registrasi di: <http://bit.ly/PKMstorytelling>

Terbuka untuk umum. Terbatas 25 Peserta.
Free e-certificate



Gambar 2. Poster kegiatan
[Sumber: Dokumentasi Penulis]

Pemilihan penyebaran melalui media digital ini diputuskan berdasarkan hasil observasi tim dosen pelaksana mengingat hampir seluruh masyarakat memiliki akses terhadap media digital atau media sosial. Selain itu, karena adanya situasi pandemi ini membatasi masyarakat keluar rumah dan memaksa masyarakat untuk mengadaptasi kegiatan secara virtual maka penyebaran poster diputuskan untuk dilakukan secara daring. Pada tahapan persiapan ini, tim dosen melakukan beberapa perencanaan agar lini masa dan struktur kegiatan terancang secara matang. Beberapa proses tersebut adalah:

a. Wawancara dan survey mitra pengabdian masyarakat

Proses wawancara dan survei dilakukan pada bulan Mei 2020, karena adanya situasi pandemi maka survei dan wawancara dilakukan secara daring. Tim dosen menghubungi pihak Komunitas Radio Depan Rumah melalui platform digital. Keputusan hasil diskusi pada sesi wawancara dan survei memutuskan untuk melakukan kegiatan program pengabdian masyarakat ini secara daring untuk menghindari risiko penyebaran virus Covid-19.

b. Pembuatan Proposal

Setelah mencapai keputusan pada proses survei dan wawancara, maka tahapan selanjutnya adalah penyusunan proposal kegiatan. Penyusunan proposal ini bertujuan untuk merancang perencanaan kegiatan dan lini masa secara jelas dan selanjutnya ditawarkan kepada mitra masyarakat sasaran. Susunan kegiatan ini disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat sasaran. Secara umum, kegiatan ini ditujukan untuk pemanfaatan teknologi media sosial dalam melakukan komunikasi secara efektif, juga mengembangkan tingkat literasi media kepada masyarakat sasaran.

c. Penyusunan Promosi Kegiatan

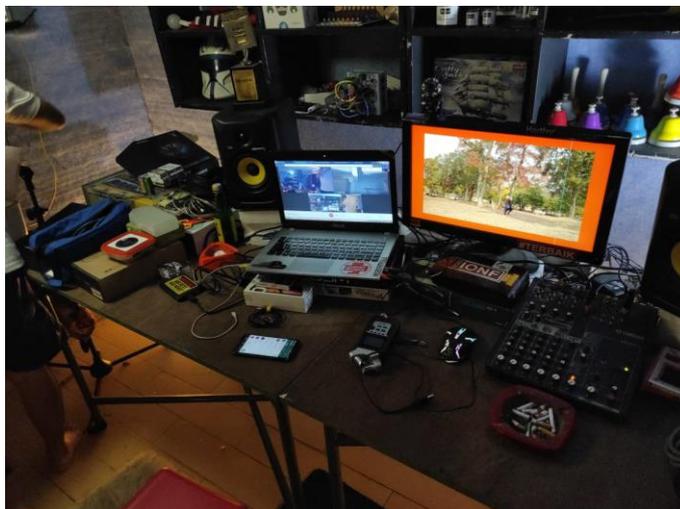
Publikasi memanfaatkan platform digital, dan media sosial seperti instagram, dan twitter. Proses penyusunan publikasi diawali dengan pembuatan konten poster yang disusun oleh tim dosen, dan kemudian diaplikasikan pada poster, baik dari segi estetika tata letak maupun ilustrasi. Perancangan poster dilakukan secara digital oleh tim dosen. Dengan perangkat lunak Photoshop. Poster disebar secara digital.

d. Pengadaan logistik keperluan kegiatan

Proses logistik dilakukan secara digital. Pengadaan yang dilakukan adalah penyediaan alur pendaftaran untuk peserta dan tautan ruang virtual untuk kegiatan.



Gambar 3. Persiapan untuk pelaksanaan workshop online
[Sumber: Dokumentasi penulis]



Gambar 4. Persiapan teknis untuk perekaman workshop dan konten audio
podcast
[Sumber: Dokumentasi penulis]



Gambar 5. Persiapan syuting workshop online dan perekaman konten audio *podcast* bersama pihak komunitas Radio Depan Rumah
[Sumber: Dokumentasi Penulis]

Pelaksanaan Kegiatan

Program pengabdian masyarakat dilaksanakan pada Hari Jum'at, 6 November 2020 secara daring, pelaksanaan pengabdian masyarakat ini berupa pelatihan dalam perancangan *storytelling* untuk pemanfaatan media sosial dalam era digital. Peserta akan mendapatkan materi berupa presentasi makalah yang disusun oleh dosen pelaksana. Hal ini diperlukan karena pentingnya *social presence* dalam era informasi digital yang begitu pesat silih berganti.

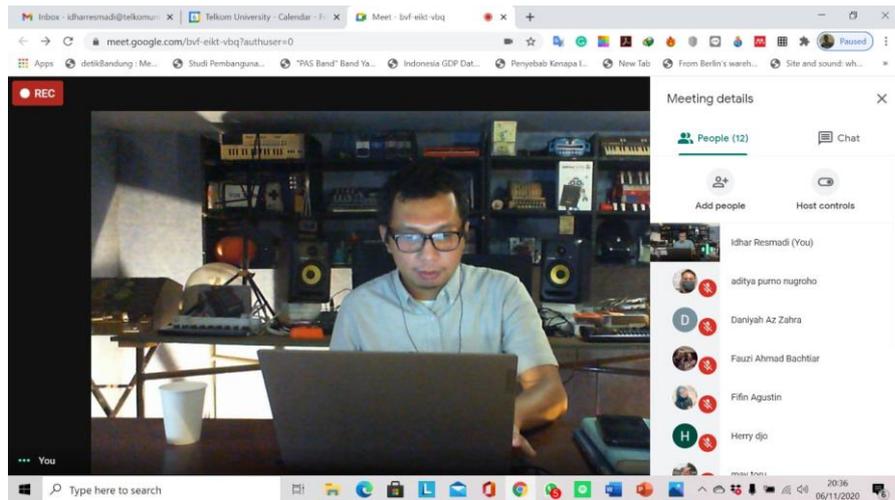
Digital storytelling merupakan suatu upaya menyampaikan pesan naratif/bercerita menggunakan platform multimedia yang dimulai dari pemilihan topik, penulisan cerita, pengelompokkan beragam media untuk membuat cerita, pemilihan media, perancangan cerita melalui beragam multimedia, mempresentasikan cerita, mendorong refleksi dan evaluasi, menghindari ambisi berlebihan, menghindari kesalahan teknis, menciptakan asesmen kerangka kerja, menanamkan cerita dalam proses pembelajaran dan pengajaran, serta mempersuasi *value* dalam cerita (Sandars et al., 2008). Materi-materi yang disampaikan dimulai dari pemahaman tentang *storytelling*, definisi *storytelling*, tujuan *storytelling*, perancangan *storytelling*, dan manfaat *storytelling* kepada masyarakat sasaran atau mitra komunitas.

Kegiatan pelatihan dilakukan menggunakan *platform google meet*, di mana total jumlah peserta yang terdaftar sebanyak 27, dan yang hadir adalah 12 orang atau sekitar 44,4% dari total jumlah peserta yang terdaftar. Peserta mendapatkan materi pelatihan melalui presentasi makalah yang diberikan dosen pelaksana. Dengan adanya pelatihan ini diharapkan peserta mendapatkan literasi media yang baik, karena kegiatan ini bertujuan untuk mendorong pemanfaatan media sosial di era digital ini. Dalam pelaksanaannya kegiatan ini melibatkan dosen dan mahasiswa.

Bentuk kegiatan dalam Pengabdian Kepada Masyarakat ini, berupa workshop atau webinar secara daring. Setelah didiskusikan bersama pihak mitra komunitas/masyarakat sasaran, maka pemilihan kegiatan ini dilaksanakan di tengah pandemic Covid-19 yang tidak memungkinkan jika membuat kegiatan secara langsung di lapangan. Pemilihan tema mengenai “Perancangan *Storytelling* Untuk Pemanfaatan Konten Media Sosial” juga dirasakan sangat relevan dengan kebutuhan mitra komunitas/masyarakat sasaran yang banyak menaungi konten-konten media sosial, terutama berupa audio *podcast*. Kegiatan ini dimulai dengan merancang tema sesuai kebutuhan mitra, pengumpulan data peserta, pembuatan materi presentasi, persiapan produksi acara yang melibatkan mitra, penyelenggaraan webinar, dan produksi konten *podcast* dan youtube.

Ada pun tahapan pelaksanaan program yang telah dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) dilaksanakan di Komunitas Radio Depan Ruman, beralamat di Jalan Sultan Agung Tirtayasa No 45 Bandung, pada hari Jum’at, 6 November 2020. Kegiatan berupa penyelenggaraan acara webinar tentang “workshop perancangan *storytelling* untuk pemanfaatan konten media sosial”. Kegiatan dimulai dengan pendataan peserta dilakukan oleh tim dosen dan pihak Komunitas Radio Depan Rumah.
2. Pembuatan materi presentasi webinar. Dalam pembuatan materi presentasi powerpoint ini membahas tentang definisi *storytelling*, manfaat *storytelling*, perancangan *storytelling*, dan konten media sosial.
3. Perancangan poster kegiatan. Poster ini ditujukan untuk peserta dengan target anak muda dari kalangan pelaku kreatif yang aktif bermedia sosial, dengan kisaran usia 20-27 tahun. Poster ini dimaksudkan untuk publikasi kegiatan di media sosial mitra. Dalam poster ini juga terdapat tautan formulir pendaftaran yang kemudian akan didata oleh tim dosen.
4. Setelah itu, kemudian pendataan peserta yang telah mendaftar. Peserta akan dihubungi untuk bergabung ke dalam link Googlemeet. Peserta yang mendaftar akan mendapatkan sertifikat juga materi presentasi.
5. Tahap webinar/workshop berlangsung secara daring melalui platform Googlemeets. Durasi workshopnya sendiri sekitar 2 jam, dimulai pada pukul 19.00 sampai dengan 21.00. Pada saat workshop dilaksanakan presentasi materi oleh ketua PKM, sebelum akhirnya dilanjutkan dengan sesi tanya jawab dari peserta.
6. Tahap terakhir yaitu materi presentasi webinar kemudian direkam dalam bentuk audio dan video. Kemudian hasil produksi webinar ini akan diunggah menjadi konten media sosial berupa video di Youtube dan konten *podcast* di spotify Radio Depan Rumah. Diharapkan materi presentasi ini dapat menjadi konten yang bermanfaat bagi mitra dalam waktu jangka panjang.
7. Penyusunan laporan akhir dilakukan setelah semua pelaksanaan kegiatan pelatihan dan evaluasi telah dilakukan



Gambar 6. Pelaksanaan workshop *storytelling* via zoom
[Sumber: Dokumentasi Penulis]



Gambar 7. Peserta workshop *storytelling* via zoom
[Sumber: Dokumentasi Penulis]



Gambar 8. Salah satu materi *storytelling* yang disampaikan pemateri
[Sumber: Dokumentasi Penulis]

Proses pelatihan ini dilakukan dalam berbagai tahap dalam modul makalah presentasinya, yakni:

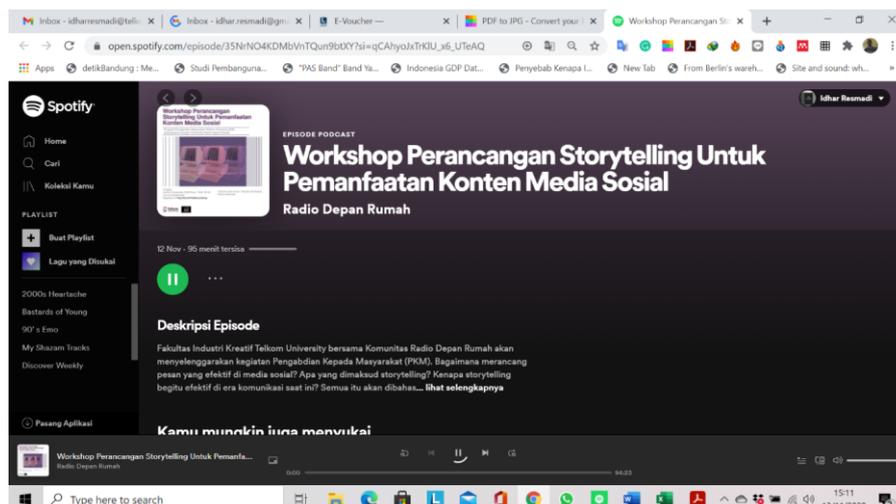
1. Perkenalan/introduksi pemateri

2. Introduksi dan definisi dari *storytelling*
3. Bagaimana *storytelling* bekerja
4. Efektivitas *storytelling* dalam penyampaian pesan
5. Sesi tanya jawab dan diskusi
6. Sesi dokumentasi dan foto bersama
7. Pembagian sertifikat digital kepada peserta kegiatan (dilakukan secara daring)

Proses pelatihan ini ditekankan pada kreativitas peserta dalam merancang sebuah cerita yang menstimulasi audiens baik secara kognitif maupun emosional. Pada masa pandemi Covid-19 ini secara serentak ruang fisik berubah menjadi ruang virtual, hal ini dikarenakan situasi yang mengharuskan masyarakat dalam menjaga jarak demi keselamatan masing-masing, maka dari itu kehadiran dalam ruang digital seperti media sosial sangat penting demi menjaga aktivitas yang bisa memutarakan roda perekonomian pada hasil akhirnya. Namun, sebuah studi kasus terhadap pembelajaran secara virtual pada masa pandemi Covid-19 menunjukkan adanya peningkatan terhadap kinerja para murid meskipun terjadi perubahan dalam berbagai aspek pembelajaran (Simoes et al., 2021). Maka dengan mengacu pada studi kasus ini, dalam hal ini diharapkan adanya penyerapan materi oleh peserta dengan baik.

Output Kegiatan

Hasil kegiatan workshop ini juga akan berlanjut menjadi satu program *podcast* yang akan disiarkan dan disebarakan melalui berbagai platform seperti Spotify dan Youtube agar hasil workshop ini bisa tersebar lebih luas lagi. Hasil dari *sharing knowledge* ini diharapkan dapat mencetak berbagai pelaku kreatif yang dapat memanfaatkan media sosial dengan baik dan bijak baik untuk kampanye sosial maupu kepentingan bisnis. Apabila terlaksana dengan baik, diharapkan bisa terjalin kerjasama lebih erat lagi dengan Telkom University kedepannya demi menghasilkan semangat kolaborasi dengan komunitas agar tercipta berbagai sinergis dalam program-programnya.



Gambar 9. Konten Audio *Podcast* Workshop *Storytelling* di akun Spotify
[Sumber: Dokumentasi Penulis]



Gambar 10. Konten video Workshop *Storytelling* di Youtube
[Sumber: Dokumentasi Penulis]

Hasil luaran dari kegiatan ini berupa konten di media sosial yang dapat diakses di https://open.spotify.com/episode/35NrNO4KDMbVnTQun9btXY?si=qCAhoyoJxTrKIU_x6_UTeAQ (Spotify) dan <https://www.youtube.com/watch?v=h8tMt9uzweM&t=2083s> (Youtube).

Evaluasi Kegiatan

Setelah workshop dilaksanakan, para peserta dibagikan kuesioner untuk diisi dan ditukarkan dengan sertifikat digital sebagai bagian dari evaluasi kegiatan. Terkumpul 12 lembar kuesioner dari 12 peserta pelatihan. Berikut ini adalah tabel rekap hasil feedback:

Tabel 2. Rekap Hasil Feedback
(Sumber: Diolah penulis)

Aspek Penilaian Terhadap Kegiatan	Jumlah Masing-masing Faktor yang Dinilai			
	Sangat Tdk Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Sangat Setuju
1. Program Pengabdian Masyarakat ini sudah sesuai dengan tujuan itu sendiri			2	10
2. Program Pengabdian Masyarakat ini sudah sesuai dengan kebutuhan masyarakat sasarnya			3	9
3. Waktu pelaksanaan program Pengabdian Masyarakat ini relatif telah mencukupi sesuai kebutuhan		3	6	3
4. Dosen Universitas Telkom bersikap ramah, cepat dan tanggap membantu selama kegiatan			8	4
5. Masyarakat setempat menerima dan mengharapkan program Pengabdian Masyarakat Universitas Telkom saat ini dan masa yang akan datang			8	4
Jumlah		3	27	30
% (Jumlah masing-masing: total)	0%	5%	45%	50%
Jumlah setuju + sangat			95%	

Berdasarkan hasil rekap *feedback* di atas, program Pengabdian Kepada Masyarakat yang diselenggarakan ini dinilai sangat Baik (Jumlah Setuju+ + Sangat Setuju semuanya di atas 80% hasil yang dicapai total adalah 95%). Evaluasi pelaksanaan program ini terkait dengan capaian dari hasil kegiatan berlangsung. Dalam hal ini, tujuan dari workshop ini mendorong komunitas Radio Depan Rumah dapat memanfaatkan media sosial lebih optimal lagi dengan pemanfaatan *storytelling* baik untuk kepentingan sosial maupun komersial. Dampaknya diharapkan pelaku komunitas dapat memiliki kemampuan teknis dalam merancang suatu proses komunikasi, terutama membuat bentuk pesan yang efektif di era digital. Semoga keilmuan yang didapat dapat dikembangkan secara praktis terkait dengan latar belakang profesi para pelaku komunitas tersebut.

Hasil yang dicapai, evaluasi dan *feedback*/masukan dari masyarakat sasaran terhadap kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang telah dikumpulkan melalui survey kuesioner peserta pelatihan. Dari kuesioner tersebut hasilnya adalah 95% keseluruhan responden memberikan respons positif, dan menyatakan bahwa program Pengabdian Kepada Masyarakat ini sudah sesuai dengan tujuan kegiatan itu sendiri serta sesuai dengan masyarakat sasarnya. Waktu pelaksanaannya yang diselenggarakan pun relative memenuhi serta sesuai dengan masyarakat sasarnya. Respon juga relatif setuju bahwa dosen dan mahasiswa Telkom University bersikap ramah, cepat, dan tanggap selama berlangsungnya kegiatan workshop. Sebagian besar responden juga menyatakan sangat mengapresiasi hasil karya dan mengharapkan adanya kembali program Pengabdian Kepada Masyarakat ini di masa datang.

Program pengabdian ini difokuskan untuk mengembangkan berbagai macam potensi yang mungkin masih terpendam dalam masyarakat terkait komunikasi dan media literasi. Dengan pengembangan ini, maka diharapkan menghasilkan masyarakat yang independen dalam berbagai sektor, baik secara nasional maupun secara global. Sesuai dengan tuntutan perkembangan teknologi dan zaman kegiatan ini dilaksanakan secara daring (*online*). Proses pembinaan keterampilan masyarakat dalam bidang komunikasi dilakukan dalam rangka menciptakan masyarakat mandiri secara bertahap dan berkelanjutan untuk aktif dalam menyebarkan informasi secara mandiri tanpa tergantung kepada media massa mainstream. Manfaat kegiatan ini adalah untuk mendorong pemanfaatan teknologi media sosial secara efektif, juga mengembangkan literasi media kepada komunitas kreatif di Kota Bandung. Program pengabdian kepada masyarakat ini juga merupakan bentuk pengaplikasian mata kuliah Story Telling dan Kreasi Konten dan Komunikasi dan Media Literasi dalam program studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Telkom University.

KESIMPULAN

Pada zaman sekarang ini kita tak bisa dilepaskan dari media sosial. Sehingga, sangat penting untuk bisa memanfaatkan media sosial terutama untuk kepentingan komersial maupun non-komersial. Salah satu hal yang penting dimiliki dalam menyebarkan pesan melalui media sosial yaitu melalui teknik *storytelling* karena teknik ini dapat menggugah emosi dan juga mudah diingat oleh otak serta mampu mengembangkan kreativitas dan imajinasi. Pemanfaatan *storytelling* sudah banyak digunakan oleh para pelaku industri kreatif dari mulai perancangan komik, boardgame, buku, film, dan konten media sosial. Namun,

masih banyak masyarakat sasaran atau mitra komunitas yang belum begitu memahami aspek dan teknik *storytelling* dalam penyampaian pesan. Workshop Pengabdian Kepada Masyarakat ini kemudian dirancang sebagai sarana transfer knowledge melalui 2 (dua) kegiatan yaitu workshop online via googlemeets dan konten video melalui youtube serta konten *audio-podcast* melalui Spotify. Tujuannya, diharapkan masyarakat sasaran atau mitra komunitas bisa membangun *share of awareness* untuk mampu memahami *storytelling* untuk pemanfaatan media sosialnya sehingga menjadi lebih efektif dan baik.

REFERENSI

- Arifianto S. (2019). Fenomena Media Digital dan Perubahan Perilaku Masyarakat Penggunaannya. In C. J. Arifianto S. (Ed.), *Media Digital dan Perubahan Budaya Komunikasi* (1st ed., p. 194). Aswaja Pressindo.
- Du Plessis, C. (2017). The role of content marketing in social media content communities. *SA Journal of Information Management*, 19(1), 1–7. <https://doi.org/10.4102/sajim.v19i1.866>
- Fadilla, A. N., Aditia, P., Desain, P., Visual, K., & Kreatif, F. I. (2022). *Storytelling dalam kemasan kopi janji jiwa 1,2. 08(01)*, 1–9.
- Fusari, M. (2021). The Kony 2012 Campaign: A Milestone of Visual *Storytelling* for Social Engagement. *Media, Technology and Education in a Post-Truth Society*, 155–173. <https://doi.org/10.1108/978-1-80043-906-120211012/FULL/HTML>
- Godin, S. (2009). *All Marketers Are Liars: The Power of Telling Suthentic Stories in Low-Trust World* (1st ed.). Portfolio.
- Gratton, N., & Beddows, R. (2018). Get talking: Managing to achieve more through creative consultation. *Critical Perspectives on International Public Sector Management*, 6, 141–160. <https://doi.org/10.1108/S2045-794420180000006007>
- Liu, H. yuh, & Wu, C. yen. (2011). *Storytelling* for business blogging: Position and navigation. *World Academy of Science, Engineering and Technology*, 81(9), 791–796.
- Liu, Y., Xing, Y., & Starik, M. (2012). *Storytelling as Research Method: A West-Meets-East Perspective*. 8, 143–171. [https://doi.org/10.1108/S1479-8387\(2012\)0000008008](https://doi.org/10.1108/S1479-8387(2012)0000008008)
- Pink, D. (2005). *A Whole New Mind: Why Right-Brainers Will Rules the Future* (1st ed.). Riverhead Books.
- Pulizzi, J. (2012). The rise of *storytelling* as the new marketing. *Publishing Research Quarterly*, 28(2), 116–123. <https://doi.org/10.1007/s12109-012-9264-5>
- Sandars, J., Murray, C., & Pellow, A. (2008). Twelve tips for using digital *storytelling* to promote reflective learning by medical students. *Medical Teacher*, 30(8), 774–777. <https://doi.org/10.1080/01421590801987370>
- Saputro, G. E., Haryadi, T., & Yanuarsari, D. H. (2016). Perancangan Purwarupa Komik Interaktif Safety Riding Berkonsep Digital *Storytelling*. *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 2(02), 195–206. <https://doi.org/10.33633/andharupa.v2i02.1207>
- Setiadi, A. (2016). Pemanfaatan media sosial untuk efektifitas komunikasi. *Jurnal Humaniora Universitas Bina Sarana Informatika*, 16(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.31294/jc.v16i2.1283>
- Simoës, C., Chatterjee, P., Lemes, L. P., Tesis, A., La Paz, F., Cuñarro, G.,

- Masset, M. B., Yelós, V., Parodi, M., Cardelino, J., & Armentano, R. (2021). Virtual learning approach to biological engineering courses in Uruguay during COVID-19. *Higher Education, Skills and Work-Based Learning*, 11(5), 1020–1034. <https://doi.org/10.1108/HESWBL-08-2020-0199/FULL/XML>
- Woodside, A. G., Sood, S., & Miller, K. E. (2008). Understanding the Acceptance of Mobile SMS Advertising among Young Chinese Consumers. *Psychology & Marketing*, 25(2), 97–145. <https://doi.org/10.1002/mar>