

**Pembuatan Kalender Konten dengan Google Sheet dan *Template*  
Unggahan sebagai Upaya Pengelolaan Media Sosial Instagram  
Komunitas Kantong Pintar**



Disusun Oleh:

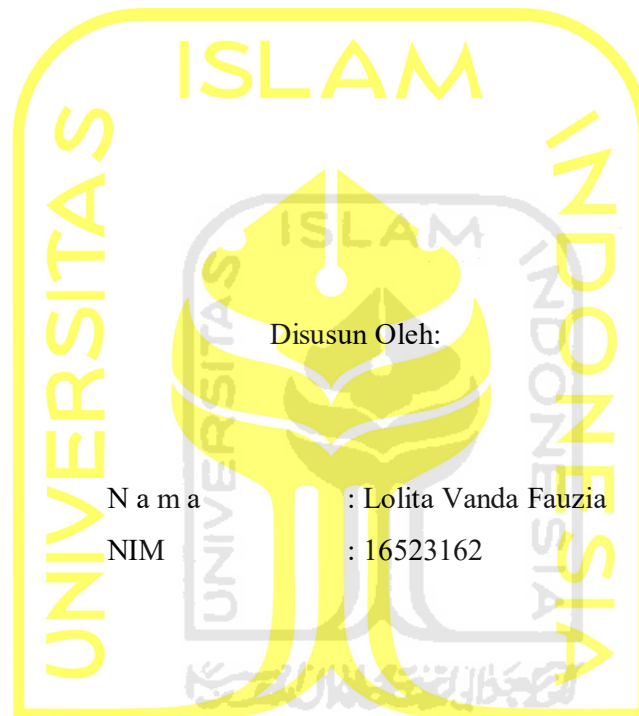
N a m a : Lolita Vanda Fauzia  
NIM : 16523162

**PROGRAM STUDI INFORMATIKA – PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI  
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
2021**

HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING

**Pembuatan Kalender Konten dengan Google Sheet dan *Template*  
Unggahan sebagai Upaya Pengelolaan Media Sosial Instagram  
Komunitas Kantong Pintar**

**TUGAS AKHIR**



N a m a : Lolita Vanda Fauzia  
NIM : 16523162

المجمع الإسلامي  
الاستدرا الأندونيسي

Yogyakarta, 9 Februari 2021

Pembimbing,

( Andhika Giri Persada, S.Kom., M.Eng.)

## HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PENGUJI

**Pembuatan Kalender Konten dengan Google Sheet dan *Template*  
Unggahan sebagai Upaya Pengelolaan Media Sosial Instagram  
Komunitas Kantong Pintar**

## TUGAS AKHIR

Telah dipertahankan di depan sidang pengujian sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer dari Program Studi Informatika di Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia  
Yogyakarta, 9 Februari 2021

Tim Penguji

Andhika Giri Persada, S.Kom., M.Eng.

**Anggota 1**

Sri Mulyati, S.Kom., M.Kom.

**Anggota 2**

Septia Rani, S.T., M.Cs.

الجمعة المباركة  
Mengetahui,  
الجمعة المباركة

Ketua Program Studi Informatika – Program Sarjana

Fakultas Teknologi Industri

Universitas Islam Indonesia



( Dr. Raden Teduh Dargahayu, S.T., M.Sc. )

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Lolita Vanda Fauzia  
NIM : 16523162

Tugas akhir dengan judul:

### **Pembuatan Kalender Konten dengan Google Sheet dan *Template* Unggahan sebagai Upaya Pengelolaan Media Sosial Instagram Komunitas Kantong Pintar**

Menyatakan bahwa seluruh komponen dan isi dalam tugas akhir ini adalah hasil karya saya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti ada beberapa bagian dari karya ini adalah bukan hasil karya sendiri, tugas akhir yang diajukan sebagai hasil karya sendiri ini siap ditarik kembali dan siap menanggung resiko dan konsekuensi apapun.

Demikian surat pernyataan ini dibuat, semoga dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Magetan, 2 Februari 2021



( Lolita Vanda Fauzia )

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Laporan ini saya persembahkan untuk kedua orangtua saya, Bapak dan Ibu yang selama 24 jam 7 hari penuh menemani saya menyusun laporan dari awal hingga akhir, adik laki-laki saya satu-satunya yang rela tidur pagi bangun pagi untuk menemani saya sambil nonton bola. Untuk almarhum kakek dan almarhumah nenek, Mbah Kung Mbah Putri, yang belum sempat melihat cucunya mengenakan toga dan berfoto bersama.

Riswanda dan Assyifa, dua teman team pengabdian saya, terimakasih sudah berjuang bersama selama 4,5 tahun ini, terutama satu setengah tahun kita lalui bersama, pusing bersama, capek bersama, semoga pusing-pusing kita bertiga akan membuahkan hasil yang maksimal nanti. Aamiin.



## HALAMAN MOTO

What ever it takes,  
even it makes me hurt,  
it leads me to a sad ending,  
**the show must go on.**

(Sunmi, Heroine)



## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji Syukur penulis ucapkan kepada kehadiran Yang Maha Esa, Allah SWT yang atas ridho-Nya penulis dapat menyelesaikan laporan ini guna memenuhi tugas akhir mata kuliah Pengabdian Masyarakat program studi Informatika di Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia. Proses dalam penyusunan laporan tugas akhir ini merupakan prose dimana penulis benar-benar belajar membagi waktu dan pikiran, belajar untuk menetapkan prioritas dan tanggungjawab. Penulis sangat mengharapkan adanya kritik yang saran terhadap laporan yang berjudul “Pembuatan Kalender Konten dengan Google Sheet dan *Template* Unggahan sebagai Upaya Pengelolaan Media Sosial Instagram Komunitas Kantong Pintar” dikarenakan penulis sendiri masih menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari kata sempurna.

Pengabdian dan penyusunan laporan ini tidak akan bisa terwujud tanpa bantuan, arahan, bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu terselesaikannya pengabdian ini. Penulis mengucapkan rasa terima kasihnya yang sangat kepada:

1. Bapak Fathul Wahid, S.T., M.Sc., Ph.D., selaku rektor Universitas Islam Indonesia
2. Bapak Prof. Dr. R. Hari Purnomo selaku Dekan Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia
3. Bapak Hendrik, S.T., M.Eng., selaku Ketua Jurusan Informatika Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia
4. Bapak Andhika Giri Persada, S.Kom., M.Eng. selaku Dosen Pembimbing Pengabdian, terima kasih telah membimbing penulis selama satu tahun 6 bulan, memberikan ide, saran, dan nasehat terkait program-program pengabdian maupun penulisan laporan tugas akhir,
5. Ibu Novi Setiani, selaku Dosen Pembimbing Akademik yang dengan sabar selalu mengingatkan untuk menyicil laporan dari awal semester agar tidak keteteran, yang tidak pernah lupa mengingatkan untuk selalu menjaga kesehatan,
6. Seluruh dosen Informatika, keluarga besar Informatika dan Fakultas Teknologi Industri, keluarga KKN, atas dukungan dan semangat yang terus diberikan kepada penulis,

7. Assyifa dan Riswanda selaku teman seperjuangan selama pengabdian. Berbulan-bulan mereka dan penulis lalu bersama ditengah kebingungan, kehilangan arah, maupun ditengah kebahagiaan,
8. Team Komunitas, Mbak Nesya, Mbak Ria, Nadira dan seluruh anggota, atas partisipasi dan kesiapannya saat team pengabdian meminta banyak hal ini itu yang tak kunjung selesai demi tercapainya tujuan pengabdian,
9. Seluruh teman-teman Hexadecima (Informatika 2016) yang selalu memberikan motivasi, dukungan dan saran sehingga penulis dapat dengan cepat menyelesaikan penyusunan laporan tugas akhir,
10. Orangtua penulis, Bapak dan Ibu yang selama 24 jam 7 hari nonstop menemani dan membimbing saya selama penyusunan laporan dengan cerita-cerita masa kuliahnya dan meyakinkan saya bahwa laporan ini akan selesai tepat waktu dan sesuai harapan,
11. Adik penulis, Dery, yang selalu memberi penulis semangat untuk meneruskan laporannya dengan mengerjakan laporan kegiatan lapangannya di depan penulis sehingga penulis merasa termotivasi,
12. Alm. Mbah Kung dan Mbah Putri, yang belum sempat melihat ketujuh cucunya menjadi hebat di jalan cita-cita masing-masing,
13. Fionna, Mira, Vani, Ulfa, Hanif, Elang, Khukuh, Owe, Masyhar, Andri, ieman-teman yang setia memberi semangat agar penulis dapat menyelesaikan laporan dengan cepat dan menyusul mereka menjadi manusia satu langkah lebih dewasa,
14. Dwitiya, teman seperjuangan yang tidak pernah bosan untuk selalu mengingatkan agar cepat menyelesaikan tugas akhir dan lulus bersama,
15. Anneth, Ananda, Fahri si pemberi semangat setaip penulis merasa down dan tidak memiliki motivasi untuk melanjutkan laporan,
16. Kepada diri penulis sendiri, Lolita Vanda Fauzia, atas kerja kerasnya selama empat tahun enam bulan ini menimba ilmu dan mengemban kewajiban sebagai mahasiswa di Universitas Islam Indonesia,
17. Seluruh pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu yang mendukung penulis. Semoga pengabdian ini bermanfaat terutama bagi Komunitas yang penulis abdi dan mendapatkan berkah dari Allah SWT.

Hanya ucapan terima kasih serta doa tulus yang dapat penulis sampaikan untuk semua bantuan, dukungan dan kritik serta saran yang menjadi api pengobar semangat penulis. Semoga kita semua dilimpahkan kebahagiaan, kesehatan terutama ditengah adanya pandemi yang tidak



kunjung usai ini sehingga dapat berkumpul dengan keluarga tercinta dan dapat selalu memuki kebesaran serta menjalankan perintah-Nya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Magetan, 2 Februari 2021



( Lolita Vanda Fauzia )



## SARI

Kantong Pintar sudah tidak asing dengan penggunaan media sosial berupa Instagram (@komunitaskantongpintar) untuk mempublikasikan segala jenis kegiatan yang sedang dan akan dilakukan oleh komunitas Kantong Pintar sehingga informasinya dengan lebih mudah didapatkan oleh masyarakat. Namun, di tengah banyaknya komunitas lain yang ada di Yogyakarta, Komunitas Kantong Pintar masih tergolong komunitas yang belum dapat mengelola dan menggunakan media sosial tersebut dengan tepat sehingga penyampaian informasi tentang komunitas masih belum luas. Selain itu, pengelola juga sulit untuk menentukan pola pengelolaan media sosial yang baik agar dapat berjalan optimal dan efisien. Dari situ penulis mengajukan solusi berupa pembuatan kalender konten menggunakan Google Sheet, pembuatan template unggahan, serta pengaplikasian kalender konter ke alat penjadwalan unggahan *online* sebagai upaya pengelolaan media sosial Instagram Komunitas Kantong Pintar. Dalam prosesnya, penulis menggunakan metode pengumpulan data wawancara, observasi dan dokumentasi. Wawancara dilakukan kepada pengeloa media sosial Instagram Komunitas Kantong Pintar serta ketua umum Komunitas Kantong Pintar. Pembuatan kalender konten serta *template* dapat membantu kerja pengelola dalam mengelola media sosial Instagram. Selain itu, dengan adanya konsep baru dalam pengelolaan memberi kesempatan untuk pengikut berinteraksi langsung dan meningkatkan *engagement* pada media sosial Instagram serta menaikkan minat masyarakat umum untuk bergabung dengan Komunitas Kantong Pintar. Berdasarkan hasil evaluasi serta dampak yang diakibatkan, solusi yang ditawarkan dapat dinilai berhasil dan diterima baik dengan respon yang positif oleh pengelola media sosial Instagram Komunitas Kantong Pintar.

Kata kunci: Komunitas, media sosial, Instagram, kalender konten.

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN DOSEN PENGUJI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
HALAMAN MOTO .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
SARI.....	x
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>15</b>
1.1 Latar belakang.....	15
1.2 Rumusan Masalah.....	16
1.3 Batasan Masalah .....	16
1.4 Tujuan Pengabdian.....	17
1.5 Manfaat Pengabdian.....	17
1.6 Metodologi Pengabdian.....	17
1.7 Metode Pengumpulan Data .....	18
1.8 Sistematika Laporan.....	19
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>20</b>
2.1 Komunitas.....	20
2.1.1 Pengertian Komunitas.....	20
2.1.2 Jenis Komunitas.....	20
2.1.3 Ciri-ciri Komunitas .....	20
2.1.4 Manfaat Komunitas.....	21
2.2 Media Sosial .....	21
2.2.1 Pengertian Media Sosial.....	21
2.2.2 Jenis Media Sosial .....	22
2.2.3 Ciri-ciri Media Sosial.....	22
2.2.4 Jumlah Pengguna Media Sosial.....	22
2.2.5 Fungsi Media Sosial untuk Bisnis .....	23
2.3 Instagram .....	23
2.3.1 Pengertian Instagram .....	23
2.3.2 Fitur Instagram .....	24
2.4 Google Sheet.....	26
2.4.1 Pengertian Google Sheet .....	26
2.4.2 Fitur Google Sheet .....	27
2.5 Kalender Konten .....	27
2.5.1 Langkah Pembuatan Kalender Konten .....	27
2.5.2 Manfaat Kalender Konten .....	28
2.6 Google Calendar .....	29
2.6.1 Pengertian Google Calendar.....	29
2.6.2 Fitur Google Calendar.....	29
<b>BAB III METODE PENGABDIAN.....</b>	<b>30</b>
3.1 Analisis Situasi dan Identifikasi Kebutuhan.....	31
3.2 Perencanaan Tujuan .....	33

3.3	Pelaksanaan Pengabdian.....	34
3.3.1	Pengaktifan Mode Bisnis .....	35
3.3.2	Pembuatan Kalender Konten.....	35
3.3.3	Pembuatan <i>Template</i> Unggahan.....	35
3.3.4	Penggunaan Alat Penjadwalan Unggahan (opsional).....	35
3.3.5	Pendampingan Pengelola Media Sosial .....	35
3.4	Evaluasi Hasil Pengabdian .....	35
3.5	Dampak Pengabdian.....	36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....		37
4.1	Pelaksanaan .....	37
4.1.1	Pengaktifan Mode Bisnis .....	37
4.1.2	Pembuatan Kalender Konten.....	39
4.1.3	Pembuatan <i>Template</i> Unggahan.....	45
4.1.4	Penggunaan Alat Penjadwalan Unggahan (opsional).....	48
4.1.5	Pendampingan Pengelola Media Sosial .....	48
4.2	Evaluasi Hasil Pengabdian .....	49
4.2.1	Pengaktifan Mode Bisnis .....	49
4.2.2	Pembuatan Kalender Konten.....	49
4.2.3	Pembuatan <i>Template</i> Unggahan.....	49
4.2.4	Penggunaan Alat Penjadwalan Unggahan (opsional).....	50
4.2.5	Pendampingan Pengelola Media Sosial .....	50
4.3	Dampak Pengabdian.....	50
4.4	Refleksi Pengabdian.....	51
4.4.1	Pengalaman serta Pengetahuan yang Didapat selama Pengabdian ...	51
4.4.2	Kendala dan Masalah yang Terjadi saat Pengabdian .....	52
4.4.3	Proyek Jangka Panjang ( <i>Long-Term Project</i> ) untuk Pengabdian.....	52
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....		54
5.1	Kesimpulan.....	54
5.2	Saran.....	54
DAFTAR PUSTAKA .....		55
LAMPIRAN .....		57

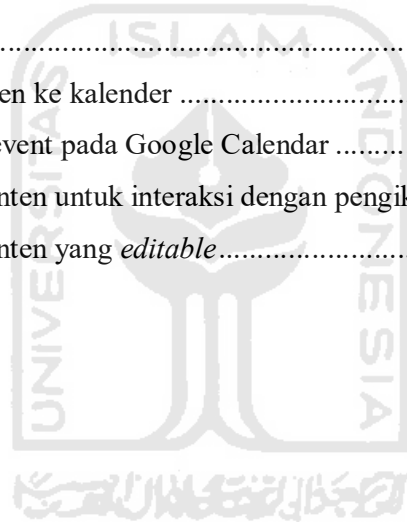
## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Jumlah pengguna situs jejaring sosial per Oktober 2020 .....	23
Tabel 3.1 <i>Jobdesk</i> masing-masing anggota tim pengabdian .....	30
Tabel 3.2 Struktur tim Komunitas Kantong Pintar .....	30
Tabel 3.3 Pertanyaan terkait permasalahan komunitas tentang publikasi kegiatan.....	32
Tabel 3.4 Hasil analisis kompetitor.....	33
Tabel 3.5 Tujuan dan Luaran pengabdian .....	33
Tabel 4.1 Jenis-jenis konten beserta urgensinya.....	40
Tabel 4.2 contoh <i>template</i> konten wajib hari besar Indonesia dan Internasional .....	45
Tabel 4.3 Indikator keberhasilan solusi bagi pengelola Instagram Komunitas Kantong Pintar .....	50
Tabel 4.4 Proyek jangka panjang pengabdian .....	53



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Pertemuan dengan pengurus Komunitas Kantong Pintar.....	32
Gambar 3.2 Alur pelaksanaan pengabdian.....	35
Gambar 4.1 Rincian <i>engagement</i> pengikut terhadap keseluruhan unggahan.....	37
Gambar 4.2 Rincian <i>engagement</i> pengikut terhadap salah satu keseluruhan unggahan.....	38
Gambar 4.3 Rincian jumlah pengguna berinteraksi dengan media sosial Instagram Komunitas Kantong Pintar dan perkembangan jumlah pengikut selama 7 hari .....	38
Gambar 4.4 Pertumbuhan <i>engagement rate</i> per 2 Februari 2021 .....	39
Gambar 4.5 Skema pembuatan kalender konten .....	39
Gambar 4.6 Template kalender konten media sosial yang akan dipakai .....	41
Gambar 4.7 Count of Week Calendar .....	42
Gambar 4.8 Day of Week .....	42
Gambar 4.9 Hasil pemetaan konten ke kalender .....	43
Gambar 4.10 Rincian pengisian event pada Google Calendar .....	44
Gambar 4.11 Contoh template konten untuk interaksi dengan pengikut .....	47
Gambar 4.12 Contoh template konten yang <i>editable</i> .....	48



## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar belakang

Semakin hari perkembangan teknologi semakin pesat. Informasi dengan sangat mudah ditemukan dan didapat dengan bantuan internet. Akses internet yang terjangkau dan didukung dengan keberadaan perangkat digital yang memadai menyebabkan berbagai kalangan masyarakat dapat memperoleh informasi dengan cepat dan mudah. Hal ini tidak dapat dipisahkan dengan semakin seringnya penggunaan media sosial sebagai salah satu sumber informasi.

Penggunaan media sosial sebagai sarana pemasaran sudah tidak asing lagi, terutama di kalangan *enterpreneur* maupun perusahaan. Pemasaran melalui media sosial sendiri telah menunjukkan adanya timbal balik yang besar dari para konsumen dan mampu menggiring opini lebih banyak dibanding dengan hanya melakukan pemasaran secara *offline*. (Pramudyatama)

Hootsuite, perusahaan analisis media sosial dari Kanada menyebutkan bahwa di Indonesia sendiri penggunaan media sosial pada tahun 2020 sudah mencapai 59% dari 272 juta jiwa, yaitu sekitar 160 juta jiwa dengan YouTube menempati urutan pertama dengan persentase sebesar 88% dari pengguna media sosial secara keseluruhan, diikuti dengan WhatsApp di urutan kedua dengan persentase 84%, Facebook di urutan ketiga sebesar 82%, Instagram dan Twitter di bawahnya dengan persentase sebesar 79% dan 56%. (Jayani, 2020) Banyaknya masyarakat dari berbagai lapisan dan kekuatan ekonomi yang menggunakan media sosial dibanding media teknologi lain menyebabkan pemasaran dapat lebih mengenai sasaran yang tepat dan ruang lingkup yang lebih luas.

Kantong Pintar merupakan sebuah komunitas yang memusatkan kegiatannya di Daerah Istimewa Yogyakarta. Komunitas ini merupakan salah satu dari sekian komunitas yang ikut berperan aktif meningkatkan kualitas pendidikan dan pemberdayaan masyarakat. Kantong Pintar memanfaatkan penggunaan media sosial berupa Instagram (@komunitaskantongpintar) untuk mempublikasikan segala jenis kegiatan yang sedang dan akan dilakukan oleh komunitas Kantong Pintar sehingga informasinya dengan lebih mudah didapatkan oleh masyarakat.

Selain komunitas Kantong Pintar, terdapat banyak komunitas-komunitas lain di Indonesia yang juga memanfaatkan adanya instagram sebagai alat utama dalam mengembangkan komunitas. Berdasarkan kererangan dari profil yang terlihat di akun resmi Instagram,

komunitas Kantong Pintar terhitung hanya memiliki 435 pengikut yang mana angka tersebut tergolong sangatlah rendah jika dibandingkan dengan komunitas lain yang angkanya mayoritas sudah mencapai ribuan. Hal tersebut menjadi masalah tersendiri untuk komunitas, yaitu bagaimana caranya mempertahankan eksistensi komunitas di tengah banyaknya komunitas lainnya.

Selain itu, jaranganya publikasi informasi yang dilaksanakan secara berkala oleh pengelola menimbulkan permasalahan utama, yaitu sulitnya menggali informasi kegiatan-kegiatan dan informasi penting lainnya, termasuk dengan pengadaan sumber daya manusia (SDM). Terbatasnya informasi tentang pengadaan program magang dan relawan memungkinkan SDM sulit didapatkan. Hal tersebut dapat menghambat jalannya komunitas dan program-program yang sudah ada.

Adanya sebuah pandemi yang sedang berlangsung terutama di Indonesia, semakin mengharuskan masyarakat untuk melakukan segala sesuatunya dengan *social distancing*, di mana aktivitas tatap muka sangat dibatasi dan mengandalkan sepenuhnya pada komunikasi secara jarak jauh atau daring. Hal ini mendesak Komunitas Kantong Pintar untuk semakin memfokuskan kegiatan serta publikasinya secara *online*.

Publikasi secara *online* tersebut dapat dibantu dengan adanya perencanaan yang matang, dibantu dengan teknologi yang mudah digunakan. Perencanaan tersebut dapat berupa pembuatan pre-design/template unggahan, pembuatan kalender konten unggahan yang dibantu oleh teknologi yang ditawarkan Google Inc. yaitu Google Sheet, dan penjadwalan otomatis sehingga media sosial dapat beroperasi secara teratur dan terorganisir.

Atas dasar permasalahan di atas, maka tim menawarkan beberapa solusi yang dapat membantu permasalahan komunitas, yang secara spesifik pada laporan ini berupa pemanfaatan Google Sheet dalam pembuatan kalender konten dan *template* unggahan instagram sebagai salah satu upaya pengelolaan media sosial Instagram Komunitas Kantong Pintar.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah pada pengabdian ini adalah bagaimana cara pengelolaan media sosial Instagram agar dapat berjalan secara teratur terorganisir dengan menggunakan bantuan Google Sheet serta pembuatan *template* unggahan.

## **1.3 Batasan Masalah**

Batasan masalah ditentukan agar pelaksanaan dapat lebih berfokus pada:



- a. Media sosial Instagram hanya sebagai media penyampaian informasi terkait kegiatan Komunitas Kantong Pintar saja.
- b. Komunitas Kantong Pintar sedang mengalami masa hiatus (belum beroperasi secara rutin) sehingga dokumentasi kegiatan masih merupakan dokumentasi lama.

#### **1.4 Tujuan Pengabdian**

1. Mengetahui cara pengelolaan media sosial Instagram Komunitas Kantong Pintar
2. Mengetahui kendala dalam pengelolaan media sosial Instagram Komunitas Kantong Pintar
3. Mengatur strategi dalam pengelolaan media sosial Instagram Komunitas Kantong Pintar
4. Memanfaatkan teknologi Google Sheet untuk pembuatan kalender konten sebagai alat yang membantu pengelolaan media Sosial Instagram Komunitas Kantong Pintar

#### **1.5 Manfaat Pengabdian**

1. Mengetahui dan menetapkan pola tetap yang dapat digunakan Komunitas Kantong Pintar dalam mengelola media sosial Instagram.
2. Memudahkan untuk mengelola media sosial Instagram Komunitas Kantong Pintar dalam jangka waktu panjang.

#### **1.6 Metodologi Pengabdian**

Pelaksanaan keseluruhan kegiatan pengabdian secara berurutan terdiri dari beberapa tahapan, yaitu:

- a. Analisis Situasi dan Identifikasi Kebutuhan

Pelaksanaan pengabdian diawali dengan menentukan target dari pengabdian serta mengidentifikasi kebutuhan dari target. Komunitas Kantong Pintar adalah target yang telah ditentukan bersama tim.

- b. Penentuan Tujuan

Penentuan tujuan dilakukan untuk menentukan luaran yang ingin dicapai agar dapat memenuhi kebutuhan Komunitas Kantong Pintar.

- c. Pelaksanaan Pengabdian

Tahapan ini merupakan pelaksanaan tujuan yang telah ditentukan sebelumnya untuk memenuhi kebutuhan Komunitas Kantong Pintar.

- d. Evaluasi Hasil

Evaluasi hasil dilakukan untuk meninjau kembali tahapan-tahapan pelaksanaan pengabdian dari proses awal hingga luaran yang dicapai, apakah sudah sesuai dengan tujuan yang ditentukan sebelumnya.

e. Dampak Pelaksanaan Pengabdian

Pada tahaan ini akan dilakukan pengukuran dampak atau perbedaan sebelum dan sesudah adanya pelaksanaan pengabdian, yang mana pengukuran ini dapat dijadikan tolak ukur keberhasilan pengabdian.

### 1.7 Metode Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan sebagai pembantu agar mempermudah proses pengabdian terbagi menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung melalui wawancara dengan subjek pengabdian, sedangkan data sekunder dapat diperoleh dari observasi yang penulis lakukan serta dokumentasi dari Komunitas Kantong Pintar. Metode yang dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Wawancara

Wawancara dilakukan secara mendalam atau *intensive interview*, yaitu merupakan suatu cara mengumpulkan informasi atau data dengan cara bertatap muka langsung dengan sumber atau informan agar mendapatkan data yang lengkap dan mendalam. (Kriyantono, 2006, hal. 98) Pada pengabdian ini, informan yang diwawancarai adalah mbak Nesya dan mbak Ria selaku pencetus awal terbentuknya Komunitas Kantong Pintar dan Nadira, selaku ketua umum Komunitas Kantong Pintar.

2. Observasi

Observasi adalah kegiatan mengamati suatu objek secara langsung tanpa adanya penengah, perantara atau mediator untuk melihat secara dekat kegiatan yang dilakukan objek yang sedang diamati. (Kriyantono, 2006, hal. 106)

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah suatu metode yang dilakukan untuk mendapatkan informasi yang mendukung metode wawancara dan observasi. Dokumentasi yang dilakukan dalam pengabdian ini adalah kegiatan-kegiatan yang dilakukan Komunitas Kantong Pintar, baik selama sebelum masa pandemi ataupun selama masa pandemi berlangsung. Salah satunya adalah kunjungan ke Wonolelo, Bantul sebagai salah satu tempat Komunitas Kantong Pintar mengabdikan.

## 1.8 Sistematika Laporan

Dalam penyusunan laporan tugas akhir ini, sistematika penulisan dapat dibagi menjadi 5 bab sebagai berikut:

### a. Bab I Pendahuluan

Bab ini berisikan dasar-dasar pelaksanaan pengabdian, latar belakang dan permasalahan yang tengah dihadapi, kemudian penawaran solusi yang tepat. Setelah itu dilanjutkan dengan rumusan masalah, tujuan dan manfaat dari pengabdian.

### b. Bab II Landasan Teori

Bab ini berisi teori yang mendukung pelaksanaan pengabdian, bersumber dari buku, jurnal, website, dan artikel yang pernah diterbitkan sebelumnya sebagai bahan referensi yang berhubungan dengan topik atau solusi yang ditawarkan.

### c. Bab III Metodologi Pengabdian

Bab ini berisi tahapan dan langkah-langkah yang dilakukan selama pelaksanaan pengabdian. Berisi Subjek dan objek pengabdian, metode pengumpulan data, keanggotaan pengabdian, tahapan pengabdian, serta evaluasi pengabdian.

### d. Bab IV Hasil dan Pembahasan

Bab ini berisi pembahasan mengenai proses pembuatan kalender konten dengan Google Sheet, pembuatan *pre-design* atau template dan pengaplikasian pada alat bantu penjadwalan unggahan. Kemudian mengevaluasi solusi sesuai dengan indikator keberhasilan atau kondisi sebelum dan sesudah penerapan solusi pengabdian.

### e. Bab V Kesimpulan dan Saran

Berisi kesimpulan dari pelaksanaan pengabdian yang telah dilakukan sesuai dengan tujuan serta saran untuk mendukung pengabdian yang akan dilakukan setelahnya.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### 2.1 Komunitas

##### 2.1.1 Pengertian Komunitas

Komunitas adalah unit sosial dengan kesamaan seperti norma, agama, *value*, kebiasaan, ataupun identitas. Komunitas juga dapat diartikan dengan adanya kesamaan wilayah geografis, seperti negara, desa, kota, atau lingkungan, atau dalam bentuk ruang virtual melalui platform komunikasi. (Ritzer, 2007)

Menurut Kertajaya (2008), komunitas adalah orang berkelompok yang terbentuk atas adanya kepedulian, loyalitas, dan adanya kesamaan *values* sehingga menciptakan hubungan erat antar sesama anggotanya.

Sedangkan Loren O. Osborn dan Martin H. Neumeier (1984) mengemukakan, Komunitas adalah sebuah kelompok yang terkumpul dalam satu area geografis, memiliki ketertarikan dan kegiatan yang sama dan bergerak bersama dalam menyelesaikan permasalahan.

##### 2.1.2 Jenis Komunitas

Menurut Crow dan Allen (1994), secara umum komunitas dapat terbagi menjadi tiga jenis, diantaranya yaitu:

1. Komunitas berdasarkan minat

Komunitas ini terbentuk atas dasar kesamaan minat dan ketertarikan anggotanya seperti agama, pekerjaan, suku, ras, dan hobi. Komunitas ini merupakan komunitas dengan jumlah terbesar dikarenakan aspeknya yang sangat luas. Contohnya adalah komunitas penggemar anime, komunitas musik reggae, dan lain-lain.

2. Komunitas berdasarkan lokasi

Komunitas ini terbentuk atas persamaan letak geografis, dan saling mengenal satu sama lain sehingga timbul interaksi yang dapat memberikan kontribusi kepada lingkungannya.

3. Komunitas berdasarkan komuni

Komunitas ini terbentuk karena adanya suatu keinginan dan kepentingan bersama, yang merupakan ide dari terbentuknya komunitas itu sendiri.

##### 2.1.3 Ciri-ciri Komunitas

Menurut Muzafer Sherif dari buku berjudul *Dinamika Kelompok* (Santosa, 2006), ciri-ciri komunitas adalah sebagai berikut:

1. Adanya motif dan dorongan yang sama tiap individu menyebabkan interaksi sosial sesamanya dan memiliki tujuan yang sama.
2. Adanya reaksi serta kecakapan berbeda antar individu satu sama lain sebagai akibat adanya interaksi sosial.
3. Adanya struktur kelompok dan peranan masing-masing individu yang jelas dan berkembang dengan sendirinya untuk mencapai tujuan bersama.
4. Adanya penegasan norma serta pedoman tingkah laku anggota kelompok sebagai acuan dalam interaksi serta kegiatan anggota kelompok untuk merealisasikan tujuan kelompok.

Sementara itu, di buku yang sama George Simmel memiliki pendapat yang berbeda tentang ciri-ciri komunitas, di antaranya adalah:

1. Dilihat dari besar kecilnya jumlah individu atau anggota kelompok sosial
2. Dilihat dari tingkat atau derajat interaksi sosial di dalam kelompok sosial
3. Dilihat dari wilayah serta kepentingan
4. Dilihat dari keberlangsungan suatu kepentingan
5. Dilihat dari derajat organisasi

#### **2.1.4 Manfaat Komunitas**

Komunitas dibentuk atas pertimbangan manfaat yang diperoleh para anggotanya. Adapun beberapa manfaat komunitas adalah:

1. Sebagai sarana penyebaran informasi dengan cepat.
2. Sebagai sarana menjalin dan mempererat hubungan atau relasi suatu individu dengan individu lain.
3. Sebagai tempat di mana individu tertentu yang memiliki adanya kesamaan minat dan kondisi dapat saling mendukung satu sama lain.

## **2.2 Media Sosial**

### **2.2.1 Pengertian Media Sosial**

Media sosial adalah salah satu media teknologi yang menjembatani ratusan pengguna untuk dapat saling berbagi informasi dan berkomunikasi secara daring. Media sosial dapat diklasifikasikan menjadi berbagai bentuk: *weblog*, *wiki*, *microblogging*, majalah, dan lain-lain. (Russo, Watkins, Kelly, & Chan, 2010)

Media sosial didefinisikan sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibentuk dan dibangun atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0 dan memungkinkan adanya pertukaran konten yang dibuat oleh pengguna atau *user-generated content*. (Kaplan, 2010)

### 2.2.2 Jenis Media Sosial

Menurut Kaplan dan Haenlein (2010) ada enam jenis media sosial, yaitu:

1. Proyek kolaborasi, situs web memungkinkan pengguna untuk menambah, mengubah dan menghapus konten yang ada di situs web. Salah satunya adalah Wikipedia.
2. Blog dan mikroblog, pengguna dapat lebih bebas mengekspresikan sesuatu di blog ini. Contohnya adalah Twitter.
3. Konten, media sosial yang memungkinkan penggunanya dapat saling berbagi konten media seperti gambar, video, dan buku elektronik. Contohnya adalah Instagram, Tiktok, dan Youtube.
4. Situs jejaring sosial, aplikasi yang dapat menghubungkan pengguna dengan pengguna lain dengan cara mengunggah informasi pribadi berbentuk foto atau video, contohnya adalah Facebook dan Twitter.
5. *Virtual game world*, merupakan replika lingkungan tiga dimensi dimana pengguna dapat membuat avatar sesuai dengan dirinya dan dapat berinteraksi dengan pengguna lain di dalam game selayaknya di dunia nyata. Contohnya permainan daring atau *online game*.
6. *Virtual social world*, hampir sama dengan virtual game namun sifatnya lebih bebas dan lebih realistis, pengguna merasa hidup di dunia virtual dan interaksinya pun terlihat lebih nyata. Contohnya adalah Second Life.

### 2.2.3 Ciri-ciri Media Sosial

Menurut Gamble (2001), terdapat ciri-ciri dari media sosial, diantaranya adalah:

1. Pesan yang disampaikan jangkauannya lebih luas, tidak hanya untuk satu individu saja
2. Pesan yang disampaikan bebas dan tidak harus melalui suatu *Gatekeeper*
3. Pesan yang disampaikan lebih cepat penyampaiannya dibanding media yang lain
4. Waktu interaksi ditentukan sendiri oleh penerima pesan

### 2.2.4 Jumlah Pengguna Media Sosial

Keinginan semua orang untuk menjadi terkini dan memiliki media sendiri menjadikan media sosial berkembang dengan pesat. Perkembangan media sosial dapat dilihat dari banyaknya jumlah pengguna yang dimiliki oleh masing-masing situs jejaring sosial. (Grant & Meadows, 2010) Tabel 2.1 adalah data jumlah pengguna masing-masing situs per Oktober 2020 dikutip dari Statista (2020).

Tabel 2.1 Jumlah pengguna situs jejaring sosial per Oktober 2020

No	Nama Situs	Jumlah pengguna	No	Nama Situs	Jumlah pengguna
1	Facebook	2,701,000,000	10	Sina Weibo	523,000,000
2	YouTube	2,000,000,000	11	QZone	517,000,000
3	WhatsApp	2,000,000,000	12	Snapchat	433,000,000
4	Facebook Messenger	1,300,000,000	13	Reddit	430,000,000
5	WeChat	1,206,000,000	14	Kuaishou	430,000,000
6	Instagram	1,158,000,000	15	Pinterest	416,000,000
7	TikTok	689,000,000	16	Telegram	400,000,000
8	QQ	648,000,000	17	Twitter	353,000,000
9	Douyin	600,000,000	18	Quora	300,000,000

### 2.2.5 Fungsi Media Sosial untuk Bisnis

Media sosial dapat dimanfaatkan oleh pemilik atau pelaku usaha e-commerce. Media sosial sebagai salah satu media penyebar informasi terbesar memiliki potensi yang besar untuk para pelaku usaha mempromosikan produknya, mendorong untuk semakin meningkatkan kualitas yang ada dan menarik konsumen dan melampaui target penjualan.

Fungsi media sosial untuk bisnis menurut IDCloudHost (2019), diantaranya adalah:

1. Memperluas jaringan dan peluang bisnis
2. Meningkatkan popularitas dan brand produk serta bisnis
3. Memperoleh konsumen baru dengan pasar yang lebih luas
4. Umpan balik yang diterima lebih cepat dan tepat
5. Meningkatkan pengunjung website dan pencarian di mesin pencarian

## 2.3 Instagram

### 2.3.1 Pengertian Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, video, menerapkan *filter* digital, membagikannya dan aktivitas-aktivitas berjejaring lainnya. (Frommer, 2010) Lahir dari sebuah perusahaan bernama Burbun, Inc. Pada 6 Oktober 2010, nama Instagram diambil dari kata instan yang dapat dimaksudkan sebagai foto instan seperti polaroid, dan telegram yang merujuk pada alat yang bekerja mengirimkan informasi atau pesan kepada orang lain dengan cepat.

### 2.3.2 Fitur Instagram

Instagram mempunyai sejumlah fitur-fitur unggulan yang membuatnya digemari oleh jutaan pengguna. Fitur utama dari Instagram dapat dijabarkan sebagai berikut:

#### 1. Pengikut

Salah satu fitur sosial yang dimiliki Instagram adalah menjadikan pengguna memiliki pengikut atau mengikuti pengguna lainnya. Dengan menjadi pengikut pengguna lain, pengguna Instagram dapat berinteraksi langsung dengan memberikan tanda suka, komentar dan membagikan ulang foto dan video yang diunggah pengguna lainnya.

#### 2. Mengunggah Foto

Fitur yang paling utama dari Instagram adalah sebagai tempat berbagi foto dan video kepada pengguna yang lain. Foto yang akan diunggah dapat dipilih dari dua cara, yaitu dari galeri album foto dan langsung dari kamera bawaan Instagram.. (PU, 2011)

##### a. Kamera

Foto yang diambil dari kamera bawaan aplikasi Instagram dapat disimpan di dalam iDevice. Penggunaan kamera melalui Instagram dapat diiringi dengan menggunakan efek kamera (filter) yang disediakan dan pengguna dapat memilih sendiri sesuai dengan yang dikehendaki. Foto-foto tersebut juga dapat difokuskan di titik tertentu serta diputar arah letaknya sesuai dengan keinginan pengguna menggunakan efek *tilt-shift*.

Pengunggahan foto tidak terbatas pada jumlah tertentu, namun dalam sekali pengunggahan hanya dapat memuat 10 jumlah foto saja. Selain itu, ukuran yang digunakan dalam instagram ber-rasio 3:2 atau kotak (1:1) saja. Apabila melebihi ukuran, Instagram secara otomatis memotong foto menjadi ukuran yang ditentukan.

##### b. Efek foto (filter)

Versi awal Instagram terdiri dari 15 efek foto yang dapat digunakan oleh pengguna, diantaranya adalah 1977, X-Pro II, Brannan, Lomo-fi, Walden, Earlybird, Sutro, Poprocket, Toaster, Inkwel, Hefe, Nashville, Apollo, Gotham, dan Lord Kelvin. (Caddy, 2011)

##### c. Judul foto (caption)

Sebelum mengunggah sebuah foto, pengguna dapat membuat judul atau caption sesuai dengan keinginan pengguna. Judul tersebut dapat digunakan pengguna untuk menyebut pengguna lainnya dengan mencantumkan nama akun dari orang tersebut. Pengguna juga dapat memberikan label pada judul foto tersebut, sebagai tanda untuk mengelompokkan foto tersebut di dalam sebuah kategori.



d. Arroba (@)

Instagram juga memiliki fitur yang sama seperti Twitter dan Facebook, yaitu pengguna dapat menyebut pengguna lainnya dengan menambahkan tanda arroba (@) dan memasukkan nama akun Instagram dari pengguna tersebut. Tidak hanya menyebut pengguna lainnya di dalam judul foto, pengguna juga dapat menyebut nama akun pada bagian komentar foto. Fitur ini dimaksudkan agar pengguna dapat berinteraksi dengan pengguna yang disinggung tersebut.

e. Label Foto (tagar/hashtag)

Label dalam Instagram dimaksudkan sebagai sebuah kode yang memudahkan para pengguna untuk mencari foto dengan menggunakan suatu kata kunci. Penggunaan label pada foto menyebabkan foto tersebut dapat lebih mudah untuk ditemukan. Pada saat ini, label adalah cara yang terbaik jika pengguna hendak mempromosikan foto pada Instagram.

f. Publikasi kegiatan sosial

Instagram merupakan salah satu alat promosi yang baik dalam mempublikasikan sebuah kegiatan, salah satunya adalah kegiatan sosial. Dengan menyisipkan label yang bersangkutan dengan kegiatan sosial, akan semakin banyak kemungkinan masyarakat yang mengikuti kegiatan tersebut.

g. Publikasi organisasi

Hampir sama seperti publikasi kegiatan sosial, Instagram juga menjadi salah satu platform perusahaan besar untuk memasarkan produknya. Seperti Starbucks, Burberry, dan Levi's sudah menggunakan media sosial untuk memperkenalkan produk-produk terbarunya kepada masyarakat. Selain karena tidak berbayar, dengan adanya penggunaan Instagram produsen dapat berinteraksi secara langsung dengan para konsumen. Selain organisasi bersifat bisnis, organisasi jenis lainnya juga dapat menggunakan Instagram untuk tujuan politik ataupun bidang lainnya.

h. Geotagging (lokasi)

Geotagging sendiri adalah identifikasi metadata geografis dalam situs web ataupun foto. Fitur ini dapat digunakan apabila pengguna iDevice mengaktifkan GPS mereka di dalam iDevice mereka, sehingga dapat mendeteksi lokasi pengguna berada.

i. Jejaring Sosial

Instagram juga menawarkan fitur yang lebih luas, yaitu para pengguna dapat membagikan foto atau unggahan pada lingkup Instagram saja, melainkan foto atau unggahan tersebut dapat dibagikan melalui situs jejaring lainnya, seperti Facebook,

Twitter, Tumblr, dan lain-lain yang tersedia di halaman Instagram. Hal ini ditujukan agar penyebaran informasi lebih meluas dan merata.

### 3. Tanda Suka

Instagram memiliki sebuah fitur tanda suka yang memiliki fungsi yaitu sebagai penanda bahwa pengguna yang lain menyukai foto yang diunggah. Fitur ini merupakan fitur yang sama yang dimiliki oleh Facebook dan Twitter. Tanda suka berperan penting sebagai faktor utama yang mendefinisikan apakah foto tersebut terkenal atau tidak.

Halaman populer merupakan tempat kumpulan dari foto-foto terkenal yang ada di seluruh dunia pada saat itu. Secara tidak langsung foto tersebut akan dikenal oleh masyarakat mancanegara, sehingga jumlah pengikut dapat bertambah lebih banyak. Seiring berjalannya waktu, akan ada foto-foto terkenal baru yang masuk ke dalam halaman dan menggeser posisi kepopuleran foto sebelumnya.

### 4. Peraturan Instagram

Instagram menyediakan peraturan tersendiri bagi para penggunanya sebagai tempat untuk mengunggah foto-foto yang dapat dilihat oleh masyarakat umum. Peraturan yang paling penting di dalam Instagram adalah pelarangan keras untuk foto-foto pornografi, serta mengunggah foto pengguna lain tanpa izin dan melanggar privasi. Pengguna memiliki hak untuk menandai foto yang melanggar aturan dengan bendera atau melaporkannya langsung kepada Instagram.

Penandaan foto dengan bendera berfungsi sebagai pengaduan oleh pengguna terhadap pengguna Instagram lainnya. Hal ini dilakukan apabila sebuah foto mengandung unsur pornografi, ancaman, foto curian ataupun foto yang memiliki hak cipta. Informasi mengenai pihak yang telah menandainya akan dijaga kerahasiaannya. Para pengguna lainnya juga dapat melaporkan foto milik pengguna lain saat menemukan foto dengan pelanggaran-pelanggaran yang sama.

## 2.4 Google Sheet

### 2.4.1 Pengertian Google Sheet

Google Sheet adalah salah satu dari tiga layanan gratis *web-based Google Docs Office suite* yang dimiliki dan ditawarkan oleh Google Drive. Google Sheet tersedia dalam bentuk aplikasi web, aplikasi mobile untuk Android, iOS, Windows, dan aplikasi desktop dengan format yang kompatibel dengan format file Microsoft Excel. Google Sheet memberikan kemudahan

penggunanya untuk membuat dan mengubah file secara *online* serta berkolaborasi dengan pengguna lain secara *real time*. (Workspace, 2019)

#### 2.4.2 Fitur Google Sheet

Beberapa fitur penting dari Google Sheet, adalah:

##### 1. Editing (Menyunting)

Dokumen dapat dibuka, dibuka, dan diubah oleh banyak pengguna secara bersamaan dan pengguna dapat melihat per-karakter perubahan yang dilakukan oleh pengguna lain. Dokumen akan secara otomatis tersimpan ke server Google.

##### 2. Format file

Format file yang dapat dikenali oleh Google Sheet terhitung banyak, sehingga dapat digunakan hampir oleh seluruh pengguna. Diantaranya adalah .xls, .xlsm, .xlt, .ods, .csv, .tsv, .txt, dan .tab.

##### 3. Google Workspace

Aplikasi Google Sheet umumnya adalah aplikasi gratis yang dapat diakses seluruh pengguna Google, namun juga tersedia sebagai bagian dari Google Workspace, layanan *business-centered* dari Google yang menetapkan adanya langganan per bulan dengan tambahan fungsi yang terfokus kepada bisnis.

### 2.5 Kalender konten

Sesuai namanya, kalender konten adalah kalender perencanaan konten yang akan diunggah ke media sosial, berisikan hal-hal yang berkaitan dengan konten media sosial, mulai dari tema, jenis, foto, dan *caption*. (Dwi, 2018)

#### 2.5.1 Langkah Pembuatan Kalender Konten

Pembuatan kalender konten dapat dibantu dengan berbagai macam alat tidak berbayar seperti Microsoft Excel dan Google Spreadsheet. Beberapa hal yang harus dilakukan dan diperhatikan dalam pembuatan kalender konten diantaranya adalah sebagai berikut.

##### 1. Mengetahui target konsumen

Dalam pembuatan konten juga harus memperhatikan audiens atau target konsumen dari media sosial. pembuat konten harus mengetahui garis besar kelompok demografi audiens seperti umur, jenis kelamin, hal yang menarik minat mereka, serta gaya hidup masing-masing sehingga konten yang dibuat benar-benar sesuai dengan konten yang ingin mereka lihat.

##### 2. Meneliti konten populer

Meneliti konten populer dapat dimulai dengan meninjau ulang beberapa unggahan sebelumnya untuk mengetahui jenis konten apa yang dapat mencuri minat dari audiens. Selain itu, meneliti konten populer dapat juga dilakukan dengan mencari jawaban atas pertanyaan: Konten apa yang mendapatkan tanda suka dan komentar terbanyak dari para pengguna?

### 3. Memeriksa ulang konten yang dibuat

Identifikasi kembali tipe dan kategori konten yang sudah diunggah sebelumnya berfungsi untuk melihat manakah konten-konten lama yang dapat digunakan kembali atau diangkat kembali topiknya, serta mana yang sudah tidak dapat digunakan lagi.

### 4. Menetapkan jadwal publikasi

Langkah terakhir yang harus dilakukan adalah menetapkan jadwal publikasi konten. Hal yang paling diperhatikan adalah seberapa sering konten dipublikasikan pada tiap media sosial. Kemudian dilanjutkan dengan berapa banyak tipe dan kategori yang diunggah, baik konten original maupun konten dari sumber lain. Jenis konten dapat dibagi dengan rasio 60 banding 40. Unggah konten yang bersifat menarik dan informatif dengan porsi 60 dan porsi 40 untuk konten yang lain seperti kegiatan penawaran produk dari bisnis dan lain-lain.

## 2.5.2 Manfaat Kalender Konten

Manfaat kalender konten diantara adalah:

### 1. Menghemat waktu

Dengan kalender konten pengelola media sosial dapat memastikan kualitas konten yang akan diunggah benar-benar baik. Dibanding dengan pembuatan konten perhari yang memakan waktu lama, kalender konten memberikan kesempatan untuk merencanakan jauh-jauh hari sehingga waktu tidak banyak terbuang dan dapat digunakan untuk kepentingan lain.

### 2. Tanggal penting tidak terlewat

Dengan kalender konten pengelola dapat menandai kapan saja harus membangun interaksi dengan pengguna atau pengikut melalui konten yang *engaging*. Dengan adanya konten pada tanggal penting juga dapat menunjukkan penghormatan kepada pengguna yang merayakannya.

### 3. Pengelolaan media sosial sama rata

Dengan kalender konten, pengelola media sosial memiliki perencanaan yang jelas mulai dari tema yang digunakan, jumlah konten yang diunggah tiap bulannya, dan waktu atau jam-jam pengunggahan. Selain itu, kalender konten juga dapat mengatur agar pengelola tidak hanya aktif di satu platform saja. Melainkan dapat aktif di berbagai platform media sosial sekaligus dalam satu waktu.

#### 4. Topik konten seimbang

Pembuatan konten dari jauh hari dapat menghindar dari penggunaan topik konten yang sama secara berturut-turut dan menghindarkan pengikut dari rasa jenuh akan konten yang sama.

## 2.6 Google Calendar

### 2.6.1 Pengertian Google Calendar

Google Calendar adalah aplikasi pengelolaan waktu dan pengingat yang diluncurkan oleh Google pada tanggal 13 April 2006 versi beta, dan secara resmi diluncurkan pada Juli 2009 dalam bentuk web dan aplikasi mobile untuk platform Android dan iOS. Google Calendar memungkinkan pengguna untuk membuat dan menyunting suatu acara (event) dengan keterangan seperti waktu acara, lokasi, dan pengguna lain yang diundang.

### 2.6.2 Fitur Google Calendar

Beberapa fitur penting yang dimiliki Google Calendar diantaranya adalah:

1. Google Kalender memungkinkan pengguna untuk membuat dan menyunting suatu event.
2. Pengguna dapat menambahkan warna pada setiap event agar dapat dengan mudah dikelompokkan berdasarkan jenisnya.
3. Event dapat dilihat dalam berbagai bentuk, seperti kalender harian, mingguan dan bulanan.
4. Pengguna dapat mengaktifkan notifikasi dengan pilihan melalui e-mail, *mobile push notification*, dan lain-lain.
5. Pengguna dapat mengundang pengguna lain untuk menghadiri event yang dibuat, selain itu event akan secara otomatis terekam di Google Calendar milik pengguna yang sudah diundang tersebut. Pengguna yang diundang juga dapat memilih apakah akan menghadiri event atau tidak.

### BAB III METODE PENGABDIAN

Pengabdian dilakukan dengan tim yang terdiri dari tiga anggota mahasiswa Universitas Islam Indonesia Fakultas Teknologi Industri Jurusan Informatika dan tujuh anggota dari Komunitas Kantong Pintar sebagai target dari pengabdian yang masing-masing memiliki *jobdesk* atau bagian masing-masing selama melakukan pengabdian. Deskripsi masing-masing tugas tiga anggota mahasiswa dapat dilihat di Tabel 3.1.

Tabel 3.1 *Jobdesk* masing-masing anggota tim pengabdian

No	Nama anggota	<i>Jobdesk</i> atau bagian selama pengabdian
1.	M. Riswanda Aminullah	Koordinator tim sekaligus koordinator pengarsipan dokumen komunitas Kantong Pintar
2.	Assyifa Narulita	Desainer tim sekaligus koordinator perancangan antarmuka website Komunitas Kantong Pintar
3.	Lolita Vanda Fauzia	Hubungan masyarakat (Humas) tim sekaligus koordinator pengelolaan media sosial Komunitas Kantong Pintar

Sedangkan struktur dan keanggotaan serta tugas masing-masing anggota Komunitas Kantong Pintar sebagai target pengabdian tim dapat dilihat di Tabel 3.2.

Tabel 3.2 Struktur tim Komunitas Kantong Pintar

No	Nama anggota	<i>Jobdesk</i> atau bagian selama pengabdian
1.	Nadira Elok Susanti	Ketua Umum Komunitas Kantong Pintar sekaligus koordinator utama dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat dari pihak Komunitas Kantong Pintar
2.	Nana	Sekretaris sekaligus koordinator pengumpulan informasi manajemen pengarsipan dan informasi untuk perancangan desain antarmuka website
3.	Ima	Bendahara
4.	Nesya Arantika Dewi	Kepala Divisi Multimedia dan Marketing sekaligus koordinator data-data yang dibutuhkan dalam perancangan desain antarmuka website serta pengelolaan media sosial

5.	Ria Palupi Jati	Kepala Divisi Community Development
6.	Dilani Maryam	Kepala Divisi Community Engagement
7.	Rudy	Temugiring Project Manager

Pelaksanaan pengabdian terbagi menjadi beberapa tahapan. Tahapan awal, tahap pertama adalah analisis situasi dan identifikasi kebutuhan dari target pengabdian. Kemudian dari tahap tersebut ditarik hasil berupa tujuan dan solusi yang akan diterapkan untuk memenuhi kebutuhan target. Setelahnya baru dilakukan pelaksanaan pengabdian berupa implementasi dari solusi-solusi yang diberikan. Kemudian langkah terakhir adalah evaluasi hasil dari pelaksanaan pengabdian serta pengukuran dampak sebelum dan sesudah adanya pengabdian.

Tahapan pengabdian secara lengkap dijelaskan dalam pembahasan berikut:

### **3.1 Analisis Situasi dan Identifikasi Kebutuhan**

Sebelum diadakan analisis situasi dan identifikasi masalah, terlebih dulu dilakukan proses penentuan target pelaksanaan pengabdian yang dipilih serta diputuskan bersama oleh anggota tim. Proses awal tersebut menghasilkan keputusan bahwa target dari pengabdian ini adalah Komunitas Kantong Pintar dengan beberapa pertimbangan.

Analisis situasi dan identifikasi kebutuhan dilakukan dengan tujuan:

1. Mengetahui kondisi serta kendala yang sedang dialami oleh Komunitas Kantong Pintar
2. Mencari tahu masalah dan solusi yang dapat dilakukan dengan pendekatan teknologi informasi
3. Menetapkan rencana yang akan diterapkan sesuai dengan kondisi komunitas

Kemudian dari proses tersebut, dapat diketahui bahwa permasalahan yang tengah dihadapi oleh Komunitas Kantong Pintar adalah:

1. Jumlah SDM terbilang masih kurang
2. Pengelolaan komunitas masih dinilai kurang baik dan optimal
3. Media yang digunakan dalam penyampaian informasi masih kurang

Untuk lebih mengetahui kendala utama Komunitas Kantong Pintar terlebih dalam pengelolaan media sosial sebagai media peas Kantong Pintar, dilakukan wawancara dengan pengelola komunitas dengan pertanyaan yang diajukan terlihat pada Tabel 3.3.

Tabel 3.3 Pertanyaan terkait permasalahan komunitas tentang publikasi kegiatan

No	Pertanyaan terkait permasalahan komunitas
1.	Sejauh ini, media sosial apa saja yang pernah digunakan sebagai sarana publikasi kegiatan komunitas?
2.	Apakah penggunaan media sosial tersebut telah berjalan sebagaimana mestinya?
3.	Jika belum, apakah yang menyebabkan penggunaan media sosial tersebut tidak optimal? Apakah ada kendala yang menghambatnya?
4.	Bagaimana menurut anda jika diadakannya pembangunan ulang media sosial yang digunakan agar lebih optimal dan berjalan dengan baik dan terorganisir?
5.	Seperti apakah pembangunan ulang yang menurut anda harus dilakukan agar tujuan awal dapat tercapai?
6.	Dari skala 1 sampai 10, seberapa urgensi dari adanya program pembangunan ulang media sosial sebagai upaya pengelolaan media sosial Instagram Komunitas Kantong Pintar?

Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, komunitas Kantong Pintar sudah memiliki media sosial Instagram sejak lama. Namun, penggunaannya dapat dikatakan masih belum optimal dan belum menarik banyak perhatian dan ketertarikan masyarakat, sehingga diperlukannya program untuk membangun ulang media sosial Instagram milik Komunitas Kantong Pintar. Selain itu, media sosial Instagram untuk saat ini menjadi satu-satunya sarana komunikasi antara komunitas dengan masyarakat luar sehingga urgensi untuk kembali menjadikan media sosial aktif sangat tinggi.



Gambar 3.1 Pertemuan dengan pengurus Komunitas Kantong Pintar



Kemudian juga dilakukan perbandingan yang disajikan di Tabel 3.4 antara media sosial Instagram Komunitas Kantong Pintar dengan media sosial Instagram komunitas kompetitor di Daerah Istimewa Yogyakarta, terutama yang bergerak di bidang pendidikan dan pemberdayaan masyarakat yang kemudian dapat dijadikan referensi untuk mengatasi permasalahan.

Tabel 3.4 Hasil analisis kompetitor

<b>Nama Komunitas</b>	<i>username</i>	<b>Bidang</b>	<b>Pengikut</b>	<b>Unggahan/minggu</b>
Yogyakarta Mengajar (YM)	Yogyakarta_mengajar	Pendidikan	3,212 pengguna	4 unggahan
Forum Jogja Peduli	f_jogjapeduli	Sosial	2,468 pengguna	2,3 unggahan
Bintang Kidul	Bintangkidul	Pendidikan	608 pengguna	3 unggahan
KeMANGTEER Jogja (mangrove)	kemangteerjgj	Pendidikan (lingkungan)	596 pengguna	2 unggahan (tergantung kegiatan)

Berdasarkan dari hasil analisis tersebut, dapat disimpulkan bahwa pengunggahan konten dan publikasi kegiatan memegang peran lumayan penting dalam perkembangan media sosial. Adanya kegiatan yang menunjukkan bahwa komunitas masih aktif meningkatkan kepercayaan audience untuk ikut melibatkan diri dalam setiap kegiatan *online* Komunitas Kantong Pintar.

### 3.2 Perencanaan Tujuan

Tujuan serta luaran yang akan dicapai ditentukan berdasarkan identifikasi kebutuhan serta diskusi lanjut dengan pengelola Komunitas Kantong Pintar, yang mana riciannya dapat dilihat di Tabel 3.5.

Tabel 3.5 Tujuan dan Luaran pengabdian

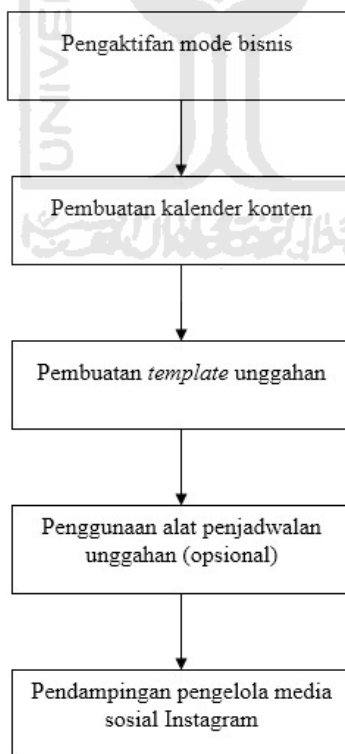
<b>No</b>	<b>Tujuan</b>	<b>Luaran</b>
1.	Pengaktifan mode bisnis media sosial Instagram	Pengelola mudah dalam melihat perkembangan <i>engagement</i> pengikut terhadap media sosial Instagram
2.	Penggunaan kalender konten menggunakan Google Sheet serta <i>template</i> unggahan media sosial Instagram	Memudahkan pengelola mengelola media sosial Instagram
3.	Pemanfaatan alat penjadwalan konten media sosial secara <i>online</i>	Penyampaian informasi terkait kegiatan Komunitas Kantong Pintar berjalan teratur dan terorganisir

4.	Pendampingan pengelola media sosial Instagram	Pengelola media sosial Instagram paham dan dapat menerapkan penggunaan alat yang membantu
----	---	---

Berdasarkan dari Tabel 3.5, dapat ditarik kesimpulan bahwa Komunitas Kanton Pintar perlu sebuah alat untuk membantu pengelolaan media sosial Instagram sebagai salah satu sarana penyampaian informasi, sehingga penggunaannya dapat berlangsung secara teratur dan terorganisir. Pembuatan kalender konten dipilih karena merupakan salah satu alat yang sangat membantu dalam pengelolaan media sosial Instagram, selain karena hemat waktu, kalender konten juga dapat membantu pengelola untuk menyeimbangkan topik konten yang akan diunggah atau dibahas di media sosial, sehingga isi dari media sosial tidak terlihat monoton. Selain itu, adanya *template* unggahan juga membantu pengelola untuk dapat mengunggah konten secara teratur, tanpa harus memakan waktu.

### 3.3 Pelaksanaan Pengabdian

Tahapan pelaksanaan pengabdian dilakukan secara bertahap, seperti yang terlihat pada Gambar 3.2.



Gambar 3.2 Alur pelaksanaan pengabdian

### 3.3.1 Pengaktifan Mode Bisnis

Pelaksanaan pengabdian dimulai dengan mengubah mode media sosial Instagram Komunitas Kantong pintar menjadi mode bisnis. Hal ini dilakukan agar pengelola media sosial dapat menggunakan fitur insight, yang mana dapat melihat secara langsung statistik perkembangan media sosial seperti jumlah engagement, jumlah pengikut, dan lain-lain.

### 3.3.2 Pembuatan Kalender Konten

Tahapan berikutnya adalah pembuatan kalender konten pada media sosial Instagram. Pembuatan kalender konten dibuat agar pelaksanaan pengunggahan informasi dapat berjalan teratur dan terorganisir.

### 3.3.3 Pembuatan *Template* Unggahan

Setelah pembuatan kalender konten, akan dibuat juga *template* unggahan media sosial Instagram. Pembuatan *template* ini ditujukan untuk memudahkan pengelola media sosial mengunggah konten tepat waktu, sekaligus menyesuaikan *template* dengan ide jenis konten apa saja yang akan diunggah di media sosial.

### 3.3.4 Penggunaan Alat Penjadwalan Unggahan (opsional)

Penggunaan alat penjadwalan dimaksudkan untuk memudahkan pekerjaan pengelola dalam mengunggah konten media sosial Instagram sesuai dengan jadwal yang sudah dibuat. Dengan bantuan jasa tersebut, pengunggahan konten yang sudah terjadwal sebelumnya dapat dilakukan dengan teratur dan lebih meringankan pekerjaan.

### 3.3.5 Pendampingan Pengelola Media Sosial

Tahapan berikutnya adalah pendampingan pengelola media sosial. Pendampingan ini dilakukan agar setelah pelaksanaan pengabdian ini selesai, pengelola mampu mengelola media sosial Instagram sendiri dengan baik.

## 3.4 Evaluasi Hasil Pengabdian

Setelah tahapan-tahapan sebelumnya berhasil dilaksanakan, tahap terakhir dari pengabdian adalah evaluasi hasil. Evaluasi ini dapat berupa evaluasi terhadap proses pengabdian secara keseluruhan maupun luaran yang dicapai dari masing-masing tujuan atau solusi yang sudah ditentukan.

### 3.5 Dampak Pengabdian

Dampak pengabdian berupa perubahan yang dapat dilihat dialami Komunitas Kantong Pinta sebelum dan sesudah adanya pengabdian. Pengukuran perubahan dilakukan agar dapat dijadikan tolak ukur keberhasilan solusi dari kendala yang dihadapi Komunitas Kantong Pintar.



## BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Pelaksanaan

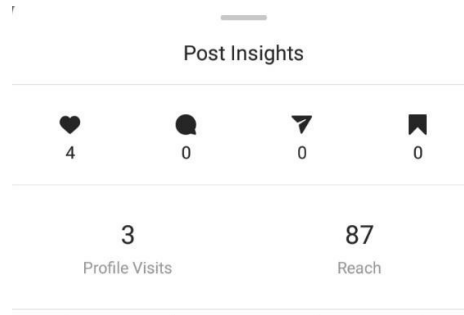
#### 4.1.1 Pengaktifan Mode Bisnis

Mode bisnis tercatat telah di aktifkan mulai tanggal 13 Maret 2020. Dengan mengaktifkan mode bisnis, pengelola atau admin media sosial Instagram dengan mudah mengawasi perkembangan akun.



Gambar 4.1 Rincian *engagement* pengikut terhadap keseluruhan unggahan

Berdasarkan Gambar 4.1, dapat dijelaskan bahwa unggahan tersebut telah dilihat oleh 99 pengguna, dengan rincian 82 pengguna melihat melalui laman utama akun Instagram mereka, 12 pengguna melihat dengan membuka profil Instagram komunitas Kantong Pintar, dan 5 pengguna melalui bagi pesan sesama pengguna. Diantara 99 pengguna, 9% adalah pengguna yang tidak mengikuti Instagram komunitas Kantong Pintar.



Gambar 4.2 Rincian *engagement* pengikut terhadap salah satu keseluruhan unggahan

Jika dilihat dari Gambar 4.2, dapat dikatakan sedikit sekali keterlibatan pengikut Instagram Komunitas Kantong Pintar jika dibandingkan dengan jumlah keseluruhan pengikut yang dimiliki oleh Komunitas Kantong Pintar. Hal ini dapat berarti bahwa ketertarikan untuk *engage* dengan Komunitas Kantong Pintar melalui media sosial masih rendah.

Selain itu, *Insight* juga dapat menampilkan statistik Instagram Komunitas Kantong Pintar, mulai dari jumlah interaksi dari pengikut, perkembangan jumlah pengikut, hingga statistik pengikut seperti usia rata-rata dan rata-rata pengikut menggunakan media sosial Instagram. Semua data tersebut ditampilkan dalam jangka waktu satu minggu. (Pramudyatama)

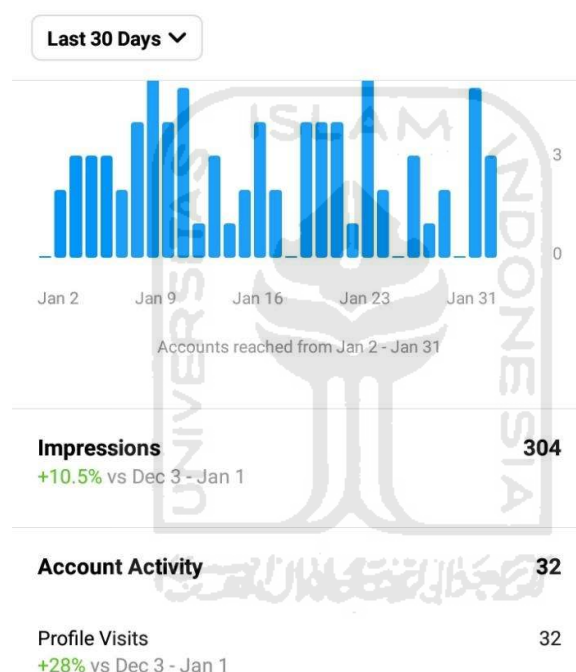


Gambar 4.3 Rincian jumlah pengguna berinteraksi dengan media sosial Instagram Komunitas Kantong Pintar dan perkembangan jumlah pengikut selama 7 hari

Menurut Gambar 4.3, terdapat peningkatan *engagement* dan jumlah pengikut akun media sosial Komunitas Kantong Pintar dalam jangka waktu satu minggu, walaupun angkanya masih terhitung sedikit. Hal ini menunjukkan bahwa dengan adanya penjadwalan unggahan yang

konstan dan tepat sasaran memungkinkan peningkatan jumlah *engagement* pengikut media sosial semakin bertambah.

Kemudian dilakukan pengukuran kembali selama satu bulan, dari tanggal 31 Januari sampai dengan 2 Februari 2021. Berdasarkan hasil pengukuran yang dilakukan oleh Insight Instagram, terhitung ada 304 interaksi antara media sosial Instagram Kantong Pintar dengan pengguna lain. Selain itu, persentase pengguna lain membuka dan melihat profile Komunitas Kantong Pintar bertambah hingga mencapai 28% dibandingkan dengan bulan sebelumnya. Untuk lebih lengkapnya dapat dilihat di Gambar 4.4.



Gambar 4.4 Pertumbuhan *engagement rate* per 2 Februari 2021

#### 4.1.2 Pembuatan Kalender Konten

Pembuatan kalender konten dibagi dalam beberapa langkah yang diperlihatkan pada Gambar 4.5.



Gambar 4.5 Skema pembuatan kalender konten

Langkah-langkah dalam pelaksanaan konten kalender dapat dijabarkan dengan jelas sebagai berikut:

### 1. Pemilihan Jenis Konten dan Urgensinya

Langkah pertama adalah pemilihan jenis konten. Konten yang menarik akan meningkatkan engagement dengan pengikut media sosial Instagram. Selain itu, pemilihan konten dilakukan agar pengelola dapat menyeimbangkan topik konten yang akan diunggah, sehingga dalam waktu satu atau dua minggu tidak ada topik yang dibahas ulang. Jenis-jenis konten yang dipilih beserta urgensinya dapat dilihat pada Tabel 4.1.

Tabel 4.1 Jenis-jenis konten beserta urgensinya

No	Jenis Konten	Bentuk Konten	Keterangan	Urgensi
1.	Konten wajib	Instagram post	Konten yang wajib diunggah saat adanya perayaan atau hari besar Indonesia maupun Internasional pada hari tersebut	Tinggi, bersifat wajib
2.	Konten Interaksi	Instagram story	Berupa konten santai yang membentuk adanya interaksi pengikut dengan media sosial, contohnya adalah tanya jawab seputar kehidupan sehari-hari dalam bentuk games.	Tidak bersifat wajib
3.	Konten Informasi	Instagram story	Konten yang bersifat memberikan sepenggal informasi dari pihak luar maupun pihan Komunitas sendiri terkait kegiatannya di kemudian hari.	Tidak bersifat wajib
4.	Konten Tambahan	Instagram post dan story	Berupa konten pelengkap apabila jumlah konten belum memenuhi target (2 atau 3 konten per minggu). Bentuknya dapat berupa quotes, ilustrasi, dan lain-lain.	Tidak bersifat wajib

### 2. Penyusunan Kalender Konten

Langkah berikutnya adalah penyusunan kalender konten. Dalam penyusunan kalender konten sendiri perlu beberapa hal yang harus diperhatikan, seperti menentukan frekuensi pengunggahan konten dan penggunaan alat yang tepat. Pada pengabdian ini, alat yang digunakan untuk menyusun kalender konten adalah Google Sheet. Google Sheet dipilih selain



karena merupakan layanan gratis atau tidak berbayar, penggunaannya cukup mudah dan familiar, sehingga pengelola media sosial nantinya tidak akan kebingungan menggunakannya.

CW	DAY OF WEEK	Topic	Caption	Content Type	Urgent	Link Template
1	MONDAY	27				
	TUESDAY	28				
	WEDNESDAY	29				
	THURSDAY	30				
	FRIDAY	1				
	SATURDAY	2				
	SUNDAY	3				
2	MONDAY	4				
	TUESDAY	5				
	WEDNESDAY	6				
	THURSDAY	7				
	FRIDAY	8				
	SATURDAY	9				
	SUNDAY	10				

Gambar 4.6 Template kalender konten media sosial yang akan dipakai

Template kalender konten yang sudah dibuat terlihat seperti pada Gambar 4.6. Terdapat beberapa bagian atau fungsi yang harus diketahui dan diisi oleh pengelola, yang dapat dijelaskan secara singkat sebagai berikut:

a. Count of Week Calendar

Count of week menjelaskan minggu ke-berapa hari itu berada. Hal ini dimaksudkan agar pengelola dapat melihat apakah target pengunggahan konten dalam waktu satu minggu sudah terpenuhi atau belum. Letak minggu dari suatu haru ditandai dengan *highlight* berwarna cyan.

CW 1							CW 2						
M	T	W	T	F	S	S	M	T	W	T	F	S	S
27	28	29	30	1	2	3	27	28	29	30	1	2	3
4	5	6	7	8	9	10	4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17	11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24	18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31	25	26	27	28	29	30	31

Gambar 4.7 Count of Week Calendar

## b. Day of Week

Sama seperti Count of Week, Day of Week juga menjelaskan hari-hari apa saja yang ada di minggu tersebut, untuk menyesuaikan dengan konten yang sesuai untuk diunggah. Seperti pada umumnya, kalender dimulai dengan hari Minggu atau Senin, namun bagi hari yang bukan merupakan bagian dari bulan itu (tanggal 30 Desember di kalender bulan Januari) ditandai dan diblok dengan *highlight* abu-abu.

1	MONDAY	27						
	TUESDAY	28						
	WEDNESDAY	29						
	THURSDAY	30						
	FRIDAY	1						
	SATURDAY	2						
	SUNDAY	3						

Gambar 4.8 Day of Week

## c. Topic

Topic merupakan bahasan utama yang diangkat oleh suatu konten dan ditulis secara spesifik. Misalnya, QnA (tanya jawab) seputar kegiatan sekolah dalam rangka memperingati Hari Pendidikan Nasional.

## d. Caption

Caption merupakan salah satu kunci utama dari unggahan media sosial Instagram. Caption menceritakan apa topik dan inti dari konten yang diunggah. Aption juga memuat informasi-informasi penting seperti informasi umum Komunitas Kantong Pintar, kegiatan yang dilakukan Komunitas Kantong Pintar, serta cerita dibalik topik yang dibahas.

## e. Content Type

Content type adalah kolom untuk mengisi jenis atau bentuk konten yang akan di unggah. Bentuk di sini maksudnya adalah kemana konten ini akan di unggah nanti. Bentuk yang tersedia adalah Instagram Feed dan Instagram Story.

## f. Urgent

Urgent merupakan kolom untuk menentukan tipe urgensi konten, apakah konten tersebut bersifat wajib atau tidak.

## g. Link Template

Link Template adalah kolom untuk penempatan tautan dari konten yang sudah dibuat. Konten tersimpan pada Drive pengelola media sosial, sehingga pengelola cukup mengakses Drive tersebut untuk mengunduh konten tersebut.

#### h. Content Status

Content status adalah kolom untuk menandai bagaimana satu konten yang ada di kalender, apakah sudah terunggah atau belum. Indikator status konten dibagi menjadi tiga, yaitu:

- 🌀 (in process), indikator ini menandakan bahwa konten sedang dalam pembuatan.
- 🗓️ (scheduled), indikator ini menandakan bahwa konten sudah jadi dan sudah dibuatkan *reminder*.
- ✓ (complete), indikator ini sebagai penanda bahwa proses pengunggahan konten telah selesai, konten telah berhasil diunggah sesuai jadwal.

### 3. Pemetaan Konten ke Kalender

Pemetaan Konten ke Kalender dilakukan setelah pengelola media sosial menentukan apa saja yang akan diunggah pada tanggal tertentu. Berikut adalah salah satu contoh pemetaan konten ke kalender dapat dilihat di Gambar 4.9.

2021						
January 2021						
CW 1						
M	T	W	T	F	S	S
27	28	29	30	1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31
CW 2						
M	T	W	T	F	S	S
27	28	29	30	1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31
CW 3						

KW	DAY OF WEEK	Topic	Caption	Content Type	Urgent	Link Template	
1	MONDAY	27					
	TUESDAY	28					
	WEDNESDAY	29					
	THURSDAY	30					
	FRIDAY	1	HARI TAHUN BARU MASEHI	check the comment	IG Feed	Wajib	<a href="https://drive.google.com">https://drive.google.com</a>
	SATURDAY	2					
	SUNDAY	3	New Year Quotes	check the comment	IG Feed	Tidak Wajib	<a href="https://drive.google.com">https://drive.google.com</a>
2	MONDAY	4					
	TUESDAY	5					
	WEDNESDAY	6	QnA: Tahun baru ngapain aja?	-	IG Story	Tidak Wajib	<a href="https://drive.google.com">https://drive.google.com</a>
	THURSDAY	7					
	FRIDAY	8	Mini games: MBTI quiz	check the comment	IG STORY	Tidak Wajib	
	SATURDAY	9					
	SUNDAY	10	HARI GERAKAN SATU JUTA POHON	check the comment	IG Feed	Wajib	

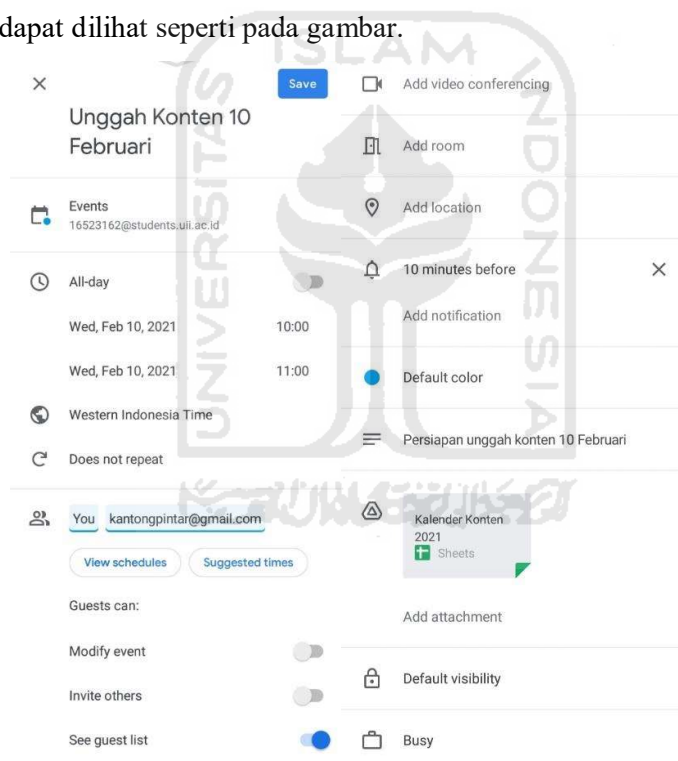
Gambar 4.9 Hasil pemetaan konten ke kalender

#### 4. Pembuatan *Reminder* pada Google Calendar

Google Calendar dapat melacak segala jenis kegiatan yang akan dilakukan oleh Komunitas Kantong Pintar. Dengan fitur *event* dan *reminder* yang dimiliki Google Calendar, pengelola dapat mengikuti kalender konten yang telah dibuat sesuai dengan waktunya.

Langkah-langkah untuk menambahkan *event* di Google Calendar adalah sebagai berikut.

1. Buka aplikasi Google Calendar
2. Tekan ikon “tambah” di sudut kanan bawah, pilih menu event
3. Masukkan keterangan tentang event berupa judul, waktu dan tanggal, lokasi, dan e-mail Komunitas Kantong Pintar ([kantongpintar@gmail.com](mailto:kantongpintar@gmail.com)) agar event dapat terekam di e-mail Komunitas juga
4. Lampirkan attachment (sematan) berupa link dari kalender konten yang sudah disusun, hasil pengisian dapat dilihat seperti pada gambar.



Gambar 4.10 Rincian pengisian event pada Google Calendar

5. Simpan
6. Kemudian setelah tersimpan, akan muncul notifikasi pengiriman e-mail ke Google Calendar Komunitas Kanton Pintar, pilih send (kirim)

Dengan menggunakan fitur event pada Google Calendar, Komunitas Kantong Pintar akan menerima notifikasi sesuai jadwal yang sudah disusun, sehingga semakin memudahkan pengelola media sosial tepat waktu dalam pengunggahan konten.

#### 4.1.3 Pembuatan *Template* Unggahan

Pembuatan *template* dilakukan agar dapat membantu pengelola mengunggah konten dengan teratur dan tidak tergesa. Selain itu, *template* juga dibuat masing-masing berdasarkan jenis konten yang akan diunggah. *Template* tersebut nantinya akan dijadikan satu dan disimpan dalam satu kontainer yang tersedia di penyimpanan *cloud* (Google Drive) agar memudahkan untuk pengarsipan.

Tabel 4.2 contoh *template* konten wajib hari besar Indonesia dan Internasional

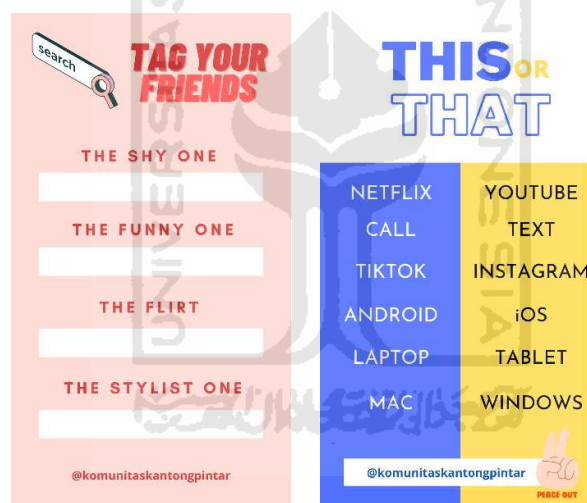
No	Tanggal unggahan	Dalam rangka peringatan	<i>Template</i> konten	<i>Caption</i>
1	14 Agustus	Hari Pramuka		<p>“Sebab sahabat terbaik adalah seseorang yang tidak memperdulikan apakah orang lain membutuhkan kita atau tidak, karena yang terpenting adalah kita selalu ada untuk mereka, Salam Pramuka.”</p> <p><b>Selamat Hari Pramuka 14 Agustus 2021.</b></p>
2	23 Juli	Hari Anak Nasional		<p>“Anak bukan hanya sekedar menjadi tumpuan keluarga. Anak, akan menjadi secercah harapan bagi kemajuan bangsa.”</p> <p>Sebuah bangsa yang besar akan memiliki sikap terhadap anak-anak penerus bangsa. Estafet</p>

				<p>bangsa ini adalah tanggung jawab generasi penerus bangsa.</p> <p><b>Selamat Hari Anak Nasional.</b> Semoga anak-anak Indonesia menjadi generasi penerus bangsa yang luar biasa.</p>
3	17 September	Hari Palang Merah Indonesia		<p>“30 menit untuk kehidupan orang lain, sekantong darah dapat menyelamatkan 3 nyawa manusia.”</p> <p><b>Selamat hari Palang Merah Indonesia 2021.</b> Tingkatkan jiwa kemanusiaan generasi muda Indonesia</p>
4	24 Oktober	Hari Dokter Nasional		<p>“Kiranya apa senjata yang paling utama bagi seorang dokter itu? Bukan stetoskop, obat, bahkan pisau bedah. Namun senjata itu adalah hatinya.”</p> <p><b>Selamat Hari Dokter Nasional para dokter Indonesia.</b> Terima kasih telah memberikan pengabdian yang tulus demi membangun negara Indonesia yang sehat. Salam sehat untuk Indonesia!</p>
5	21 November	Hari Pohon Dunia		<p>“Jangan seperti benalu, yang hinggap diatas kekar nya pohon tinggi menjulang, namun jadilah sebuah dahan dan daun yang mampu merimbunkan otak yang kepanasan untuk</p>

				kepentingan pribadi nya sendiri.”  <b>Selamat Hari Pohon Dunia.</b> Mari jaga dan rawat yang ada
--	--	--	--	---

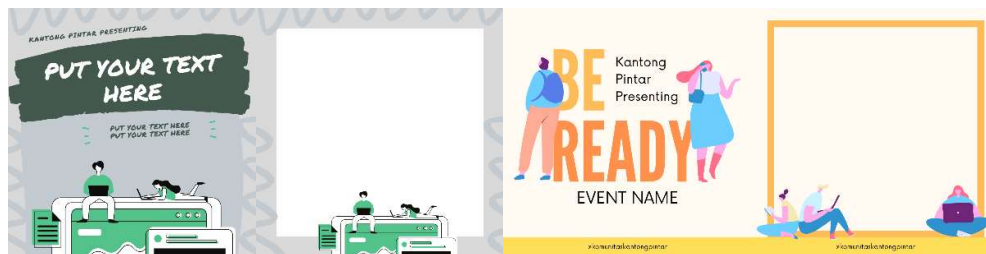
Pada

Tabel 4.2 merupakan beberapa contoh *design* yang telah dibuat untuk memperingati hari-hari penting yang dirayakan di Indonesia maupun Internasional. *Design* unggahan inilah yang nantinya akan diaplikasikan ke alat penjadwalan unggahan, dikarenakan urgensinya untuk mengunggah tinggi dan bersifat wajib. Sedangkan unggahan seperti informasi, dokumentasi kegiatan, interaksi dengan pengikut dan lain-lain hanya perlu dijadwalkan saja sebagai acuan keaktifan media sosial karena bersifat tidak wajib.



Gambar 4.11 Contoh template konten untuk interaksi dengan pengikut

Selain dua template konten yang bersifat tinggal pakai tersebut, dibuat juga template konten yang bersifat *editable*, di mana pengelola dapat mengubah sendiri desain konten yang sesuai dengan kemauan dan kebutuhan. Template ini berbentuk seperti bingkai atau frame, digunakan untuk konten berupa dokumentasi kegiatan Komunitas Kantong Pintar dengan jenis file berekstensi .psd. Template ini dibuat dengan mempertimbangkan tema dari kegiatan yang akan diunggah, yang mana menyangkut *color palette*, *font*, jenis desain, dan lain-lain.



Gambar 4.12 Contoh template konten yang *editable*

#### 4.1.4 Penggunaan Alat Penjadwalan Unggahan (opsional)

Pengunggahan yang sesuai dengan kalender yang telah dibuat dapat dilakukan dengan bantuan **Postcron**, salah satu web site penyedia jasa *scheduler* unggahan media sosial, seperti Instagram, Twitter, Facebook dan LinkedIn. (Arya, 2020)

Selain yang disebutkan diatas, terdapat juga cara yang lebih mudah tanpa memerlukan bantuan *third-party tools*. Yaitu dengan menggunakan **Creator Studio**. Untuk menggunakan alat tersebut, media sosial harus dihubungkan lebih dahulu dengan Facebook agar dapat digunakan. Namun ada satu kelemahan penyedia jasa ini, yaitu apabila unggahan telah masuk dan tersimpan di penjadwalan, maka unggahan tersebut sudah tidak dapat diubah sama sekali isinya.

#### 4.1.5 Pendampingan Pengelola Media Sosial

Tahapan terakhir dari pengabdian adalah pendampingan pengelola media sosial. Pendampingan dilakukan agar penggunaan kalender konten serta *template* yang sudah dibuat dapat berjalan kedepannya dalam mengelola media sosial Instagram. Pendampingan ini dilakukan dengan cara penjelasan serta pengarahan tentang penggunaan serta konsep dari kalender konten serta *template* itu sendiri, agar nantinya anggota Komunitas Kantong Pintar sebagai pengelola media sosial mampu menyesuaikan dengan perubahan cara pengelolaan dengan baik setelah pengabdian nanti selesai.

Ditengah adanya pandemi yang mengharuskan seluruh lapisan masyarakat mengurangi berkerumun di luar rumah mengharuskan pendampingan diadakan secara *online*, berupa video-conference dan bertukar pesan melalui WhatsApp.



## 4.2 Evaluasi Hasil Pengabdian

### 4.2.1 Pengaktifan Mode Bisnis

Proses pengaktifan mode bisnis tidak begitu mengalami kendala yang signifikan. Penulis mendapatkan hak akses sementara terhadap media sosial Komunitas Kantong Pintar sehingga pelaksanaannya dapat berjalan dengan cepat. Tahapan pertama dapat dikatakan berhasil karena sesuai tujuan sudah mencapai luaran yang diinginkan yaitu memudahkan pengelola dalam melihat perkembangan *engagement* pengikut terhadap media sosial Instagram. Namun, kendala utama yang terjadi pada proses ini adalah kondisi media sosial Instagram sedang dalam keadaan non-aktif selama beberapa bulan, sehingga dampak sebelum dan sesudah adanya pengabdian sulit atau bahkan tidak dapat diukur dengan data kuantitatif.

### 4.2.2 Pembuatan Kalender Konten

Pada tahapan ini, sebelum membuat kalender konten terlebih dulu dilakukan peninjauan terhadap akun media sosial Instagram, jenis konten apa saja yang sudah pernah diunggah di sana, agar pada penetapan jenis konten nanti tidak melenceng begitu jauh dengan sebelumnya.

Kendala pada proses ini adalah pemilihan jenis konten memakan waktu sedikit lebih lama, karena sebelumnya media sosial Instagram Komunitas Kantong Pintar hanya mengunggah konten berupa publikasi kegiatannya, sehingga referensi yang didapat sangat terbatas. Namun, kendala ini dapat teratasi dengan cepat dikarenakan pengelola media sosial juga sudah paham dan familiar dengan perkontenan sehingga dapat mengikuti dengan mudah.

Dapat diambil kesimpulan pada tahapan ini bahwa penerapan kalender konten juga harus menyesuaikan dengan situasi dan keadaan Komunitas. Pembuatan kalender konten juga harus diiringi dengan kesiapan pengelola media sosial Instagram untuk mengikuti kalender agar pengelolaan dapat berjalan dengan efektif dan optimal.

### 4.2.3 Pembuatan *Template* Unggahan

Pembuatan *template* unggahan juga sama seperti pembuatan kalender konten, yaitu perlu adanya peninjauan terhadap akun media sosial Instagram. *Template* yang dibuat harus sesuai dengan kebutuhan serta tema yang dimiliki media sosial Instagram Komunitas Kantong Pintar seperti warna palette, jenis *font*, *caption*, beserta informasi penting tentang Komunitas Kantong Pintar yang disematkan dalam unggahan.

Kendala dalam proses ini adalah menentukan urgensi dan tema *template* tiap unggahan agar sesuai dengan maksud serta kebutuhan unggahan tersebut. Selain itu, masukan pendapat dari anggota komunitas tentang rincian desain juga menjadi pertimbangan, sehingga perlu

waktu yang cukup lama untuk merancang dan membuat *template* sesuai dengan kebutuhan dan keinginan anggota serta pengelola media sosial Instagram Komunitas Kantong Pintar.

#### 4.2.4 Penggunaan Alat Penjadwalan Unggahan (opsional)

Proses pengabdian berupa penggunaan alat penjadwalan hanya cukup pada pengenalannya saja. Dikarenakan waktu yang terbatas serta urgensinya yang tidak begitu tinggi, tahapan ini dapat ditinjau lebih lanjut untuk dijadikan proyek jangka panjang kedepannya.

#### 4.2.5 Pendampingan Pengelola Media Sosial

Pendampingan ditujukan untuk menjeaskan mengenai konsep dan cara kerja pengelolaan media sosial Instagram, dengan tujuan pengelola paham dan dapat mengikuti serta menerapkan perubahan dalam pengelolaan. Pendampingan ini merupakan tahapan yang krusial, karena hasil dari kegiatan ini mempengaruhi kerja dari tahapan yang lain.

Dikarenakan pandemi yang tengah berlangsung, pendampingan tidak dapat dilakukan secara tatap muka. Namun hal tersebut tidak menjadi kendala, dikarenakan teknologi masa kini yang memungkinkan untuk berkomunikasi secara *online*. Pada kesempatan ini, pendampingan dilakukan melalui video conference dan berkirim pesan via WhatsApp dengan pengelola media sosial Instagram.

Hal yang harus diperhatikan dalam pendampingan ini adalah cara penyampaian konsep dan cara pengelolaan, agar dimengerti dengan baik oleh pengelola media sosial Instagram, sehingga pada pelaksanaannya nanti dapat berjalan secara efektif dan optimal.

### 4.3 Dampak Pengabdian

Dampak adanya pengabdian dapat diukur dengan indikator keberhasilan atau kondisi sebelum dan sesudah adanya pengabdian sebagai acuan untuk mengetahui apakah solusi di atas merupakan solusi yang tepat untuk memecahkan masalah komunitas Kantong Pintar. Tabel 4.3 akan menjelaskan lebih detail mengenai indikator keberhasilan atau dampak pengabdian masyarakat.

Tabel 4.3 Indikator keberhasilan solusi bagi pengelola Instagram Komunitas Kantong Pintar

No	Kondisi sebelum pengabdian	Kondisi sesudah pengabdian
1	Pengelola kesulitan untuk mengunggah konten media sosial secara teratur	Pengelola telah ter-edukasi dengan adanya alat penjadwalan unggahan, sehingga dapat dijadikan acuan untuk proyek berikutnya

2	Pengelola kesulitan untuk menentukan jenis konten yang akan diunggah	Pengelola terbantu dengan adanya kalender konten sehingga pengelola dengan mudah menentukan jenis konten yang akan diunggah
3	Pengelola kesulitan dalam pembuatan konten unggahan yang bersifat mendadak	Pengelola terbantu dengan adanya tempate yang tersedia sehingga pengelola siap mengunggah konten yang bersifat mendadak tanpa terikat waktu

Dilihat dari Tabel 4.3, dapat ditarik kesimpulan bahwa solusi yang ditawarkan dan siterapkan sudah berhasil, terutama dalam upaya pengelolaan media sosial Instagram Komunitas Kantong Pintar. Selain itu, solusi yang ditawarkan ini mendapat respon positif dari pengelola media sosial Instagram Komunitas Kantong Pintar. Pengelola merasa sangat terbantu dengan adanya kalender konten serta *template* yang disediakan karena dapat menghemat waktu dalam melakukan publikasi *online* di media sosial Instagram.

#### 4.4 Refleksi Pengabdian

##### 4.4.1 Pengalaman serta Pengetahuan yang Didapat selama Pengabdian

Program Pengabdian Masyarakat merupakan salah satu dari lima jalur khusus kelulusan atau tugas akhir yang ditawarkan oleh Program Studi Informatika bagi mahasiswa Kurikulum 2016. Sesuai dengan namanya, program ini memiliki tujuan, yaitu mahasiswa mampu mengimplementasikan pengetahuan yang didapatnya selama masa perkuliahan ke lapisan luas masyarakat. Terutama pada pengabdian masyarakat yang dilakukan ini sangat menekankan pengaplikasian teknologi informasi ke berbagai sektor kehidupan bermasyarakat.

Pada pengabdian masyarakat, banyak sekali poin yang diajarkan serta ditekankan. Pertama adalah bagaimana cara menganalisis situasi dan mengidentifikasi permasalahan suatu masyarakat atau organisasi non-profit tertentu. Seacra tidak sadar, mahasiswa juga mampu berempati atau meningkatkan kepeduliannya terhadap permasalahan yang sedang terjadi. Yang kedua adalah komunikasi. Pengabdian masyarakat mengajarkan bagaimana caranya berbaur dan terjun langsung ke kegiatan kemasyarakatan. Selain itu, mahasiswa sebagai orang yang menawarkan adanya penyelesaian terhadap masalah yang ada diajarkan rasa bertanggungjawab terhdap segala perkataan dan perbuatan yang dilakukan, apalagi melibatkan orang lain dalam prosesnya.

Pengabdian masyarakat juga mengajarkan cara bekerja dalam tim. Meskipun memiliki tugasnya masing-masing, namun pengabdian tetap dilaksanakan secara tim, membutuhkan diskusi dan pendapat yang diterima baik oleh semua pihak agar kegiatan dapat berjalan dengan lancar.

#### **4.4.2 Kendala dan Masalah yang Terjadi saat Pengabdian**

Setiap kegiatan yang dilakukan baik oleh individu, kelompok maupun suatu instansi besar pasti tidak pernah lepas dari namanya kendala. Begitu juga dengan kegiatan pengabdian ini. Kendala yang terjadi mayoritas berupa kendala eksternal atau kendala yang berasal dari luar. Adanya pandemi yang tengah berlangsung menjadi kendala terbesar yang dapat menghambat jalannya pengabdian. Setiap pembahasan akan progress dari masing-masing anggota maupun perkembangan akan Komunitas harus dilakukan dengan cara daring tanpa bertatap muka, yang mana menghilangkan esensi dari pengabdian itu sendiri. Selain itu, pandemi sendiri menurunkan performa Komunitas yang menjadi target dari pengabdian. Komunitas menjadi kurang berkegiatan sehingga menimbulkan keputusan untuk hiatus sementara waktu sampai keadaan memungkinkan, yang mana sangat berpengaruh juga pada keberlanjutan pengabdian.

Selain kendala eksternal, kendala internal dari masing-masing anggota tim juga sering terjadi. Seperti surutnya semangat untuk melanjutkan pekerjaan dan memiliki kesibukan yang dinilai lebih urgent. Namun, asal anggota tim masing-masing bijak dalam menentukan prioritas dan tujuannya, kendala ini dapat dengan mudah diselesaikan.

#### **4.4.3 Proyek Jangka Panjang (*Long-Term Project*) untuk Pengabdian**

Pada awalnya, pengabdian ini direncanakan sebagai proyek jangka panjang, di mana prosesnya tidak hanya dilakukan oleh satu tim saja, melainkan dapat dilanjutkan oleh tim tim lain di kesempatan selanjutnya. Terdapat dua tujuan dalam pengabdian ini, yaitu tujuan jangka pendek yang bisa terselesaikan dalam dua periode pengabdian, dan tujuan jangka panjang yang merupakan proyeksi ke depan berdasarkan rencana awal yang telah disusun kemudian ditinjau ulang.

Proyek jangka panjang, terutama dalam hal pengelolaan media sosial adalah penggunaan penggunaan alat penjadwalan unggahan secara menyeluruh dan tidak hanya pada konten yang bersifat wajib saja. Selain karena kendala waktu yang terbatas, menentukan alat yang tepat dan tidak berbayar juga menjadi alasan kenapa program ini harus ditinjau ulang dan dijadikan proyek jangka panjang. Selain itu, komunitas sedang dalam keadaan *hiatus* atau tidak

beroperasi untuk sementara waktu, sehingga penggunaan alat ini dinilai bukan kebutuhan yang sangat penting dan harus diselesaikan saat itu juga.

Proyek jangka panjang pengabdian Komunitas Kantong Pintar terutama dalam hal publikasi online dapat dilihat di tabel.

Tabel 4.4 Proyek jangka panjang pengabdian

No	Tahun	Luaran
1	2020	Pengenalan konsep serta pola pengelolaan media sosial Instagram
2	2021	Pengelola dapat memahami dan mengaplikasikan sendiri konsep pengelolaan yang sudah direncanakan dan mulai mengelola media sosial Instagram secara teratur
3	2022	Penggunaan alat-alat lain seperti alat penjadwalan unggahan serta Google anlendar (Workspace) yang semakin mempermudah pekerjaan pengelola mulai digunakan



## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil perancangan solusi hingga pelaksanaan pengabdian, dalam rangka diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

- a. Konsep dari Pembuatan kalender konten dengan Google Sheet, pembuatan *template* unggahan dan penggunaan alat penjadwalan unggahan telah diterima dan dipahami dengan baik oleh pengelola media sosial Instagram Komunitas Kantong Pintar.
- b. Pembuatan kalender konten dengan Google Sheet dan pembuatan *template* unggahan unggahan dalam pengabdian masyarakat ini telah memenuhi solusi yang diajukan dan dapat diukur dampak sesudah dan sebelum pengabdian, yaitu membantu pengelola mengelola media sosial Instagram dengan mudah dan teratur.
- c. Sedangkan untuk penggunaan alat penjadwalan unggahan belum dapat diukur dan dinyatakan berhasil karena belum diimplementasikan ke dalam kegiatan pengelolaan media sosial Instagram sehingga akan ditinjau untuk pengembangan lebih lanjut kedepannya.

#### 5.2 Saran

Berdasarkan pelaksanaan pengabdian, ada beberapa saran untuk dijadikan pembelajaran dan acuan untuk kedepannya, yaitu:

- a. Dalam mengidentifikasi masalah, perlu adanya diskusi lebih dalam dan luas dengan Komunitas Kantong Pintar dalam pelaksanaan pengabdian.
- b. Komunikasi dengan pihak Komunitas Kantong Pintar harapnya selalu dijaga dan diupayakan untuk terus berjalan selama pengabdian.
- c. Perlu adanya sosialisasi diberikan kepada Komunitas Kantong Pintar mengenai solusi yang ditawarkan dan pengembangan lanjutannya.

## DAFTAR PUSTAKA

- 5 Alasan Memilih Promosi Melalui Media Sosial. (2019, Februari 27). Retrieved from IDCloudHost: <https://www.idcloudhouse.com/5-alasan-pelaku-bisnis-ebih-memilih-promosi-melalui-sosial-media/>
- Arya, A. (2020, Februari 18). *Postcron Review: a Social Media Scheduling Tool*. Retrieved from The Maverick Spirit: : <https://themaverickspirit.com/postcron-social-media-scheduling-tool-review/>
- Caddy, B. (2011, Juni 21). *Why is Instagram So Popular?* Retrieved from The Future is Entertaining: <http://thefutureisentertaining.com/instagram-popular/>
- Chaffey, D. (2000). *Internet Marketing*. England: Pearson Education Limited.
- Clement, J. (2020, November 24). *Global Social Networks Ranked by Number of Users 2020*. Retrieved from Statista: <https://statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>
- Dwi. (2018, Mei 24). *Kalender Konten Media Sosial: Manfaat dan Cara Membuatnya*. Retrieved from Storeology.com: <https://storeology.com/blog/kalender-konten-media-sosial-manfaat-dan-cara-membuatnya/>
- Frommer, D. (2010, November 1). *Here's How to Use Instagram*. Retrieved from Bussiness Insider: <https://www.businessinsider.com/instagram-2010-11?r=US&IR=T>
- Gamble, T. K., & Gamble, M. (2001). *Communication works: 7th edition*.
- Google. (2017, February 20). *See the History of Changes Made to a File*. Retrieved from Docs Editor Help: <https://support.google.com/docs/answer/190843>
- Graham, C., & Graham, A. (1994). *Community Life: an Introduction to Local Social Relations*. New York, USA: Harvester Wheatsheaf.
- Grant, A. E., & Meadows, J. H. (2010). *Communication Technology Update and Fundamental* (12th Edition ed.). Boston: Focal Press.
- Jayani, D. H. (2020, Februari 26). *10 Media Sosial yang Paling Sering Digunakan di Indonesia*. Retrieved from Databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/02/26/10-media-sosial-yang-paling-sering-digunakan-di-indonesia>
- Kaplan, A. (2010). Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunitis of Social Media. *Bussiness Horizon*, 59-68.
- Kertajaya, H. (2008). *Arti Komunitas*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

- Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Lupiyoadi, H. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa, Edisi Kedua*. Jakarta: Salemba Empat.
- Maulina, R. (2019, Agustus 2). *Viral Marketing, Strategi Pemasaran Untuk Bisnis Online*. Retrieved from Jurnal Entrepreneur: <https://www.jurnal.id/id/blog/viral-marketing-strategi-pemasaran-untuk-bisnis-online/>
- Nurlaela, T. S. (2005). *Efektifitas Viral Marketing terhadap Keputusan Pembelian PT. ABC*. Bandung: Fakultas Bisnis dan Manajemen Universitas Widyatama.
- Osborn, L. O., & Neumeier, H. M. (1984). *Community and Society*.
- Pramudyatama, Y. (n.d.). *10 Strategi Media Sosial Marketing untuk Bisnis Berskala Kecil*. Retrieved from Whello: <https://whello.id/tips-digital-marketing/10-strategi-media-sosial-marketing-untuk-bisnis-berskala-kecil/>
- Pramudyatama, Y. (n.d.). *Cara Menggunakan Instagram Insight untuk Perkembangan Bisnis Kamu*. Retrieved from Whello: <https://whello.id/tips-digital-marketing/cara-menggunakan-instagram-insight/>
- PU. (2011, September 20). *Revamped Instagram 2.0 Hits the App Store: With New Filters, Live Effects, and High Resolution Svae*. Retrieved from Appotography: <https://www.appotography.com/2011/09/20/revamped-instagram-2-0-hits-the-app-store/>
- Ritzer, G. (2007). *The Blackwell Encyclopedia of Sociology*. Blackwell Pub: Malden, MA. Retrieved from [www.sociologyencyclopedia.com](http://www.sociologyencyclopedia.com)
- Russo, A., Watkins, J., Kelly, L., & Chan, S. (2010). 21-31. <https://doi.org/10.1111/j.2151-6952.2008.tb00292.x>. *Participatory Communication with Social Media*.
- Santosa, S. (2006). *Dinamika Kelompok*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Wilson, R. F. (2005, Februari 1). *The Six Simple Principles of Viral Marketing*. Retrieved from Practical E-commerce: <https://www.practicalecommerce.com/viral-principles>
- Workspace, G. (2019, April 10). *Office Editing Makes It Easier to Work with Office Files in Docs, Sheets, and Slides*. Retrieved from G Suite Updates Blog: <https://workspaceupdates.googleblog.com/2019/04/office-editing.html>



## LAMPIRAN

### Lampiran A

#### Surat Pernyataan Kesiediaan Kerjasama Sebagai Mitra Dalam Pelaksanaan Program Pengabdian Masyarakat Mahasiswa Program Studi Informatika

Yang bertandatangan di bawah ini:

1. Nama : Nadira Elok Susanti
2. Jabatan : Ketua Komunitas Kantong Pintar
3. Bidang Usaha : Sosial - Pendidikan
4. Alamat : Jl. Nogosari no.33 Patehan, Keraton, Yogyakarta

Dengan ini menyatakan bahwa **bersedia** untuk bekerja sama dengan pelaksanaan Kegiatan Program Pengabdian Masyarakat Yang Berorientasi Pada Luaran

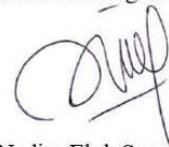
1. Nama Ketua Pengusul : M. Riswanda Aminullah.
2. Program Studi : Informatika
3. Perguruan Tinggi : Universitas Islam Indonesia

Guna menerapkan pengembangan "Digital Marketing sebagai bentuk *branding*" seperti yang telah disepakati bersama sebelumnya.

Bersama ini pula kami menyatakan kami menyatakan dengan sebenarnya bahwa diantara pihak Komunitas dan Pelaksana Kegiatan tidak terdapat ikatan kekeluargaan dan usaha dalam wujud apapun juga.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran dan tanggung jawab tanpa unsur pemaksaan di dalam pembuatannya untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 13 Januari 2020  
Ketua Komunitas Kantong Pintar



(Nadira Elok Susanti)

ALAT PENGUMPUL DATA

**PEMBUATAN KALENDER KONTEN DENGAN GOOGLE SHEET DAN  
PEMBUATAN *TEMPLATE UNGGAHAN* SEBAGAI UPAYA PENGELOLAAN  
MEDIA SOSIAL INSTAGRAM KOMUNITAS KANTONG PINTAR**

**A. Wawancara dengan Anggota Komunitas Kantong Pintar**

1. Kapan Komunitas Kantong Pintar Berdiri?
2. Bagaimana sejarah berdirinya Komunitas Kantong Pintar?
3. Siapa dibalik berdirinya Komunitas Kantong Pintar?
4. Dimana saja Komunitas Kantong Pintar mengabdikan?
5. Program apa saja yang dianggun dan ditawarkan oleh Komunitas Kantong Pintar di setiap daerah?
6. Bagaimana strategi dalam mengelola Komunitas Kantong Pintar?
7. Apakah Komunitas Kantong Pintar mengadakan kegiatan secara rutin atau pada waktu tertentu?
8. Seberapa sering Komunitas Kantong Pintar mempublikasikan kegiatannya secara *online*?
9. Media apa saja yang digunakan untuk mempublikasikan?
10. Bagaimana pengelolaan akun media sosial Instagram milik Komunitas Kantong Pintar?
11. Apakah ada permasalahan yang dialami oleh Komunitas Kantong Pintar terutama pada pengelolaan media sosial Instagram?
12. Seperti apakah solusi yang diharapkan dalam penyelesaian masalah yang sedang dialami Komunitas Kantong Pintar?

LAMPIRAN C

