

Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Komunikasi Organisasi Ikatan Pelajar Muhammadiyah Leuwiliang Bogor

Mulkan habibi¹, lutfi², R. Hiru Muhammad³, Dissa Nur Adilla⁴, Adetya Perdanaraya⁵

¹Universitas Muhammadiyah Jakarta; Jl. KH Ahmad Dahlan. Cirendeu. Ciputat Tangsel

Email :mulkanhabibi17@gmail.com¹ lutfi@umj.com²

Kilas Artikel

Volume 3 Nomor 1

Februari 2023

DOI:<https://doi.org/10.58466/literasi>

Article History

Submission: 30-01-2023

Revised: 31-01-2023

Accepted: 31-01-2023

Published: 01-02-2023

Kata Kunci:

Media sosial, komunikasi, Pelajar, Muhammadiyah.

Keywords:

Social media, communication, Students, Muhammadiyah

Korespondensi:

(Mulkan habibi)

(mulkanhabibi17@gmail)

Abstrak

Media sosial bagi organisasi kemasyarakatan sepertinya paling menjanjikan sebagai fasilitas komunikasi organisasi karena mampu menjadi pendorong untuk meningkatkan partisipasi berbagai kalangan baik internal organisasi maupun publik umum. Ikatan Pelajar Muhammadiyah sebagai organisasi pelajar Muhammadiyah memiliki tujuan dakwah dan menyiapkan generasi pelajar dan remaja yang siap untuk berdakwah di jalan islam sebagaimana dengan tujuan Muhammadiyah. Pesan komunikasi di media sosial mengatasnamakan organisasi, maka tanggung jawab itu tidak hanya pada individu tapi juga pada organisasinya, karena dalam proses organisasi biasanya pesan yang disampaikan sudah prosedur organisasi. Oleh karena itu memanfaatkan media sosial tidak melupakan nilai kesejawatan, intelektual, kesantunan serta profesionalisme bahkan memiliki etika profesi. Keberhasilan setiap organisasi yang memiliki tujuan akan melibatkan komunikasi interaksi satu dengan yang lain berbagi dalam memotivasi, meberikan argument satu sama lain, serta saling membimbing. Dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini tim pengmas menggunakan Metode pendampingan menggunakan media social secara bijak untuk lading dakwah. Setelah diadakanya pelatihan ini diharapkan para peserta memahami seluk beluk tentang bagaiman menggunakan media social dengan bijak dan baik dalam menggunakannya, agar tidak memngaruhi masyarakat luas.

Abstract

The use of social media for community organizations seems to be the most promising as an organizational communication facility because it can be a driving force to increase participation and democracy support. aims to produce IPM cadres who are ready to preach in the community. Communication messages on social media are on behalf of the organization, so the responsibility is not only on the individual but also on the organization, because in the organizational process usually the messages conveyed are organizational procedures. Therefore, social media must always prioritize the values of integrity, professionalism, collegiality, politeness, and professional ethics. The success of every organization in achieving its goals is inseparable from the role of communication because through communication people in an organization will interact with each other, be it exchanging information giving opinions, instructions or motivating each other. The method used in this service activity is mentoring using social media wisely for da'wah activities. After holding this training, students are expected to know the ins and outs of how to use social media wisely and properly in using it, so as not to affect the wider community.



1. PENDAHULUAN

Dalam konteks organisasi kemasyarakatan dan politik potensi media sosial sepertinya paling menjanjikan sebagai fasilitas komunikasi bagi sebuah organisasi karena mampu menjadi pendorong untuk meningkatkan dukungan partisipasi dan demokrasi (Stieglitz and Dang-Xuan 2013). Bagi pengguna hakikat social media dapat kebebasan untuk berinteraksi secara serius untuk mengenal waktu dan tempat yang ada selama ini merupakan permasalahan yang terjadi dalam aktivitas komunikasi. amanat dengan cepat menuju kepada seseorang yang memiliki maksud dan tujuan tertentu tentang sesuatu hal yang ia inginkan. Media sosial mampu memanjakan siapa saja yang memanfaatkannya dalam menyebarkan informasi serta membuat berbagai amanat melalui social media yang ada dan media online melalui organisasi dunia nyata dan dunia virtual (Mayfield, 2008: 6). Disatu sisi sebenarnya perkembangan media sosial saat ini membuat permasalahan sendiri dan masyarakat dalam kesehariannya. Ia seakan bagaikan sebuah pisau bermata dua, selain memiliki dampak positif namun aktifitas dalam media sosial juga menghadirkan dampak negatif bagi para penggunanya yang tidak bijak. Terutama bagi para pemuda yang merupakan generasi penerus bangsa yang memiliki semangat menggebu-gebu (Rachman, 2020: 149). Oleh karena itu dalam penggunaan media social sebagai media komunikasi bagi sebuah organisasi perlu dikuat dengan literasi tentang media social, karena jika tidak maka bisa saja menghancurkan nama baik sebuah organisasi. Media sosial tidak boleh disamakan seperti catatan harian, dimana setiap individual dapat menceritakan apa yang sedang dirasakan. Kebebasan orang lain sangat bergantung kepada kebebasan temannya atau orang lainnya juga. Jika pesan komunikasi di media sosial mengatasnamakan organisasi, maka tanggung jawab itu tidak hanya pada individu tapi juga pada organisasinya, karena dalam proses organisasi biasanya pesan yang disampaikan sudah prosedur organisasi. Oleh karena itu menggunakan atau memanfaatkan social media harus dilengkapi dengan nilai integritas, profesionalisme, kesejawatan, kesantunan, dan etika profesi. Berhasilnya sebuah organisasi untuk mencapai tujuannya tidak lepas dari peran komunikasi yang ada didalamnya karena melalui aktifitas komunikasi komponen penggerak dalam suatu organisasi saling berinteraksi satu sama lainnya, seperti aktifitas pertukaran informasi mengungkapkan pendapat, intruksi ataupun saling memberi motivasi. Sebelum adanya perkembangan teknologi bidang informasi dan komunikasi aktifitas komunikasi baik antar individu, dalam kelompok atauoun organisasi hanya terjadi *face to face* atau secara langsung. Seiring dengan perkembangannya teknologi informasi dan komunikasi terutama di era digital akhirnya memungkinkan setiap orang untuk melakukan komunikasi dan bertukar informasi tanpa ada batasan dengan ruang dan waktu (Jumrad, 2019: 105).

Sebuah organisasi memerlukan sistem tata kelola yang teratur. Fungsi tata kelola sebuah organisasi bertujuan untuk mengatur, mengelola, mengendalikan pemanfaatan sumber daya dalam organisasi. Hal tersebut dapat berupa keuangan, material, metode, lingkungan dan prasana, agar dapat digunakan secara efisien dan efektif dalam mencapai tujuan organisasi (Amijaya and Studi 2019). Komunikasi adalah kegiatan sehari-hari yang berhubungan dengan segala kegiatan dan merupakan pusingan kehidupan manusia yang menghubungkan antara individual dengan individu lainnya. Komunikasi sebagai dasar kehidupan. Setiap aspek kehidupan manusia sangat dipengaruhi oleh cara manusia berkomunikasi. Hovland dalam Effendy (2005:10) mengungkapkan komunikasi adalah suatu proses untuk mengubah sikap orang lain. Selain untuk memberikan informasi, komunikasi juga bertujuan untuk mendidik dan mempengaruhi orang lain. Proses komunikasi dilakukan dengan melibatkan individu dalam suatu hubungan, kelompok, organisasi dan komunitas yang saling merespon dan menciptakan pesan untuk beradaptasi dengan lingkungan masing-masing. (Siregar and



Arlena 2017). Aktivitas komunikasi, dalam perihal ini cara perpindahan data, dapat dibilang sudah terdapat semenjak terjadinya sesuatu warga serta sudah jadi bagian dari kehidupan rutinitas orang. Suatu riset mengatakan kalau 70% durasi kegiatan seorang dipakai buat berbicara. Uraian kepada komunikasi badan tidak bisa dipisahkan dari kaitannya dengan bermacam pandangan yang lain dari sikap badan dengan cara totalitas, ataupun apabila diamati dengan cara lebih besar lagi dalam kaitannya dengan analisis dengan bermacam patuh ilmu. (Furqon 2003). Dari pijakan teoretis tersebut, maka tidaklah berlebihan jika dimensi tata kelola dan pola komunikasi organisasi dinyatakan sebagai penentu keberhasilan organisasi. Salah satu organisasi yang memerlukan tata kelola dan pola komunikasi yang baik adalah Ikatan Pelajar Muhammadiyah (IPM). IPM merupakan satu-satunya organisasi kesiswaan intra sekolah yang diakui di setiap Sekolah/Madrasah/Pondok Pesantren Muhammadiyah. Sejarah lahirnya Ikatan Pelajar Muhammadiyah (IPM) adalah kepanjangan Muhammadiyah untuk berdakwah ditingkat siswa atau pelajar untuk menegakan amar ma'ruf nahi munkar dan hasil dari banyaknya pesantren sebagai wadah kaderisasi dan pengkaderan dilingkungan amal usaha Muhammadiyah (Muhammadiyah 2012).

Sebagai organisasi gerakan dakwah di kalangan pelajar Ikatan Pelajar Muhammadiyah (IPM) memiliki etos yang kuat pada dua hal, yang pertama tentang Islam, dan yang kedua tentang kemajuan. Dalam dua hal ini mahasiswa sebagai subjek memiliki etos. Karena itu, IPM berada pada posisi untuk berdialog tentang masa lalu, yakni tentang tradisi, dogma dan khazanah Islam dan masa kini, berupa realitas sosial-ekonomi-budaya yang melingkupi aula mahasiswa dan masa depan dalam bentuk cita-cita sosial Muhammadiyah untuk mewujudkan Masyarakat Islam Seutuhnya. yang substansinya adalah Peradaban Utama dimana kepedulian terhadap anak didik adalah titik tolaknya. Jika organisasi ada dalam kerangka kepentingan pribadi (oportunistik), maka gerakan itu ada dalam kerangka tujuan yang melampaui dirinya sendiri (altruisme progresif). Etos gerakan IPM adalah gerakan mengada untuknya, dimana dia disini adalah *student base*. (Pimpinan Pusat Ikatan Pelajar Muhammadiyah 2014).

Kegiatan Pelatihan IPM, Diantara kegiatan pelatihan untuk mendukung kegiatan kaderisasi dalam Ikatan Pekajar Muhammadiyah pertama Taruna Melati dan Pelatihan Dakwah Pelajar Muhammadiyah (PDPM). Taruna Melati merupakan perkaderan formal. Kegiatan ini bertujuan untuk menjadikan peserta sebagai kader yang unggul, militan, dan berkualitas. Kegiatan dini dilakukan dengan menyajikan beberapa materi antara lain tentang Kemuhammadiyahan, keIPMan dan kepemimpinan. Kemudian Pelatihan Dakwah Pelajar Muhammadiyah (PDPM). Pelatihan ini, bertujuan untuk melahirkan kader-kader IPM, yang siap berdakwah di tengah masyarakat. Karakter kepemimpinan yang terkandung dalam kegiatan ini, adalah percaya diri dan komunikatif. Kegiatan Ikatan Pelajar Muhammadiyah melatih karakter, kepemimpinan yaitu percaya diri dan komunikatif. Dua karakter ini sangat diperlukan, bagi seorang pemimpin dimasa depan dan pelajar sebagai cikal bakal yang akan menjadi pemimpin mesti dilatih sejak dini sehingga pada waktunya mereka diamanahkan untuk menjadi seorang pemimpin maka mereka sudah siap berbekal dengan berbagai pelatihan-pelatihan yang sudah dipersiapkan. (Mukhlis, Purnomo, and Madjid 2022). Ikatan Pelajar Muhammadiyah sebagai sebuah organisasi yang objek dakwahnya adalah pelajar memiliki peran penting untuk menciptakan generasi pelajar yang memiliki kualitas baik. Hasil yang baik tentu juga dipengaruhi oleh system dan tata Kelola organisasi yang baik pula. Tata kelola organisasi merupakan sesuatu rancangan yang menerangkan mutu area organisasi yang dialami ataupun dirasakan oleh anggota- anggotanya. Tata kelola organisasi yang baik membuktikan pengurusan badan lebih handal, berdaya guna serta beretika. Aturan



mengurus badan yang bagus pula bisa menstimulus kenaikan kemampuan anggota organisasi (Wajdi and Pariyem 2016).

2. METODE

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan dalam bentuk pendampingan penggunaan media sosial sebagai sarana komunikasi yang efektif bagi organisasi Ikatan Pelajar Muhammadiyah. Kegiatan dilakukan dengan tahap sebagai berikut:

- a. Memetakan kondisi permasalahan yang dihadapi mitra saat ini antara lain tentang pemanfaatan penggunaan kemajuan media komunikasi yang berbasis digital. Disadari ataupun tidak bahwa perkembangan teknologi dan media komunikasi seperti sekarang akan mempengaruhi hampir semua organisasi, termasuk organisasi pelajar Muhammadiyah seperti Ikatan Pelajar Muhammadiyah (IPM). Internet menyediakan fasilitas untuk berbagai berita disetiap media press untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang ada. Kemunculan Facebook (FB), Twitter, Intagram, Youtube menjadi pemicu munculnya jejaring social, wajib dimanfaatkan sebagai media untuk saling bertukar informasi, tentang apapun. Termasuk yang berkaitan dengan kegiatan organisasi. Kemudahan, kecepatan, dan efektivitas penyebaran informasi melalui media ini menjadi alasan utama mengapa hampir seluruh organisasi perlu memilih jejaring social, sebagai media penyebaran informasi. Sebuah organisasi, tidak akan memiliki value lebih jika ia berhasil menciptakan interaksi internal organisasinya namun tidak pernah berinteraksi dengan eksternal, seperti dengan organisasi kemasyarakatan yang lain.
- b. Setelah melakukan pemetaan tentang permasalahan mitra dalam pemanfaatan media komunikasi bagi organisasi, maka disusun Langkah-langkah program pendampingan bagi mitra dalam penggunaan dan peningkatan kemampuan dalam memanfaatkan media komunikasi berbasis digital untuk kepentingan organisasi.
- c. Memberikan pemahaman tentang pentingnya media sosial bagi sebuah organisasi. Sebab mediasosial ialah medium di internet yang membolehkan konsumen merepresentasikan dirinya ataupun berhubungan, berkolaborasi, memberi, berbicara dengan konsumen lain, serta membuat jalinan sosial dengan cara virtual. Jadi bersosial berarti cognition(identifikasi), komunikasi(communication), serta kerjasama(co- operation) (Nasrullah 2015).
- d. Setelah memberikan beberapa pengetahuan tentang media sosial bagi organisasi, maka langka selanjutnya adalah diadakan pendampingan dan praktek penggunaan media sosial untuk organisasi. Praktik yang dimaksud diantaranya adalah tentang Teknik penulisan berita untuk konten media online dan media sosial dan Teknik penulisan berita dalam kaedah EYD. EYD atau Ejaan Yang Disempurnakan adalah ejaan pada penulisan kata/kalimat dalam bahasa Indonesia yang tercantum dalam Keputusan Presiden No. 57 tanggal 16 Agustus 1972.

3. HASIL & PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa pendampingan untuk peningkatan kemampuan penggunaan media sosial sebagai media komunikasi organisasi Ikatan Pelajar Muhammadiyah Leuwiliang yang dilaksanakan tim dosen Universitas Muhammadiyah Jakarta dibantu mahasiswa. Mitra kerja dalam kegiatan abdimas ini adalah adalah Pimpinan Cabang Ikatan Pelajar Mahasiswa Muhammadiyah Leuwiliang Bogor Jawa Barat. Adapun peserta yang mengikuti kegiatan sosialisasi peningkatan kemampuan penggunaan media sosial sebagai media komunikasi organisasi Ikatan Pelajar Muhammadiyah Leuwiliang adalah para pengurus organisasi tingkat Cabang Leuwiliang dan perwakilan dari pengurus

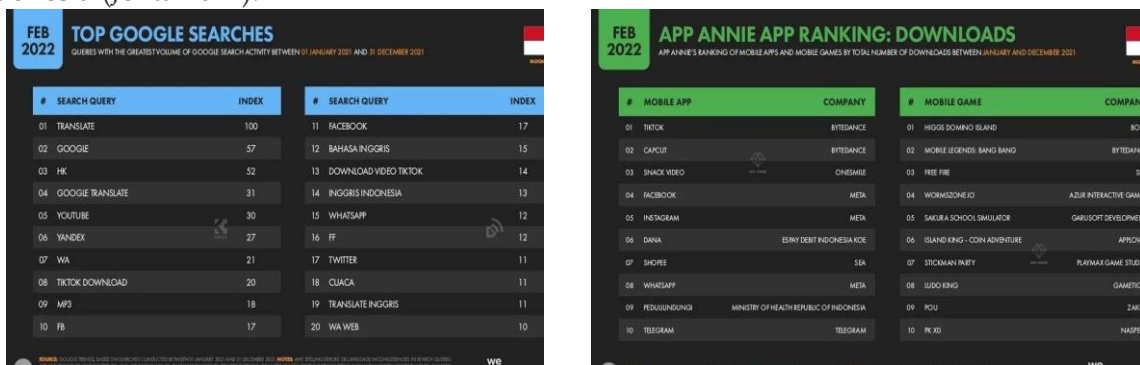


Ikatan Pelajar Muhammadiyah dari sekolah Muhammadiyah se wilayah Leuwiliang. Kegiatan abdimas dilaksanakan pada Sabtu, 15 Oktober 2022, pukul 10.00 – 17.00 WIB bertempat di Aula Koperasi Khairu Ummah Ciampea. Jl. Raya Cibungbulang - Bogor No.41, Cibadak, Kec. Ciampea, Kabupaten Bogor, Jawa Barat 16640.



Gambar 1. Paparan Materi 1 Media Digital

Tim pengabdian melakukan pelatihan dengan cara mengadakan seminar dengan materi Pemanfaatan media sosial bagi organisasi IPM, teknik penulisan berita kegiatan organisasi untuk media online dan konten berita di media sosial dan penulisan karya ilmiah sesuai EYD. Pada sesi materi ini, tim menjelaskan bahwa kondisi umum tentang kemajuan teknologi komunikasi. Kemudahan komunikasi tersebut antara lain difasilitasi dengan adanya media sosial, perkembangan pengguna media sosial di Indonesia trennya semakin hari mengalami perkembangan yang luar biasa. Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) menyebut perkembangan digital di Indonesia tumbuh pesat. Dari data survei oleh We are Social Hootsuite, terdapat 204,7 juta pengguna internet di Indonesia per Februari 2022. Angka tersebut setara dengan 73,7% dari populasi penduduk Indonesia (Jelita 2022).



Gambar2 . Data Pengguna Internet
Sumber: We are Social Hootsuite

Penggunaan media sosial pada perkembangannya tidak hanya menjadi kebutuhan bagi seorang individu untuk memenuhi berbagai kebutuhan komunikasi, namun pemanfaatan media sosial sudah wajib mengakomodir berbagai kebutuhan komunikasi sebuah organisasi. Organisasi dan komunikasi ibarat dua sisi mata uang yang tidak mungkin bisa dipisahkan, eksistensi sebuah organisasi sangat dipengaruhi oleh factor komunikasi yang terjadi dalam tubuh organisasi tersebut. Semakin bagus kemampuan orang-orang di organisasi tersebut dalam berkomunikasi maka akan semakin baik pula kualitas organisasi tersebut. Oleh sebab itu Teknik komunikasi sebuah organisasi juga wajib menyesuaikan dengan berbagai



kemajuan teknologi komunikasi agar tidak tertinggal dan ditinggalkan oleh zamannya. Salah satu pokok penting yang diberikan pada materi ini terhadap organisasi Ikatan Pelajar Muhammadiyah Leuwiliang adalah pentingnya melekat dan meleburkan diri kedalam berbagai bentuk kemajuan teknologi komunikasi hari ini. Menggunakan semaksimal mungkin platform media sosial sebagai media komunikasi organisasi. Dengan demikian eksistensi organisasi akan tetap ada di mata dunia. Kemudian organisasi Ikatan Pelajar Muhammadiyah Leuwiliang perlu cakap dan cermat dalam menggunakan media sosial, cakap dalam arti mengisi info di media sosial dengan berbagai hal yang berkaitan dengan aktifitas organisasi meskipun itu hanya aktifitas kecil, namun jika sesuatu itu dikemas dengan kreatifitas yang tinggi maka sesuatu akan diapresiasi dan dinilai oleh banyak orang. Namun sebagai organisasi tentu harus wajib memahami tentang etika bermedia sosial, karena menyangkut sebuah organisasi dan apapun yang disampaikan atas nama organisasi akan melahirkan konsekuensi yang besar pula bagi organisasi tersebut. Perlu memahami tentang etika hukum yang berlaku misalnya ketentuan Undang-undang ITE dan ketentuan hukum lainnya.

e. Media sosial sudah menghasilkan keikutsertaan warga garis besar dengan mempunyai peluang yang serupa(flat). media sosial pula sudah sanggup menciptakan kerja sama orang tanpa batas durasi serta tempat. Karakteristik khas ataupun karakter alat sosial yang mempunyai hubungan mengenai berartinya untuk suatu badan. Sebagaimana menurut (Nasrullah 2015) sebagai berikut:

- 1) **Informasi.** Informasi merupakan data entitas yang amat berarti dari media sosial sebab mereka sharing dengan data dari konten yang mereka sebarkan lewat jaringan yang terdapat. Mereka saling berinteraksi satu sama lain lewat konten informasi. Jadi data informasi sebagai bahan penting bagi warga media sosial. Informasi dibuat, disebar, dipertukarkan, dikemas balik, ditaruh, serta dikonsumsi sehingga menghasilkan data selaku produk yang berharga sebagai wujud terkini dari kapitalisme produk. informasi dalam media sosial mempunyai karakteristik jika data yang dikodekan(encoding) yang setelah itu didistribusikan melalui bermacam fitur hingga bisa diakses oleh konsumen(decoding). informasi inilah yang jadi media yang saling berhubungan satu sama lain. Dari bagian lain, informasi jadi barang yang terdapat di alat sosial. Tiap orang yang mau ikut dalam runag tersebut wajib melibatkan bukti diri pribadinya. Informasi ini pula yang jadi representasi dari bukti diri dari konsumen. Jadi informasi menjadi perihal yang amat urgen sebab memanglah dikonsumsi oleh anggotanya.
- 2) **Arsip.** Menjadi karakter, bahwa informasi yang telah diunggah akan tersimpan dan siap diakses, kapan saja. Bahkan berproses penyimpanan, kapitalisasi penyimpanan dapat terjadi tidak hanya di tempat di mana informasi diproduksi, tetapi dapat disimpan oleh orang yang telah mengaksesnya dan melakukan proses penyimpanan tersebut.
- 3) **Interaksi.** Berkelompoknya atau berkomunitasnya antar pengguna media social diakibatkan interaksi antar pengguna yang ada tidak sekedar memperluas pertemanan atau pengikut (followers) saja di dunia maya akan tetapi, dapat memberikan tanda psikologi berupa emosi (emotion icon), berkomentar, mendesain ulang informasi, bahkan berbagi media lainnya. Dengan aplikasi lain juga. Di sisi lain interaksi, tidak seperti: media lama, penerima hanya menerima tidak bisa langsung merespon atau tidak bisa mengemas ulang informasi, yang ada kemudian membagikannya. Interaksi ini juga tidak mengenal waktu; ruang; jenis kelamin; wilayah, dan sebagainya. **Konten oleh Pengguna** adalah ciri dari pemilik akun media



social, konten juga dimungkinkan diproduksi oleh pengguna lain yaitu pengguna di satu sisi sebagai produsen konten, akan tetapi di sisi lain juga menjadi konsumen konten tersebut.

- 4) **Penyebaran (Share/sharing)** Media ini tidak hanya menghasilkan konten, yang dibangun dari dan dikonsumsi, oleh penggunanya akan tetapi juga didistribusikan dan dikembangkan oleh penggunanya itu sendiri. Penyebarluasan dapat melalui konten dan juga melalui perangkat yang dapat memperluas jangkauan konten. Umumnya media social, memiliki fasilitas tombol share. Pada perangkatnya (Widada 2018).

Penggunaan media sosial dirasa semakin memudahkan karena difasilitasi berbagai akun media sosial yang memungkinkan setiap orang ikut hadir didalamnya. Selain itu beberapa akun tersebut dilengkapi dengan berbagai fitur pendukung antara lain sesama pengguna media sosial dapat membagi dan menerima berbagai video dan foto. Dengan demikian seseorang dapat berkomunikasi secara efektif dan Sebagian penerima memiliki ketertarikan karena dipengaruhi dengan media tersebut serta menjadi sebuah tontonan yang dapat diulang-ulang. (Liedfray 2022:1).

Selanjutnya tim pengaduan melanjutkan paparan materi penulisan karya ilmiah sesuai EYD. Hal ini sangat penting dipahami karena konten-konten media sosial harus memahami tentang etika penulisan ilmiah. Pada paparan materi ini menjelaskan hal-hal yang berkaitan dengan memahami pengertian ejaan. Secara umum dapat dipahami sebagai kaidah cara menggambarkan bunyi (kata, kalimat, dan sebagainya) dalam tulisan (huruf-huruf) serta penggunaan tanda baca (KBBI, 2008: 353). Ejaan adalah keseluruhan pelambangan bunyi bahasa, penggabungan dan pemisahankata, penempatan tanda baca dalam tata bahasa. (Triwati Rayahu, 2016:20). Bahasa Indonesia berasal dari bahasa Melayu. Sejak bahasa Indonesia masih bernama bahasa Melayu, ejaan sudah berlaku. Ejaan yang pernah berlaku di Indonesia ada empat, yaitu:

- a) Ejaan van ophuysen berlaku sejak tahun 1901. Penjelasannya mengenai Ejaan van ophuysen terdapat dalam *kitab Logat Melajoe*.
- b) Setelah Indonesia merdeka, berlakulah Ejaan Republik (Ejaan Soewandi, nama Menteri Pendidikan dan Kebudayaan kala itu). Ejaan Republik tersebut berlaku tahun 1947.
- c) Setelah lebih dari 20 tahun, berlakulah Ejaan Bahasa Indonesia yang Disempurnakan atau disingkat EYD. EYD ini diresmikan Presiden Soeharto berdasarkan Surat Keputusan Presiden Nomor 57 Tahun 1972.
- d) Pada tahun 2016 berdasarkan Surat Keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan. Nomor 50 Tahun 2015 Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia yang Disempurnakan (PUEYD) berganti nama menjadi Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia (PUEBI) (<http://badanbahsa.kemdikbud.go.id/lamanbahasa/sites/default/files/PUEBI.pdf>, diunduh tanggal 11 Agustus 2018).

Lingkup ejaan ada 4 hal, yaitu:

- a) pemakaian huruf kapital, miring, dan tebal;
- b) penulisan kata;
- c) penulisan unsur serapan; dan
- d) pemakaian tanda baca.

Berikut ini adalah hal-hal yang penting diketahui terkait kesalahan yang sering terjadi dalam penulisan atau berkomunikasi.



Pemakaian Huruf Kapital

Istilah huruf capital digunakan untuk menandai suatu bentuk huruf karena memiliki fungsi berbeda dalam kata atau kalimat sehingga menjadi berbesa dari bentuk huruf lain meskipun secara fonemis sebunyi.

- A. Kebanyakan orang menuliskan jenjang dengan huruf awal capital padahal jenjang pendidikan bukan termasuk nama diri, misalnya penulisan *perguruan tinggi negeri* dan *sekolah atau negeri* tidak menggunakan huruf awal capital.
- B. Penulisan *gelar akademik* yang tidak diikuti nama orang tidak ditulis dengan huruf awal kapital. Penulisan nama jabatan *gubernur, bupati, atau walikota* yang tidak diikuti nama orang atau nama jabatan tersebut bukan pengganti nama orang tertentu ditulis dengan huruf kecil. Contohnya
- C. Nama geografi yang menjadi bagian nama jenis tulisan dengan huruf kecil.
Contoh: Di Bali, kami tidak melihat jeruk bali, Harga batik Pekalongan di Thamrin City sangat bervariasi.

D. Huruf Kekeabatan

Huruf kapital digunakan untuk kata yang menyatakan hubungan kekerabatanyang dipakai sebagai sapaan dan pengacuan.

1. Surat *Bapak/Saudara* telah saya sampaikan
2. Dalam seminar tersebut *Ibu* dapat dapat memberikan sambutan.
3. Salah seorang mahasiswa penerima beasiswa Didikmisi merupakan tujuh orang *saudara* di kampung halamannya.
4. Mahasiswa penerima beasiswa LPDP harus berpisah dengan *bapak* dan *ibunya* karena belajar di luar negeri.

Etika Penulisan Kata Ulang

Kata ulang dalam bahasa Indoneisa ditulis lengkap, tidak boleh ditulis dengan angka dua (2) kecuali untuk tulisan pribadi. Bentuk kata yang tidak mengalami perubahan makna, karena pengulangannya bersifat fonologis yang artinya bukan tidak ada pengulannya leksem (Rina Nuryana dan Khaerunnisa, 2018:36)

Contohnya: buku-buku, berbincang-bincang, buah-buahan, bolak-balik, terus-menerus, porak-poranda, sebra-serbi.

Tata cara penulisan Gabunga Kata

Penulisan gabungan kata dibedakan menjadi

1. Dalam pedoman, unsur terkait atau unsur yang tidak dapat berdiri sendiri ditulis serangkai. Gabungan kata berikut terdiri atas unsur atau unsur terikat dan unsur tidak terikat. Kata-kata yang dicetak miring adalah unsur terikat, sedangkan kata-kata yang dicetak miring bukan unsur terikat.

A. Penulisan Kata Depan

Penulisan kata depan yang sering salah adalah *di* dan *ke*. Penulisan kata depan tersebut sering dipertukarkan dengan imbuhan (awalan) *di* dan *ke*. Ada dua cara untuk membedakan kata depan dan imbuhan *ke* dan *di*,

1. Kata depan *di* mempunyai pasangan *ke* dan *dari*
2. Kata depan *di* tidak dapat dilawankan dengan *meng-*
Contoh: *di atas* *ke atas* *dari atas*

B. Penulisan Partikel

Dalam Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia, yang termasuk partikel adalah *-lah, -kah, -tah, pun, dan per*. Pada dasarnya partikel ditulis terpisah dari kata yang mendahuluainya. Partikel sebenarnya bermakna 'unsur-unsur kecil dari satu benda'. Analogi bermakna tersebut, unsur kecil dalam bahasa, kecuali yang jelas



satan bentuknya disebut partikel (Suyatno. Tri Pujiati. Didah Nurhamida. Dan Lutfi Syauki Faznur, 2017: 29)..

Penulisan Unsur Serapan

Yang dimaksud dengan unsur serapan adalah kata atau istilah yang berasal dari bahasa daerah atau bahasa asing. Seperti diketahui, bahasa Indonesia diangkat dari bahasa Melayu.



Gambar 3. Paparan materi 2. Penulisan Ilmiah

Kemudian paparan berikutnya dilanjutkan dengan teknik penulisan berita kegiatan organisasi untuk media online dan konten berita di media sosial. Sebuah tulisan yang ditulis oleh seorang wartawan atau penulis kemudian tulisan tersebut dipublikasikan pada media pres baik secara online atau cetak itu yang dinamakan berita. Jadi dinamakan berita apabila tulisan yang ditulisnya sudah dipublikasikan pada media pres baik secara berkala sesuai dengan waktu penerbitannya. Dalam berita ada yang disebut nilai berita yang berkaitan dengan peristiwa dalam sebuah berita. Dapat dikatakan sebuah berita akan di filter oleh media tentang isi dari berita tersebut apakah sudah memiliki nilai berita atau belum serta apakah sudah bisa dipublikasi atau tidaknya sebuah berita (Nugroho, 2010). Globalisasi dan zaman digital ini membuat masyarakat kebanjiran informasi yang didapat dikalangan media disekitar kita yang jika kita kenal yaitu majalah, surat kabar, media cetak dan yang lainnya

Media interaktif juga yang dilihat sebagai sebuah media online juga yang memiliki berfungsi sebagai media yang berisi berbagai informasi di dalamnya, termasuk berita. Keberadaan internet di masyarakat saat ini digunakan sebagai penyampaian media informasi yang bersifat masip. Kemudahan internet dapat digunakan dalam berbagai hal, bahkan bangun tidur pun internet sudah bisa diakses sesuai kebutuhan serta semakin akrabnya dengan msyarakat setempat dengan internet, maka dari itu masyarakat sehari-hari dapat mengkonsumsi internet dengan mudahnya.



Gambar 3 .Materi Penulisan berita konten medsos

Media cetak dan media elektronik sekarang ini menjadi sebuah hal yang konvensional untuk mendapatkan sebuah informasi yang memberikan sebuah gambaran atau hal



tertentu, bedahalnya yang sangat pesat diminati dan digandrungi oleh halayak saat ini yaitu media online yang tergantung pada internet dan perangkat yang super mendukung. Internet yang ada saat ini tidak memiliki Batasan tertentu yang membuat pengguna dapat membuka atau melakukan hal-hal yang lain khususnya bermedia online. Praktik jurnalistik adalah suatu kegiatan menuliskan hal-hal atau berita tertentu pada halaman internet serta dipublikasikan secara berkala sesuai ketentuan yang dilakukan oleh sebuah Lembaga media tertentu. Hal yang sama juga disampaikan oleh Ashadi Siregar yang menyatakan media yang media yang berbasis telekomunikasi yang memiliki portal berita serta web, atau radio, Tv online, pers online serta hal-hal yang terkait dengan itu. (Kurniawan 2005)



Gambar 4. Gambaran pelaksanaan Pengabdian

Setiap tahap kegiatan berjalan dengan baik dan sesuai dengan waktu yang sudah direncanakan oleh tim pengabdian. Sebelum materi dipaparkan, narasumber mengajukan beberapa pertanyaan untuk mengetahui sejauhmana pemahaman peserta tentang materi yang akan disampaikan. Kemudian setelah selesai paparan, maka peserta diberikan kesempatan untuk menjawab beberapa pertanyaan yang sebelumnya ditanyakan oleh narasumber dan peserta diminta untuk mengajukan pertanyaan atas beberapa hal yang belum bisa dipahami. Berikutnya acara dilanjutkan dengan praktek dan pendampingan tentang penggunaan media sosial dan konten media sosial.

4. KESIMPULAN

Hasil pengabdian masyarakat dalam bentuk pelatihan yang dilakukan oleh tim pengabdian telah memberikan suatu pencerahan bagi teman-teman Ikatan Pelajar Muhammadiyah Leuwiliang Kab. Bogor tentang urgensi pemanfaatan media sosial dan media online sebagai sebuah media komunikasi organisasi dan bagian yang tidak terpisahkan dalam aktivitas dakwah ataupun aktivitas lainnya dalam mengembangkan. Serta peserta memahami bagaimana cara penulisan sebuah wacana dengan baik sesuai ejaan yang berlaku diantaranya bagaimana cara berkomunikasi secara tertulis dengan masyarakat dan menuliskan sebuah berita agar tidak menjadi ambiguitas dikalangan para peserta, selanjutnya, dengan adanya pengabdian ini tim juga turut mengevaluasi berbagai program yang sudah dilakukan oleh organisasi Ikatan Pelajar Muhammadiyah agar beberapa program kerja kedepan bisa dimaksimal dalam pemanfaatan media sosial dan media online. Disisi lain Tim pengabdian juga merasa terbantu dalam melakukan tugas sebagai dosen yang sesuai catur darma perguruan tinggi Muhammadiyah.



5. UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih kepada Rektor Universitas Muhammadiyah Jakarta, LPPM UMJ, Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu politik serta Fakultas ilmu Pendidikan, terima kasih juga kepada adik-adik Ikana Pelajar Muhammadiyah Lewiliang, Pimpinan Cabang Muhammadiyah Leuwiliang.

DAFTAR PUSTAKA

- Amijaya, Sita Yuliasuti, and Program Studi. 2019. "Penguatan Tata Kelola Organisasi Sebagai Pilar Keberlanjutan Kelompok Pengrajin Batik," no. September.
- Furqon, Chairul. 2003. "Hakikat Komunikasi Organisasi." *Hakikat Komunikasi Organisasi* 2 (15): 1-9.
- Jelita, Insi Nantika. 2022. "Pengguna Internet Tembus 204,7 Juta, Kemenkominfo : Literasi Digital Penting." *Mediaindonesia.Com*. 2022. <https://mediaindonesia.com/ekonomi/510689/pengguna-internet-tembus-2047-juta-kemenkominfo-literasi-digital-penting>.
- Kurniawan, Agung. 2005. *Transformasi Pelayanan Publik*. Yogyakarta: Pembaharuan.
- Muhammadiyah, Pimpinan Pusat Ikatan Pelajar. 2012. "PEDOMAN RANTING IKATAN PELAJAR MUHAMMADIYAH."
- Mukhlis, Halim Purnomo, and Muhammad Na'im Madjid. 2022. "Peran Ikatan Pelajar Muhammadiyah Pada Pembentukan Karakter Kepemimpinan Peserta Didik." *G-COUNS: Jurnal Bimbingan Dan Konseling* 6 (2): 197-207.
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Pimpinan Pusat Ikatan Pelajar Muhammadiyah. 2014. *Sistem Perkaderan Ikatan Pelajar Muhammadiyah*. Yogyakarta: Suara Muhammadiyah.
- Rahman, Abdul, Mulkan Habibi, Ali Noer Zaman, Hamka Hamka, and Muhammad Sahrul. 2021. "Edukasi Kebijakan Organisasi Adaptif Di Era VUCA Pada Pimpinan Cabang Ikatan Pelajar Muhammadiyah Leuwiliang Bogor." *E-Dimas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 12 (3): 542-48. <https://doi.org/10.26877/e-dimas.v12i3.7133>.
- Siregar, Rachmi Kurnia, and Wenny Maya Arlena. 2017. "Komunikasi Organisasi Pengelolaan APBD (Kebijakan Tata Kelola APBD) Berbasis E-Government Plus Pada Pemerintahan Kabupaten Batang, Jawa Tengah." *Avant Garde* 1 (01): 183-93.
- Stieglitz, Stefan, and Linh Dang-Xuan. 2013. "Social Media and Political Communication: A Social Media Analytics Framework." *Social Network Analysis and Mining* 3 (4): 1277-91. <https://doi.org/10.1007/s13278-012-0079-3>.
- Wajdi, M. Farid, and Pariyem. 2016. "Pengaruh Tatakelola Organisasi, Budaya Kerja Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Tenaga Medis Rumah Sakit." *The 3rd University Research Colloquium* 2016 3: 187-96.
- Widada, Cahyana Kumbul. 2018. "Mengambil Manfaat Media Sosial Dalam Pengembangan Layanan." *Journal of Documentation and Information Science* 2 (1): 23-30. <https://doi.org/10.33505/jodis.v2i1.130>.

