Pemanfaatan Media Sosial yang Beretika dan Berakhlak: Membangun Citra Positif Bagi Relawan Kampanye Pilkada 2024

DOI: https://doi.org/10.32509/abdimoestopo.v8i1.4373

Hakam Ali Niazi[1], Retno Fuji Oktaviani[2*], Yesi Puspita Dewi[3]

[1,2,3]Universitas Budi Luhur
Jl. Ciledug Raya, RT.10/RW.2, Petukangan Utara, Kec. Pesanggrahan, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12260

*Email Korespondensi: Retno.fujioktaviani@budiluhur.ac.id

Abstract *- Regional Head Elections 2024 (Pilkada) in Indonesia are no exception to this trend, where political parties and candidates utilize social media platforms to convey their programs, visions, and missions to the public. KITAS, as one of the PDI Perjuangan volunteers, plays an important role in conveying the messages of the party and the candidates they support to the public. However, with the increasing use of social media, new challenges arise regarding ethics and morals in its use. Therefore, the use of social media that is ethical and moral is crucial to building a positive image. The purpose of this community service activity is to provide education and training for volunteers on how to utilize social media. This activity has great potential to increase campaign effectiveness in an ethical and responsible manner. This can be concluded from the activities that took place in a hybrid manner on July 27, 2024, which took place at the RJA Kalibata. Relevant training materials, experienced instructors, and the use of modern tools provide a strong foundation for improving the knowledge and skills of volunteers. This can be seen from the measurement results carried out by the PKM team before and after the activity.*
Keywords: *Social Media; Morals; Ethics; Campaign*

Abstrak - Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) 2024 di Indonesia tidak terkecuali dari tren ini, di mana partai politik dan para calon memanfaatkan platform sosial media dalam menyampaikan program, visi, dan misi kepada masyarakat. Komunitas Tenaga Ahli dan Sekretaris (KITAS), sebagai salah satu relawan PDI Perjuangan berperan penting dalam menyampaikan pesan partai dan calon yang diusung kepada masyarakat. Namun, dengan meningkatnya penggunaan media sosial, muncul tantangan baru terkait etika dan akhlak dalam penggunaannya. Oleh karena itu, pemanfaatan media sosial yang beretika dan berakhlak menjadi krusial untuk membangun citra positif kandidat dalam Pilkada 2024. Tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah memberikan edukasi dan pelatihan bagi relawan PDI Perjuangan tentang cara memanfaatkan media sosial. Kegiatan ini memiliki potensi besar untuk meningkatkan efektivitas kampanye dengan cara yang etis dan bertanggung jawab. Hal ini dapat disimpulkan dari kegiatan yang berlangsung secara hybrid pada tanggal 27 Juli 2024 yang bertempat di komplek RJA Kalibata, yang merupakan tempat komunitas KITAS. Materi pelatihan yang relevan, instruktur berpengalaman, dan penggunaan alat modern memberikan dasar yang kuat bagi peningkatan pengetahuan dan keterampilan para relawan. Hal ini dapat dilihat pada hasil pengukuran yang dilakukan oleh tim PKM pada saat sebelum dan setelah kegiatan berlangsung.
Kata Kunci: Media Social; Akhlak; Etika; Kampanye

I. PENDAHULUAN

Dalam era digital saat ini, membentuk opini publik dan membangun citra seseorang dapat dilakukan menggunakan media sosial (Hamid et al., 2022). Penggunaan media sosial

yang strategis dan efektif dapat membantu individu maupun organisasi mencapai tujuan komunikasi mereka dengan lebih efisien. Dalam konteks politik, media sosial menjadi medan utama bagi kampanye dan interaksi dengan pemilih (Bankov, 2023). Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) 2024 di Indonesia tidak terkecuali dari tren ini, di mana partai politik dan para calon memanfaatkan platform sosial media dalam menyampaikan program, visi, dan misikepada masyarakat luas (Hasanudin et al., 2023).

Para relawan kampanye oleh KITAS dari PDI Perjuangan menghadapi berbagai permasalahan dalam mengelola sosial media yang beretika dan berakhlak dalam pemilihan Pilkada 2024. Pertama, penyebaran informasi yang tidak akurat menjadi tantangan besar, di mana relawan mungkin tanpa sengaja membagikan berita palsu atau informasi yang tidak terverifikasi. Solusi untuk ini adalah melakukan verifikasi fakta sebelum membagikan informasi dan bekerja sama dengan sumber yang kredibel (Battista, 2024). Kedua, pengendalian emosi dan bahasa dalam debat online penting agar tidak menggunakan bahasa yang tidak beretika atau menyerang secara personal (Prasetya, 2018). Pedoman etika komunikasi dan pelatihan untuk relawan dapat membantu mengatasi masalah ini. Ketiga, privasi dan keamanan data perlu dijaga untuk melindungi data pribadi relawan dan pendukung dari kebocoran atau penggunaan tanpa izin, dengan menerapkan kebijakan privasi yang ketat dan menggunakan platform yang aman.

Selanjutnya, pengelolaan konten yang menarik, informatif, dan etis secara konsisten memerlukan upaya signifikan, dan pembentukan tim kreatif yang bertanggung jawab dapat memastikan setiap unggahan mematuhi pedoman etika. Interaksi dengan publik juga menjadi tantangan, terutama dalam menanggapi komentar negatif atau provokatif (Wulandari et al., 2023). Strategi untuk berinteraksi dengan publik secara positif, termasuk cara menangani kritik konstruktif, sangat diperlukan. Selain itu, menjaga konsistensi pesan di seluruh platform media sosial dan antara berbagai relawan penting untuk keberhasilan kampanye, yang dapat dicapai dengan pedoman komunikasi dan strategi media sosial yang jelas serta koordinasi yang baik (Baehaki, 2021; Simon, 2024).

Penggunaan data analitik untuk memahami perilaku pemilih dan mempersonalisasi pesan kampanye harus dilakukan secara etis, menghormati privasi individu dan menghindari manipulasi data (Oktaviani et al., 2023). Kurangnya regulasi dan pengawasan di media sosial dapat membuat praktik kampanye tidak etis lebih mudah terjadi, sehingga berkolaborasi dengan platform media sosial untuk memantau aktivitas kampanye dan mematuhi regulasi yang berlaku sangat penting (Septianningsih & Jiharani, 2023). Akhirnya, penggunaan bot dan akun palsu untuk meningkatkan dukungan atau menyebarkan propaganda bisa merusak integritas kampanye, sehingga fokus pada interaksi yang asli dan transparan dengan pemilih harus diutamakan. Dengan mengatasi permasalahan-permasalahan ini, para relawan kampanye dari PDI Perjuangan dapat menjalankan kampanye yang lebih beretika dan berakhlak di media sosial, yang pada akhirnya akan meningkatkan kepercayaan publik dan kredibilitas partai dalam Pilkada 2024.

Tantangan dalam menjaga akhlak dan integritas di tengah kompetisi politik yang ketat, godaan untuk menggunakan cara-cara tidak etis dalam berkomunikasi di media sosial juga merupakan permasalahan yang sangat besar. Sehingga menjaga akhlak dan integritas dalam berkomunikasi menjadi tantangan yang signifikan. Kurangnya pelatihan dan edukasi kepada relawan sering kali tidak mendapatkan pelatihan yang cukup dalam hal penggunaan media sosial secara efektif dan beretika. Hal ini mengakibatkan rendahnya kualitas konten yang dihasilkan dan potensi penyebaran informasi yang salah atau menyesatkan (Wardhani et al., 2020).

Tujuan dari kegiatan pengabdian ini adalah memberikan edukasi dan pelatihan bagi relawan PDI Perjuangan mengenai cara memanfaatkan media sosial dengan etika dan akhlak yang baik. Dengan demikian, diharapkan relawan dapat meningkatkan kesadaran dan

pengetahuan, memahami pentingnya etika dalam berkomunikasi di media sosial dan dampaknya terhadap citra partai (Damayanti et al., 2024). Mengembangkan kemampuan strategis dalam menggunakan media sosial secara efektif dan terstruktur sesuai dengan strategi komunikasi partai. Menjaga integritas dan akhlak dengan tetap berpegang pada prinsip-prinsip dalam setiap aktivitas di media sosial, sehingga dapat membangun citra positif partai di mata publik (Wang et al., 2023). Mampu menghasilkan konten yang informatif, edukatif, dan positif, serta mampu melawan hoaks dan informasi menyesatkan dengan cara yang bijaksana. Dengan latar belakang ini, diharapkan kegiatan pengabdian ini dapat memberikan kontribusi nyata dalam membangun citra positif bagi relawan PDI Perjuangan melalui optimalisasi pemanfaatan media sosial yang beretika dan berakhlak.

Dalam mengatasi kondisi yang dihadapi oleh relawan kampanye, kegiatan pengabdian ini menawarkan beberapa solusi strategis yang dirancang untuk meningkatkan pemahaman, keterampilan, dan etika dalam penggunaan media sosial. Pelatihan bertika dan berakhlak pengguna social media: Menyelenggarakan workshop yang membahas pentingnya etika dan akhlak saat komunikasi di media sosial. Kegiatan ini mencakup diskusi tentang contoh kasus nyata yang menunjukkan dampak kearah negatif dari media sosial sehingga tidak etis. Memberikan panduan praktis tentang cara menghindari penyebaran hoaks, ujaran kebencian, dan konten provokatif. Peningkatan keterampilan teknis yaitu memberikan pelatihan teknis tentang penggunaan alat dan platform media sosial. Mengajarkan keterampilan dasar dalam desain grafis, video editing, dan pembuatan konten multimedia. Menyediakan panduan tentang penggunaan analitik media sosial untuk mengukur efektivitas kampanye. Pendampingan dan evaluasi yaitu menyediakan mentor atau pendamping yang dapat membantu relawan dalam mengimplementasikan strategi media sosial. Melakukan evaluasi berkala terhadap konten dan aktivitas media sosial relawan untuk memastikan kesesuaian dengan etika dan tujuan kampanye. Memberikan umpan balik konstruktif untuk perbaikan dan pengembangan berkelanjutan. Identifikasi dan pemecahan masalah yang dapat diberikan kepada mitra dengan klasifikasi berdasarkan masalah, solusi serta target capaian dapat dijelaskan pada tabel 1.

Tabel 1. Identifikasi dan Pemecahana Masalah

No	Masalah	Solusi	Target
1.	Relawan belum sepenuhnya memahami pentingnya etika dalam berkomunikasi di media sosial	Pelatihan Etika dan Akhlak dalam Media Sosial	• Peningkatan Kesadaran Etika
2.	Penggunaan media sosial yang tidak terstruktur, tanpa panduan dan pelatihan yang memadai, cenderung tidak terarah dan tidak konsisten dengan strategi komunikasi partai. Hal ini dapat mengurangi efektivitas kampanye dan pesan yang ingin disampaikan.	Peningkatan Keterampilan Teknis	• Peningkatan kualitas konten yang informatif, edukatif, dan positif secara konsisten. • Pengurangan konten negatif yang mengandung hoaks, ujaran kebencian, dan provokatif di akun media sosial relawan. • Peningkatan platform media sosial secara mandiri dan efektif

3.	Tidak adanya evaluasi yang dilakukan kepada relawan dalam berkomunikasi di media sosial dan dampaknya terhadap citra partai	Pendampingan dan Evaluasi	• Terlaksananya evaluasi berkala dan pemberian umpan balik yang konstruktif kepada relawan

Tabel 1 menjelaskan permasalahan relawan belum sepenuhnya memahami pentingnya etika dalam berkomunikasi di media sosial. Masalah lainnya adalah penggunaan media sosial yang tidak terstruktur, tanpa panduan dan pelatihan yang memadai, cenderung tidak terarah dan tidak konsisten dengan strategi komunikasi partai. Hal ini dapat mengurangi efektivitas kampanye dan pesan yang ingin disampaikan dan masalah yang terakhir adalah tidak adanya evaluasi yang dilakukan kepada relawan dalam berkomunikasi di media sosial dan dampaknya terhadap citra partai sehingga diberikan pelatihan mengenai etika dan akhlak dalam media sosial.

II. METODE PELAKSANAAN

Melaksanakan solusi yang ditawarkan, berikut adalah tahapan atau langkah-langkah yang akan diambil:

a. Persiapan
    1) Identifikasi Relawan: Mengidentifikasi dan mendata relawan yang akan mengikuti program pelatihan.
    2) Perencanaan Program: Menyusun jadwal pelatihan, materi, dan narasumber yang ahli dalam bidang media sosial dan etika digital.
    3) Koordinasi: Berkoordinasi dengan pihak dengan KITAS Fraksi PDI Perjuangan untuk mendapatkan dukungan dan memastikan kesesuaian program dengan strategi kampanye partai.
b. Pelaksanaan Pelatihan dan Edukasi
    1) Sesi Pengenalan: Mengadakan sesi pengenalan untuk menjelaskan tujuan dan pentingnya etika dan akhlak dalam penggunaan media sosial.
    2) Workshop Etika dan Akhlak: Menyelenggarakan workshop intensif mengenai etika dan akhlak dalam penggunaan media sosial.
    3) Pelatihan Strategi Media Sosial: Memberikan pelatihan tentang pengembangan strategi media sosial, pembuatan konten berkualitas, dan penggunaan alat analitik.
    4) Pelatihan Keterampilan Teknis: Melakukan sesi pelatihan teknis tentang desain grafis, video editing, dan pembuatan konten multimedia.
c. Implementasi dan Pendampingan
    1) Implementasi Praktis: Mengarahkan relawan untuk menerapkan pengetahuan dan keterampilan yang telah diperoleh dalam kampanye nyata.
    2) Pendampingan: Menyediakan pendamping atau mentor untuk membantu relawan selama proses implementasi.
    3) Evaluasi Berkala: Melakukan evaluasi berkala untuk memonitor progres dan memberikan umpan balik konstruktif.

Partisipasi Mitra dalam Pelaksanaan kegiatan ini dapat diwujudkan dengan melakuikan pendaftaran yaitu KITAS (relawan PDI Perjuangan) mendaftarkan diri untuk berpartisipasi dalam program pelatihan. Relawan memberikan komitmen untuk mengikuti seluruh rangkaian kegiatan dengan aktif. Relawan bekerja sama dalam kegiatan praktik dan berbagi pengalaman

serta pengetahuan yang dimiliki. Serta relawan mampu mengimplementasikan strategi dan pengetahuan yang diperoleh dalam aktivitas kampanye di media sosial.

Evaluasi Pelaksanaan Program

1. Monitoring dan Pelaporan Berkala: Melakukan monitoring dan pelaporan berkala terhadap progres program melalui survei, wawancara, dan observasi langsung.
2. Indikator Keberhasilan: Menggunakan indikator keberhasilan yang telah ditentukan untuk mengukur dampak program, seperti peningkatan keterampilan, perubahan perilaku, dan peningkatan kualitas konten.
3. Diskusi Kelompok Terfokus (FGD): Mengadakan FGD dengan relawan untuk mendiskusikan pengalaman dan feedback mereka selama mengikuti program.

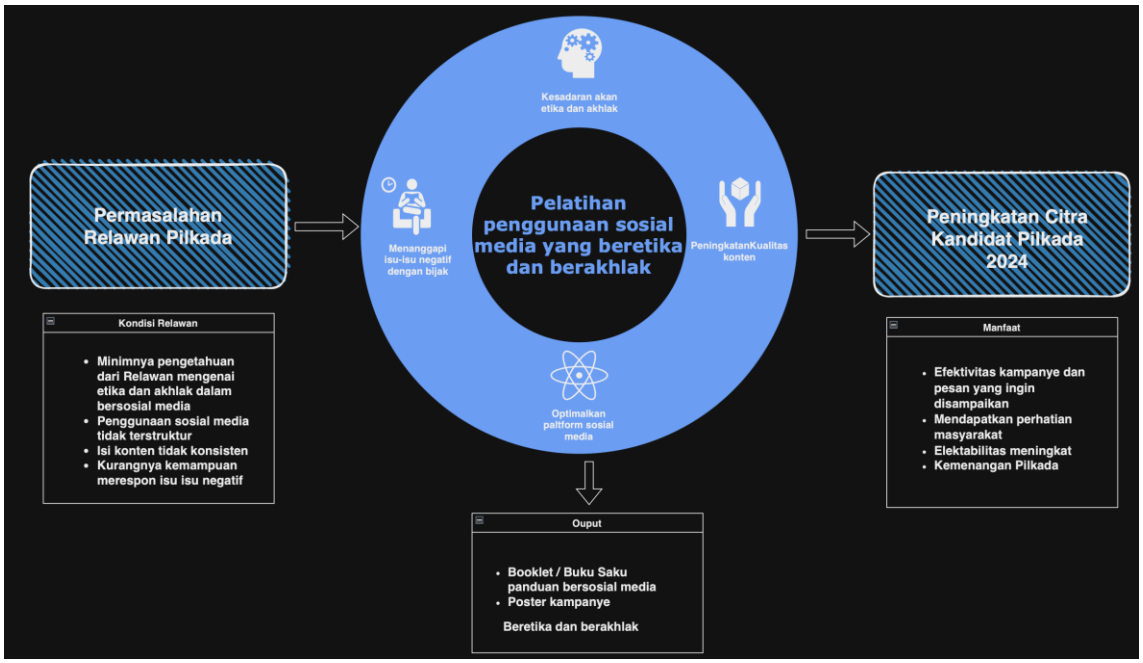
Keberlanjutan Program

1. Pembentukan Komunitas Relawan: Membentuk komunitas relawan yang berkelanjutan untuk terus mempraktikkan dan mengembangkan pengetahuan yang diperoleh.
2. Penyediaan Sumber Daya Online: Menyediakan platform online (misalnya, grup media sosial, website) yang berisi materi pelatihan, panduan, dan forum diskusi untuk mendukung relawan setelah program selesai.
3. Mentorship Berkelanjutan: Mengembangkan program mentorship jangka panjang di mana relawan senior dapat terus memberikan bimbingan kepada relawan baru.
4. Program Follow-Up: Mengadakan sesi pelatihan lanjutan atau refreshment secara berkala untuk memastikan relawan tetap update dengan perkembangan terbaru dalam strategi media sosial.

Tabel 2. Menguraikan peran dan tugas masing masing anggota sesuai dengan kepakaran yang dikuasai oleh tim pelaksana kegiatan pengabdian kepada masyarakat:

Tabel 2. Uraian Tugas

Tim Pelaksana	Uraian Kepakaran	Tugas
Ketua Pelaksa	Manajemen (ahli dalam bidang manajemen pemasaran)	1. Koordinasi kegiatan yang akan dilaksanakan dengan mitra. 2. Menyiapkan keperluan kegiatan pelatihan. 3. Menjadi instruktur pelatihan. 4. Melakukan evaluasi pelaksanaan kegiatan.
Anggota 1	Manajemen (ahli dalam bidang manajemen strategi)	1. Membuat materi Pelatihan. 2. Menjadi instruktur pelatihan. 3. Evaluasi kegiatan. 4. Membuat artikel ilmiah untuk dipublikasikan
Anggota 2	Sistem informasi (ahli dalam bidang teknologi dan platform social media)	1. Menyiapkan materi terkait platform media sosial media. 2. Menjadi instruktur pelatihan. 3. Evaluasi kegiatan. 4. Membuat laporan kegiatan PKM.
Mahasiswa	Manajemen (mampu mengoperasionalkan media sosial)	1. Membantu menyiapkan peralatan dan perlengkapan sebelum dan selama kegiatan pelatihan berlangsung



Sumber: Niazi, Oktaviani, Dewi (2024)

Gambar 1. Gambaran IPTEKS

Gambaran IPTEKS yang akan dilaksanakan dan diterapkan pada mitra. Tahap pertama dimulai dari identifikasi permasalahan mitra, dilanjutkan dengan penyusunan materi yang sesuai dengan kondisi tersebut. Pelaksanaan kegiatan pelatihan ini diharapkan mampu mencapai target yang diharapkan mitra dengan peningkatan citra dari kandidat yang memberikan dampak positif dalam Pilkada 2024.

III. HASIL PENEMUAN DAN DISKUSI

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan selama empat bulan yang dimulai dari persiapan pada bulan Mei 2024, hingga laporan kegiatan pada bulan Agustus 2024. Kegiatan ini dilangsungkan pada tanggal 27 Juli 2024, yang berlokasi di komplek RJA Kalibata, yang merupakan tempat komunitas Tenaga Ahli dan Sekretaris Fraksi PDI Perjuangan (KITAS) yang dilakukan dengan sistem hybrid. Kegiatan ini dilaksanakan mulai pukul 09.00 s.d. 12.00 WIB dan diikuti oleh 19 orang relawan kampanye.

Gambar 2. Foto Kegiatan

Sosialisasi pemanfaatan media sosial yang beretika dan berakhlak merupakan langkah penting dalam memastikan kampanye yang sehat dan produktif dalam pemilihan Pilkada 2024. Berikut adalah penjelasan rinci mengenai kegiatan sosialisasi tersebut.

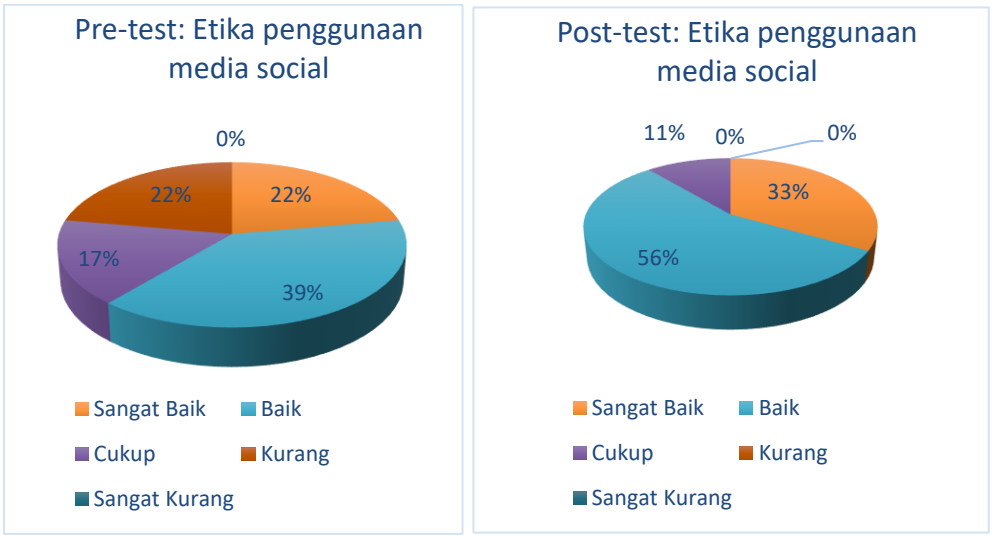
1. Penyampaian Materi
   a. Pengenalan Etika dan Akhlak dalam Media Sosial
      Pengertian Etika dan Akhlak: Menjelaskan konsep dasar etika dan akhlak dalam berkomunikasi di media sosial, termasuk pentingnya kejujuran, tanggung jawab, dan penghormatan terhadap orang lain. Pentingnya Etika dalam Kampanye: Menguraikan bagaimana etika yang baik dapat meningkatkan kredibilitas dan kepercayaan publik terhadap kampanye dan calon yang diusung.
   b. Kerangka Hukum dan Regulasi
      Peraturan Kampanye di Media Sosial: Memaparkan regulasi yang berlaku mengenai kampanye di media sosial yang ditetapkan oleh otoritas pemilu. Konsekuensi Pelanggaran: Menjelaskan konsekuensi hukum dan sosial dari pelanggaran etika dan regulasi kampanye.
   c. Strategi Komunikasi Beretika
      Pesan Positif dan Konstruktif: Cara menyusun pesan yang positif, informatif, dan membangun. Penanganan Kritik dan Konflik: Teknik menghadapi kritik dan komentar negatif dengan cara yang sopan dan konstruktif.
   d. Konten yang Beretika
      Jenis Konten: Panduan tentang jenis konten yang sesuai, seperti infografis, video edukatif, dan artikel informatif. Verifikasi Informasi: Pentingnya verifikasi fakta sebelum membagikan informasi dan cara melakukan verifikasi.

2. Tools yang Digunakan dalam Membuat Konten di Media Sosial
   a. Perangkat untuk Pembuatan Konten Visual
      Canva: Alat desain grafis yang mudah digunakan untuk membuat infografis, poster, dan konten visual lainnya. Adobe Spark: Alat yang membantu dalam pembuatan grafik, halaman web, dan video pendek dengan kualitas profesional.
   b. Perangkat untuk Pembuatan dan Pengeditan Video
      Adobe Premiere Pro: Software pengeditan video profesional untuk menghasilkan konten video berkualitas tinggi. iMovie: Aplikasi pengeditan video yang user-friendly bagi pengguna Mac. InShot: Aplikasi pengeditan video yang mudah digunakan di perangkat mobile.
   c. Perangkat untuk Manajemen Media Sosial
      Hootsuite: Alat manajemen media sosial yang memungkinkan penjadwalan dan analisis posting di berbagai platform. Buffer: Alat untuk merencanakan dan menjadwalkan posting media sosial. Sprout Social: Platform yang menawarkan manajemen, analisis, dan *engagement* di media sosial.

Pre-test dan *post-test* adalah alat evaluasi yang sangat penting dalam kegiatan pelatihan atau sosialisasi, termasuk dalam kegiatan sosialisasi pemanfaatan media sosial yang beretika dan berakhlak untuk kampanye Pilkada 2024. *Pre-test* membantu menentukan pengetahuan dan keterampilan awal peserta sebelum mengikuti pelatihan, memberikan *baseline* yang dapat dibandingkan dengan hasil *post-test*. Hal ini memungkinkan penyelenggara untuk menyesuaikan materi pelatihan agar lebih fokus pada area yang paling membutuhkan peningkatan. Selain itu, *post-test* memungkinkan penyelenggara untuk mengevaluasi seberapa efektif pelatihan dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta. Peningkatan yang signifikan menunjukkan bahwa pelatihan berhasil mencapai tujuannya, sementara hasil *post-test* juga dapat mengidentifikasi area di mana peserta masih membutuhkan perbaikan, sehingga materi pelatihan di masa mendatang dapat lebih fokus pada area tersebut. Mengetahui bahwa mereka akan diuji sebelum dan setelah pelatihan juga dapat meningkatkan keterlibatan dan motivasi peserta untuk belajar dan menyerap materi. *Pre-test* dan *post-test* memberikan umpan balik langsung kepada peserta tentang peningkatan mereka, yang dapat meningkatkan rasa percaya diri dan kepuasan mereka terhadap pelatihan.

Oleh karena itu, pre-test dan post-test adalah komponen krusial dalam kegiatan pelatihan karena membantu mengukur pengetahuan awal, mengevaluasi efektivitas pelatihan, memotivasi peserta, menyediakan bukti keberhasilan, dan membantu dalam perencanaan pelatihan yang lebih baik. Dengan melakukan pre-test dan post-test, penyelenggara dapat memastikan bahwa pelatihan yang diberikan memberikan manfaat maksimal dan benar-benar meningkatkan kemampuan peserta dalam memanfaatkan media sosial secara etis dan efektif dalam kampanye Pilkada 2024. Tim PKM membagikan *pre-test* pada tanggal 20 Juni 2024 kepada 19 orang peserta yang sudah terdaftar dan membagikan *post-test* pada saat kegiatan selesai dilaksanakan. Berikut adalah hasil evaluasi dari pertanyaan yang diberikan.

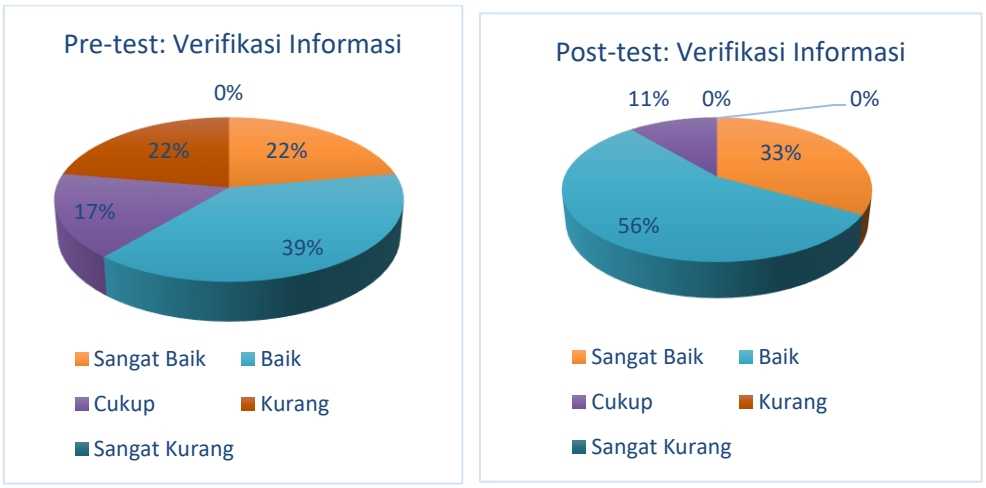
1. **Seberapa baik pengetahuan Anda tentang etika penggunaan media social.**



Sumber: Grafik diolah tim PKM, 2024

Gambar 3. Hasil Pengukuran Etika Bersosial Media

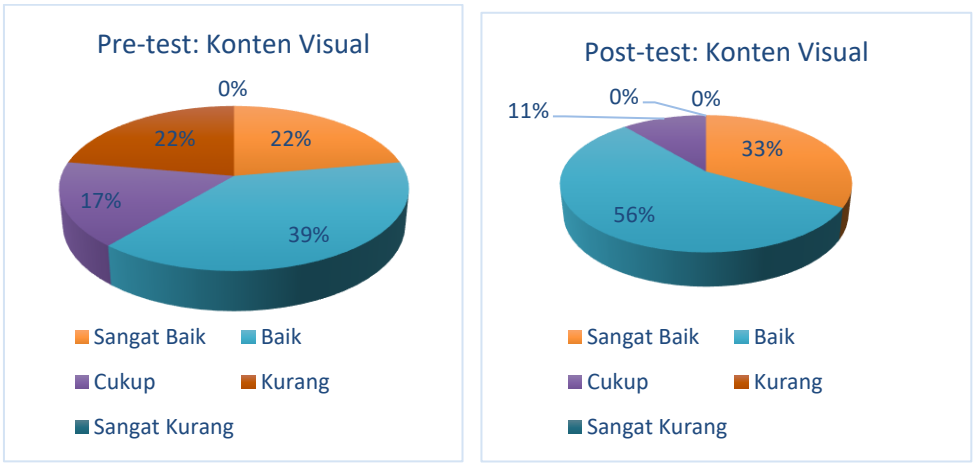
2. **Seberapa sering Anda memverifikasi informasi sebelum membagikannya di media social.**



Sumber: Grafik diolah tim PKM, 2024

Gambar 4. Hasil Pengukuran Verifikasi Informasi

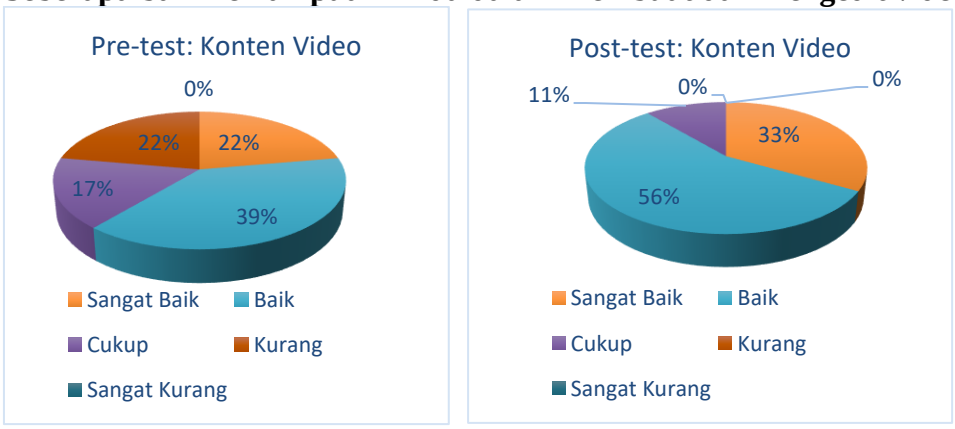
3. **Seberapa baik kemampuan Anda dalam membuat konten visual yang menarik.**



Sumber: Grafik diolah tim PKM, 2024

Gambar 5. Hasil Pengukuran Konten Visual

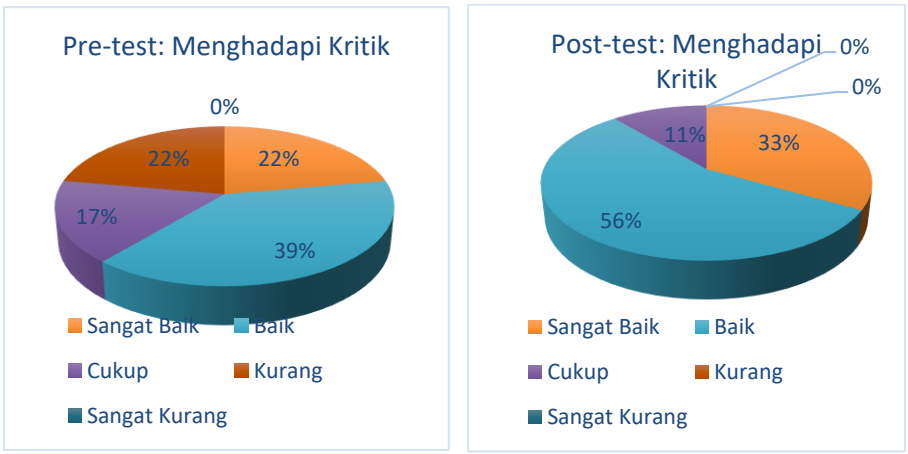
4. **Seberapa baik kemampuan Anda dalam membuat dan mengedit video.**



Sumber: Grafik diolah tim PKM, 2024

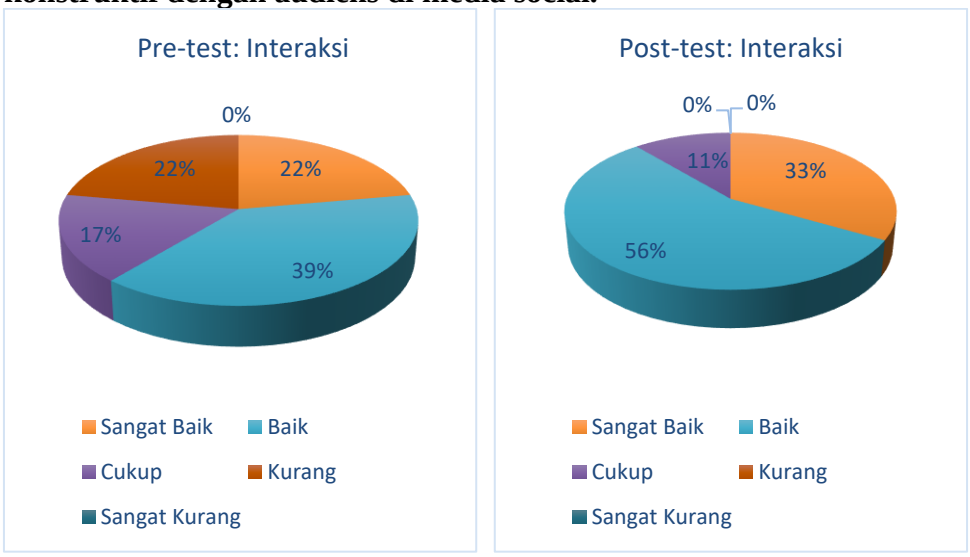
Gambar 6. Hasil Pengukuran Konten Video

5. **Seberapa nyaman Anda dalam menghadapi kritik atau komentar negatif di media social.**



Gambar 7. Hasil Pengukuran Menghadapi Kritik

6. **Seberapa baik kemampuan Anda dalam membangun interaksi yang positif dan konstruktif dengan audiens di media social.**



Gambar 8. Hasil Pengukuran Interakasi

Berdasarkan gambar hasil pengukuran pada pre-test dan post-test, terlihat bahwa terjadi peningkatan signifikan dalam pengetahuan dan keterampilan para relawan setelah mengikuti kegiatan sosialisasi. Hasil ini menunjukkan bahwa kegiatan sosialisasi berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan relawan dalam memanfaatkan media sosial yang beretika dan berakhlak untuk kampanye Pilkada 2024. Pelatihan dan alat-alat yang digunakan dalam kegiatan tersebut efektif dalam membantu relawan memahami pentingnya etika dalam kampanye serta bagaimana menggunakan media sosial dengan cara yang positif dan konstruktif.

Analisis SWOT

Analisis SWOT menunjukkan bahwa kegiatan sosialisasi pemanfaatan media sosial yang beretika dan berakhlak untuk kampanye Pilkada 2024 memiliki banyak kekuatan dan peluang yang dapat dimanfaatkan untuk mencapai tujuan. Namun, penting untuk mengatasi kelemahan dan ancaman yang ada melalui perencanaan yang matang dan pelaksanaan yang efektif. Dengan memaksimalkan kekuatan dan peluang, serta meminimalkan kelemahan dan ancaman, kegiatan ini dapat memberikan kontribusi positif dalam menciptakan kampanye Pilkada yang lebih etis dan berakhlak, dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3. Analisis SWOT

Analisis	Poin
Strengths **(Kekuatan)**	• Materi Pelatihan yang Relevan dan Aktual: Materi pelatihan yang digunakan sangat sesuai dengan kebutuhan kampanye saat ini, terutama dalam hal etika dan penggunaan media sosial. • Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan: Berdasarkan hasil pre-test dan post-test, terdapat peningkatan signifikan dalam pengetahuan dan keterampilan para relawan. • Instruktur Berpengalaman: Kegiatan ini melibatkan dosen dan pakar yang memiliki pengalaman luas di bidang etika media sosial dan kampanye politik.

	• Penggunaan Alat dan Teknik Modern: Pelatihan menggunakan alat manajemen media sosial dan teknik pembuatan konten yang modern dan efektif. • Metode Evaluasi yang Efektif: Penggunaan pre-test dan post-test untuk mengukur efektivitas pelatihan dan kemajuan peserta.
Weaknesses **(Kelemahan)**	• Waktu Pelatihan Terbatas: Keterbatasan waktu untuk mendalami semua aspek penting dari etika media sosial dan teknik kampanye bisa menjadi kendala. • Tingkat Pengetahuan Awal yang Beragam: Perbedaan tingkat pengetahuan awal peserta bisa menyebabkan kesulitan dalam menyamakan pemahaman selama pelatihan. • Keterbatasan Sumber Daya: Terbatasnya jumlah instruktur atau alat pendukung bisa mempengaruhi kualitas pelatihan. • Komitmen Peserta: Ada kemungkinan beberapa peserta kurang berkomitmen penuh atau tidak dapat menghadiri seluruh sesi pelatihan.
Opportunities **(Peluang)**	• Meningkatnya Penggunaan Media Sosial dalam Kampanye: Semakin banyaknya pengguna media sosial membuka peluang besar untuk kampanye yang lebih efektif dan efisien. • Dukungan dari Berbagai Pihak: Ada potensi mendapatkan dukungan dari pemerintah, lembaga non-profit, dan sektor swasta yang peduli dengan kampanye etis dan berakhlak. • Pengembangan Jaringan dan Kolaborasi: Kegiatan ini bisa menjadi ajang untuk mengembangkan jaringan dan kolaborasi antara relawan, akademisi, dan praktisi. • Peningkatan Kesadaran Publik: Dengan kampanye yang beretika, dapat meningkatkan kesadaran dan kepercayaan publik terhadap proses pemilihan.
Threats **(Ancaman)**	• Persaingan dengan Kampanye Tidak Etis: Kampanye yang menggunakan cara-cara tidak etis atau hoaks bisa menjadi ancaman bagi kampanye yang beretika. • Perubahan Regulasi Media Sosial: Perubahan kebijakan atau regulasi terkait penggunaan media sosial bisa mempengaruhi strategi yang telah disusun. • Ancaman Keamanan Siber: Risiko peretasan atau penyalahgunaan data bisa mengganggu kampanye. • Resistensi dari Kelompok Tertentu: Ada kemungkinan resistensi dari kelompok atau individu yang tidak setuju dengan pendekatan kampanye beretika.

IV. SIMPULAN

Kegiatan sosialisasi pemanfaatan media sosial yang beretika dan berakhlak bagi para relawan kampanye Pilkada 2024 dari PDI Perjuangan memiliki potensi besar untuk meningkatkan efektivitas kampanye dengan cara yang etis dan bertanggung jawab. Hal ini dapat disimpulkan dari kegiatan yang berlangsung secara hybrid pada tanggal 27 Juli 2024 yang bertempat di komplek RJA Kalibata, yang merupakan tempat komunitas Tenaga Ahli dan Sekretaris Fraksi PDI Perjuangan (KITAS). Materi pelatihan yang relevan, instruktur berpengalaman, dan penggunaan alat modern memberikan dasar yang kuat bagi peningkatan pengetahuan dan keterampilan para relawan. Hal ini dapat dilihat pada hasil pengukuran yang dilakukan oleh tim PKM pada saat sebelum dan setelah kegiatan berlangsung.

Dalam meningkatkan efektivitas kegiatan sosialisasi pemanfaatan media sosial yang beretika dan berakhlak bagi para relawan kampanye Pilkada 2024 dari PDI Perjuangan, disarankan untuk memperpanjang waktu pelatihan melalui sesi tambahan atau modul e-learning. Penyesuaian materi pelatihan sesuai dengan tingkat pengetahuan awal peserta sangat penting agar semua relawan dapat mengikuti dengan baik. Peningkatan sumber daya, baik instruktur tambahan maupun alat pendukung, akan memastikan kualitas pelatihan yang optimal. Mendorong komitmen peserta dengan insentif atau mekanisme pengakuan juga dapat meningkatkan partisipasi penuh mereka. Kolaborasi dengan pemerintah, lembaga non-profit, dan sektor swasta yang mendukung kampanye etis dapat memperkuat jaringan dan kolaborasi. Selain itu, penggunaan media sosial untuk meningkatkan kesadaran publik tentang pentingnya kampanye yang beretika dan berakhlak sangat dianjurkan. Pemantauan dan evaluasi berkelanjutan terhadap efektivitas pelatihan dan strategi kampanye yang diterapkan juga penting untuk dilakukan, serta penyesuaian jika diperlukan. Dengan menerapkan saran-saran ini, diharapkan kegiatan sosialisasi dapat memberikan kontribusi positif bagi kampanye Pilkada 2024 yang beretika dan berakhlak, serta membangun citra positif bagi PDI Perjuangan.

Daftar Pustaka

Baehaki, K. (2021). Gagalnya Pencegahan Money Politik Pada Pemilihan Kepala Daerah. *Philosophia Law Review*, *1*(1), 39–56.

Bankov, P. (2023). Targets and Resources, Determinants of Party-Based Online Campaign Strategies in the Case of the 2021 Parliamentary Elections in Bulgaria. *Communist and Post-Communist Studies*, *56*(4), 31–50. https://doi.org/10.1525/cpcs.2023.1991328

Battista, D. (2024). Fashionable Politics: How Italian Leaders Transform Into Successful Brands in Contemporary Communication. *Journal of Liberty and International Affairs, Institute for Research and European Studies - Bitola*, *10*(1), 121–135. https://doi.org/10.47305/jlia24101121b

Damayanti, I. R., Subiakto, V. U., & Sendrian, R. (2024). Meningkatkan Pendidikan Literasi Digital Media Sosial Pada Gen Alpha. *ABDI MOESTOPO: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, *7*(2), 175–182. https://doi.org/10.32509/abdimoestopo.v7i2.3893

Hamid, R. S., Abror, A., Anwar, S. M., & Hartati, A. (2022). The role of social media in the political involvement of millennials. *Spanish Journal of Marketing - ESIC*, *26*(1), 61–79. https://doi.org/10.1108/SJME-08-2021-0151

Hasanudin, R., Samad, M. Y., & Maya, H. B. (2023). Pemilihan Kepala Daerah (Collaborative Approaches Related To Preventing Identity Politics in Regional Head Elections). *Jurnal Lemhannas RI*, *11*(2), 1–12.

Oktaviani, R. F., Meidiyustiani, R., Qodariah, Q., & Arif, R. (2023). Peran Literasi DIgital Terhadap Wirausaha Muda: Studi Kasus Pada Mahasiswa di Jakarta. *Jurnal Ekonomi Pembangunan STIE Muhammadiyah Palopo Vol.*, *10*(1), 100–113.

Prasetya, A. (2018). Preferensi Politik pada Pemilihan Kepala Daerah (Pilkada) di Kota Madiun. *Pamator Journal*, *11*(2), 12–19. https://doi.org/10.21107/pamator.v11i2.4757

Septianningsih, S., & Jiharani, F. (2023). Efektivitas Penerapan Pemilihan Kepala Daerah di Indonesia Ditinjau dari Norma dan Etika E-Voting. *INDEPENDEN: Jurnal Politik Indonesia Dan Global*, *4*(2), 113. https://doi.org/10.24853/independen.4.2.113-126

Simon, J. (2024). *It ' s the Criminality , Stupid : Why Voters See Crooks in All Corners of Politics ; History is littered with presidential candidates calling their opponents corrupt*. 1–4.

Wang, M. H., Chang, W. Y., Kuo, K. H., & Tsai, K. Y. (2023). Analyzing image-based political propaganda in referendum campaigns: from elements to strategies. *EPJ Data Science*, *12*(1). https://doi.org/10.1140/epjds/s13688-023-00407-4

Wardhani, L. T. A. L., Ibrahim, F., & Christia, A. M. (2020). Koherensi Sistem Pemilihan Kepala Daerah Di Indonesia Terhadap Nilai-Nilai Demokrasi Pancasila. *Jurnal Pembangunan Hukum Indonesia*, *2*(3), 305–318. https://doi.org/10.14710/jphi.v2i3.305-318

Wulandari, W., Yesi, P. D., & Oktaviani, R. F. (2023). Optimasi Promosi Digital Budidaya Bibit Lele Menggunakan Website Pada Abay Farms. *Lumbung Inovasi: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *8*(4), 679–686.