

MEMBANGUN CITRA MEREK JEMAAT GPM POKA AMBON MELALUI OPTIMALISASI INSTAGRAM KREATIF SEBAGAI MEDIA MARKETING

Sabda Aji Kurniawan[✉], Nadya Nurlailya Ningsih, Bin Raudha A. Hanoeboen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pattimura, Ambon, Indonesia

Email: sabda.kurniawan@lecturer.unpatti.ac.id

DOI: <https://doi.org/10.46880/methabdi.Vol5No1.pp68-71>

ABSTRACT

The efficacy of Instagram as a marketing tool is attributable to its visual features, including Stories, Reels, and Insights. This community service program sought to optimize Instagram as a marketing platform for the Angkatan Muda Gereja Protestan Maluku (AMGPM) Cabang Sion Jemaat Tiberias I Poka. The program was developed in response to the organization's challenges in building its brand image, which was attributed to its members' limited digital knowledge. The program was meticulously structured in two phases: a preparatory phase that entailed interviews and observations to ascertain the community's needs, and an implementation phase comprising interactive workshops and open discussions. The program's success is evidenced by the enhancement of participants' skills in creative Instagram utilization, the strengthening of the community's brand image, and the fostering of innovation in social media management to better adapt to digital developments.

Keyword: *Instagram Marketing, Brand Image Optimization, Digital Literacy.*

ABSTRAK

Media sosial, khususnya Instagram, telah menjadi alat pemasaran yang efektif berkat fitur visualnya seperti Stories, Reels, dan Insights. Program pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mengoptimalkan Instagram sebagai media pemasaran bagi Angkatan Muda Gereja Protestan Maluku (AMGPM) Cabang Sion Jemaat Tiberias I Poka, yang menghadapi tantangan dalam membangun citra merek akibat keterbatasan pengetahuan digital anggotanya. Kegiatan dilakukan melalui dua tahap, yaitu persiapan berupa wawancara dan observasi untuk mengidentifikasi kebutuhan komunitas, serta pelaksanaan berupa workshop interaktif dan diskusi terbuka. Hasilnya, program ini berhasil meningkatkan keterampilan peserta dalam memanfaatkan Instagram secara kreatif, memperkuat citra merek, dan mendorong inovasi pengelolaan media sosial agar lebih adaptif terhadap perkembangan digital.

Kata Kunci: *Pemasaran Instagram, Optimalisasi Citra Merek, Literasi Digital.*

PENDAHULUAN

Media sosial kini menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat modern karena memiliki pengaruh yang signifikan dalam memungkinkan interaksi dengan banyak orang (Hidayat & Kirana, 2024). Dalam era digital, media sosial tidak hanya digunakan sebagai sarana komunikasi, tetapi juga menjadi platform yang efektif untuk membangun hubungan, berbagi informasi, dan memperluas jaringan dalam bentuk postingan atau konten (Suryani et al., 2020). Kemampuan media sosial untuk menjangkau

audiens secara luas dan cepat menjadikannya alat yang sangat penting dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk pemasaran.

Instagram, salah satu platform media sosial paling populer, telah berkembang menjadi alat pemasaran yang efektif karena karakteristik visualnya yang menarik (Untari & Fajariana, 2018). Dengan fitur seperti *Stories*, *Reels*, dan *Insights*, Instagram memungkinkan pengguna untuk menyampaikan pesan dengan cara yang kreatif dan interaktif. Sebagai platform berbasis gambar dan video, Instagram memberikan

peluang besar bagi organisasi untuk membangun identitas dan citra yang kuat melalui konten visual dan naratif yang menarik (Nugroho et al., 2024).

Angkatan Muda Gereja Protestan Maluku (AMGPM) Cabang Sion Jemaat Tiberias I Poka adalah komunitas yang aktif dalam berbagai kegiatan kerohanian, sosial, dan pemberdayaan. Karena memiliki lokasi di lingkungan Universitas Pattimura, AMGPM Cabang Sion Jemaat Tiberias I Poka menjadi salah satu wujud tanggung jawab sosial Universitas Pattimura. Meskipun sering kali tidak disadari, kontribusi langsung dari Universitas Pattimura diwujudkan melalui dukungan berupa transfer pengetahuan dan keterlibatan dalam berbagai kegiatan sosial.

Namun, komunitas ini menghadapi tantangan dalam mengembangkan citra merek yang kuat. Hal ini disebabkan oleh minimnya pengetahuan dan keterampilan anggotanya dalam memanfaatkan media sosial, khususnya Instagram, secara maksimal. Kurangnya strategi digital yang terarah membuat potensi komunitas ini belum tergarap secara optimal.

Untuk mengatasi kendala tersebut, AMGPM Cabang Sion Jemaat Tiberias I Poka dapat memanfaatkan berbagai fitur yang tersedia di Instagram. Fitur-fitur seperti *stories* untuk berbagi momen singkat, *reels* untuk membuat konten video kreatif, dan *insights* untuk menganalisis performa konten dapat digunakan untuk meningkatkan efektivitas pemasaran. Dengan strategi yang tepat, komunitas ini dapat memperkuat citra mereka dan menjangkau audiens yang lebih luas.

Oleh sebab itu, program pengabdian masyarakat ini memiliki peran penting dalam membantu organisasi menghadapi tantangan ini. Melalui kegiatan ini, program ini dapat memberikan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk mengoptimalkan penggunaan Instagram. Pendekatan ini diharapkan dapat mendorong AMGPM Cabang Sion Jemaat Tiberias I Poka untuk lebih percaya diri dalam mengelola media sosial mereka.

TUJUAN DAN MANFAAT

Optimalisasi penggunaan Instagram diharapkan dapat secara signifikan meningkatkan citra merek AMGPM Cabang Sion Jemaat Tiberias I Poka. Selain itu, melalui pemanfaatan platform ini, komunitas diharapkan mampu menjangkau audiens yang lebih luas, baik dari kalangan internal jemaat maupun masyarakat umum, sehingga berbagai kegiatan yang dilakukan dapat dikenal secara lebih luas dan memberikan dampak positif yang lebih besar. Dengan strategi yang tepat, Instagram dapat menjadi alat komunikasi yang efektif untuk menyampaikan nilai-nilai organisasi serta memperkuat hubungan emosional dengan audiens. Konten yang menarik dan konsisten juga berperan penting dalam membangun kepercayaan dan loyalitas terhadap komunitas.

Upaya pengembangan strategi media sosial secara proaktif menjadi langkah penting dalam memastikan keberlanjutan dan keberhasilan komunitas di era digital. Melalui pendekatan yang terencana dan inovatif, organisasi dapat memaksimalkan potensi media sosial untuk mendukung pencapaian tujuan mereka. Program pengabdian masyarakat ini dirancang sebagai solusi strategis untuk mengoptimalkan Instagram sebagai media pemasaran. Dengan adanya dukungan ini, AMGPM Cabang Sion Jemaat Tiberias I Poka diharapkan lebih kompetitif dalam memanfaatkan teknologi digital untuk membangun dan memperkuat citra merek secara berkelanjutan. Selain itu, optimalisasi ini juga membuka peluang bagi komunitas untuk menciptakan dampak yang lebih luas, baik dalam hal promosi kegiatan maupun dalam menarik partisipasi dari berbagai kalangan. Langkah ini diharapkan dapat mendorong inovasi dalam pengelolaan media sosial sehingga komunitas lebih adaptif terhadap perubahan tren digital.

METODE PELAKSANAAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan melalui dua tahapan utama, yaitu tahap persiapan dan tahap pelaksanaan. Pada tahap persiapan, tim melakukan wawancara dan observasi terhadap calon mitra guna

mengidentifikasi profil serta kebutuhan mereka. Selanjutnya, menjelang waktu pelaksanaan, tim pelaksana menjalin koordinasi intensif dengan Ketua AMGPM Cabang Sion, Tiberias I Jemaat Poka. Koordinasi ini bertujuan untuk memastikan kesiapan kegiatan, termasuk konfirmasi kehadiran peserta dan pengaturan mekanisme pelaksanaan. Pada tahap pelaksanaan, kegiatan dilakukan dengan ceramah, di mana tim menyampaikan materi yang telah dirancang secara langsung kepada peserta, yang diikuti dengan sesi diskusi interaktif dan tanya jawab.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada tahap awal, wawancara dan observasi dilakukan untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai situasi dan kebutuhan mitra. Berdasarkan data yang dikumpulkan, dari total 34 anggota, sebanyak 30 orang (88,2%) berada dalam rentang usia 15 hingga 28 tahun, yang termasuk kategori Generasi Z. Hal ini menunjukkan bahwa Generasi Z secara dominan menjadi bagian dari keanggotaan, dibandingkan dengan Generasi Y yang hanya berjumlah 4 orang (11,8%).



Gambar 1. Pembukaan Kegiatan Pengabdian Masyarakat



Gambar 2. Penyampaian Materi



Gambar 3. Sesi Tanya Jawab dan Antusiasme Peserta

Kegiatan pengabdian masyarakat ini diselenggarakan di Gereja Bethesda Gedung Jemaat GPM Poka dan melibatkan 34 peserta, terdiri dari anggota dan pengurus AMGPM Ranting Sion, Cabang Tiberias I, Jemaat Poka. Kegiatan diawali dengan sambutan dari Ketua AMGPM Ranting Sion, yang menyampaikan harapan bahwa program ini dapat menjadi langkah awal kolaborasi untuk membantu generasi muda gereja mengenali potensi diri serta memanfaatkan peluang yang ada untuk berkembang menjadi individu yang sukses.

Setelah sambutan, acara dilanjutkan dengan sesi ceramah yang membahas optimalisasi penggunaan instagram kreatif sebagai media pemasaran dengan menggunakan media proyektor sebagai alat bantu visual. Materi disampaikan secara interaktif untuk mendorong keterlibatan aktif dari peserta, sehingga informasi dapat dipahami dengan lebih jelas dan aplikatif. Selanjutnya, acara dilanjutkan dengan sesi tanya jawab dan diskusi terbuka antara peserta dan narasumber guna memperdalam pemahaman mengenai materi yang telah disampaikan. Tingginya antusiasme peserta terlihat dari jumlah

pertanyaan yang diajukan kepada narasumber sepanjang pelatihan berlangsung.

KESIMPULAN

Kegiatan penyuluhan optimalisasi instagram kreatif sebagai media marketing untuk membangun citra merek jemaat GPM Poka Ambon memiliki manfaat yang besar untuk dilaksanakan. Kegiatan ini penting mengingat minimnya pengetahuan dan keterampilan anggotanya dalam memanfaatkan media sosial. Melalui penyuluhan ini, diharapkan semua pihak yang berpartisipasi dapat memperoleh pemahaman yang lebih mendalam dan menerapkannya sehingga memberikan manfaat yang nyata bagi masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Hidayat, R., & Kirana, K. S. (2024). Penggunaan Media Sosial Sebagai Peningkatan Brand Awareness pada Tim Digital Marketing PT. Otak Kanan. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 6(6), 2523–2531. <https://doi.org/10.47476/reslaj.v6i6.1549>
- Nugroho, A., Florina, I. D., & Edy, S. (2024). Menggali Strategi Visual dan Naratif @tokomerekah dalam Membangun Brand Identitas di Instagram. *Journal of Education Research*, 5(3), 3158–3169. <https://doi.org/10.37985/jer.v5i3.1489>
- Suryani, I., Liliyana, Handar, M., & Ekasuci, R. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi Bagi Radio Merso 93.9 FM. *Journal Komunikasi*, 11(1), 71–80.
- Untari, D., & Fajariana, D. E. (2018). Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Instagram (Studi Deskriptif Pada Akun @Subur_Batik). *Widya Cipta*, 2(2), 271–278.