

Kolaborasi Pengembangan Sosial Media Branding dan Pengelolaan Administrasi Organisasi antara Mahasiswa Administrasi Publik FISIP UMJ dengan PRISMA

Intan Setyaningrum, Fadia Pramesti, Ridela Nuraulia, Desti Setiawati, Farhani, M. Fahmi Ashiddiqi, M. Javier Putra.

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jakarta. Indonesia

Email: intansetyaa10@gmail.com, fadiaaa17@gmail.com, idelanuraulia10@gmail.com, destisetiawati.vth16@gmail.com, farhaninia190@gmail.com, fahmi713203@gmail.com, javierofan89@gmail.com

Article Information

Submitted: 16
January 2023
Accepted: 31 January
2023
Online Publish: 31
January 2023

Abstrak

Dalam masyarakat Muslim Indonesia, Remaja Masjid memiliki kedudukan penting dan strategis, terutama dalam konteks pembinaan remaja sebagai generasi harapan bangsa. Kelak, remaja akan menjadi tulang punggung masyarakat dalam memakmurkan masjid dan menyebarkan syiar Islam serta kehidupan beragama yang Islami, baik masa sekarang maupun untuk masa yang akan datang. PRISMA (Persatuan Remaja Islam Masjid Al-Iman) merupakan perkumpulan atau organisasi remaja masjid tingkat rukun warga (RW) di Jalan Perumahan Bukit Sawangan Indah, RT. 05, Kelurahan Duren Mekar, Kecamatan Sawangan, Duren Mekar, Kecamatan Bojongsari, Kota Depok, Jawa Barat 16518. Keberadaan PRISMA (Persatuan Remaja Islam Masjid Al-Iman) yakni untuk mengorganisir kegiatan memakmurkan Masjid Al-Iman yang dilakukan para remaja muslim yang memiliki komitmen dakwah. Para remaja yang ikut dalam kegiatan-kegiatan yang ada di dalam masjid maupun sekitarnya secara tidak langsung akan ikut berpartisipasi dalam meramaikan masjid dan juga membantu dalam berbagai hal yang berkaitan dengan masjid. Kerangka teori dalam penelitian ini menggunakan DIAD Network Dynamic yaitu menggambarkan adanya jejaring kolaboratif dimana terdapat keragaman, saling ketergantungan dan dialog otentik didalamnya. Lokasi kegiatan kolaborasi pengembangan sosial media branding dan pengelolaan administrasi organisasi antara mahasiswa Administrasi Publik FISIP UMJ dengan PRISMA (Persatuan Remaja Islam Masjid Al-Iman) dilaksanakan di Masjid Al-Iman yang beralamat di Jalan Perumahan Bukit Sawangan Indah, RT. 05, Kelurahan Duren Mekar, Kecamatan Sawangan, Duren Mekar, Kecamatan Bojongsari, Kota Depok. Hasil penelitian, kerjasama antara mahasiswa Administrasi Publik FISIP UMJ dengan komunitas/organisasi PRISMA (Ikatan Pemuda Islam Masjid Al-Iman) memiliki latar belakang pribadi yang berbeda namun memiliki visi, misi dan tujuan yang sama dalam mengelola komunitas/organisasi. Dari perbedaan latar belakang pengalaman berorganisasi antara mahasiswa Administrasi Publik FISIP UMJ dan PRISMA (Ikatan Pemuda Islam Masjid Al-Iman) merupakan keberagaman agen yang sesuai dengan kerangka teori menurut DIAD Networks. Topik-topik yang menjadi bahan kerjasama kita dapat menciptakan kreatifitas dalam proses peningkatan social media branding sehingga terjadi peningkatan dari sebelumnya. Kesimpulannya, social branding media yang sudah dimiliki oleh PRISMA dikarenakan social media branding yang dilakukan belum berjalan efektif dan optimal. Social branding merupakan langkah yang melengkapi kegiatan yang dilakukan PRISMA untuk mensosialisasikan kegiatan yang akan berlangsung kepada masyarakat sekitar perumahan. PRISMA juga bisa menciptakan social

How to Cite

DOI
e-ISSN
Published by

Intan Setyaningrum, Fadia Pramesti, Ridela Nuraulia, Desti Setiawati, Farhani, M. Fahmi Ashiddiqi, M. Javier Putra/Kolaborasi Pengembangan Sosial Media Branding dan Pengelolaan Administrasi Organisasi antara Mahasiswa Administrasi Publik FISIP UMJ dengan PRISMA /Vol 3 No 6 (2023)
<http://dx.doi.org/10.36418/syntax-imperatif.v3i6.212>
2721-2246
Rifa Institute

branding sendiri yang memang bisa menjadi ciri khas yang membedakan pemuda dengan masjid lain.

Kata Kunci: *Kolaborasi, Komunitas Remaja Masjid, Sosial Media Branding, Pengelolaan Administrasi.*

Abstract

In the Indonesian Muslim community, mosque youth have an important and strategic position, especially in the context of fostering youth as the nation's generation of hope. In the future, youth will become the backbone of society in prospering mosques and spreading Islamic symbols and Islamic religious life, both now and in the future. PRISMA (Al-Iman Mosque Islamic Youth Association) is an association or organization of youth mosques at the neighborhood level (RW) on Jalan Perumahan Bukit Sawangan Indah, RW. 05, Duren Mekar Village, Bojongsari District, Depok City. The existence of PRISMA (Al-Iman Mosque Islamic Youth Association) is to organize activities to prosper Al-Iman Mosque carried out by Muslim youth who have a commitment preaching. Teenagers who participate in activities in the mosque and its surroundings will indirectly participate in enlivening the mosque and also help in various matters related to the mosque. The theoretical framework in this study uses DIAD Network Dynamic, which describes the existence of a collaborative network where there is diversity, interdependence and authentic dialogue within it. Research location The location of collaborative activities for the development of social media branding and management of organizational administration between students of Public Administration FISIP UMJ and PRISMA (Al-Iman Mosque Islamic Youth Association) was carried out at the Al-Iman Mosque which is located at Jalan Perumahan Bukit Sawangan Indah, RT. 05, Bojongsari District, Depok City. The results of the study, collaboration between students of Public Administration FISIP UMJ and the PRISMA community/organization (Islamic Youth Association of Al-Iman Mosque) have different personal backgrounds but have the same vision, mission and goals in managing the community/organization. From the difference in organizational experience between students of Public Administration FISIP UMJ and PRISMA (Al-Iman Mosque Islamic Youth Association), the diversity of agents is in accordance with the theoretical framework according to DIAD Networks. The topics that are the material for our collaboration can create creativity in the process of improving social media branding so that there is an increase from before. In conclusion, the social media branding that PRISMA already has is because the social media branding that has been implemented has not been effective and optimal. Social branding is a step that complements the activities carried out by PRISMA to socialize the activities that will take place to the community around the housing. PRISMA can also create its own social branding which can indeed be a characteristic that distinguishes youth from other mosques.

Keywords: *Collaboration, Mosque Youth Community, Social Media Branding, Administrative Management*

Pendahuluan

Dalam era globalisasi saat ini, kolaborasi merupakan suatu hal yang penting dalam menghadirkan inovasi. Kolaborasi terjadi karena adanya tujuan serta visi misi yang sejalan antara kedua pihak. Pada era globalisasi ini, para komunitas dituntut untuk dapat mengikuti perkembangan zaman (Purnomo, 2016). Salah satunya dengan pemanfaatan sosial media. Sosial media sangat berperan terhadap “wajah” komunitas tersebut, semakin menarik konten yang disajikan pada sosial media akan semakin menarik audience untuk melihatnya.

Secara teoritis, organisasi remaja masjid merupakan kesatuan sosial beranggotakan para remaja sebagai wahana kerjasama, dikoordinasikan secara sadar yang relatif dapat didefinisikan, di dalamnya terdapat pembagian tugas untuk bekerja atas dasar relatif secara terus-menerus guna mencapai tujuan bersama (MANGSIH, 2019). Dapat juga

dikatakan bahwa organisasi Remaja Masjid adalah wahana yang mewadahi aktivitas remaja muslim dalam memakmurkan Masjid (Aslati, Silawati, Sehani, & Nuryanti, 2018). Dalam masyarakat Muslim Indonesia, Remaja Masjid memiliki kedudukan penting dan strategis, terutama dalam konteks pembinaan remaja sebagai generasi harapan bangsa. Kelak, remaja akan menjadi tulang punggung masyarakat dalam memakmurkan masjid dan menyebarkan syiar Islam serta kehidupan beragama yang Islami, baik masa sekarang maupun untuk masa yang akan datang (Amsa, 2019).

Pada penelitian ini dipilihlah komunitas islam dibawah naungan DKM Al-Iman sebagai lokus penelitian, yaitu Persatuan Remaja Islam Masjid Al-Iman. PRISMA (Persatuan Remaja Islam Masjid Al-Iman) merupakan perkumpulan atau organisasi remaja masjid tingkat rukun warga (RW) di Jalan Perumahan Bukit Sawangan Indah, RW. 05, Kelurahan Duren Mekar, Kecamatan Bojongsari, Kota Depok. Keberadaan PRISMA (Persatuan Remaja Islam Masjid Al-Iman) yakni untuk mengorganisir kegiatan dalam rangka memakmurkan Masjid Al-Iman yang dilakukan para remaja muslim yang memiliki komitmen dakwah. Para remaja yang ikut dalam kegiatan-kegiatan yang ada di dalam masjid maupun sekitarnya secara tidak langsung akan ikut berpartisipasi dalam meramaikan masjid dan juga membantu dalam berbagai hal yang berkaitan dengan masjid.

Di era digitalisasi, remaja memiliki peran penting dalam mengkampanyekan suatu isu di media sosial. Demikian juga remaja masjid dapat berperan dalam menyebarkan pesan-pesan perdamaian dan membawa perubahan yang dapat bermanfaat bagi orang lain. Peran remaja masjid dalam berdakwah di media sosial dapat diimplementasikan melalui penggunaan media sosial yang lebih aktif.

Pada umumnya suatu komunitas atau organisasi dipandang oleh masyarakat tergantung pada bagaimana branding yang dibuat pada sosial media mereka. Sosial media branding ini wajib kita lakukan ketika kita ingin program organisasi yang kita miliki berhasil, kita harus bisa menjangkau sasaran atau target organisasi/komunitas. Semakin banyak yang mengikuti atau menjangkau, semakin besar pula kemungkinan berhasilnya program organisasi. Dengan melakukan sosial media branding maka audiens akan mengetahui identitas dari organisasi/komunitas tersebut. Sosial media branding bisa dimulai dengan membuat konten yang menarik dan sesuai dengan identitas organisasi serta konsisten dalam pengerjaannya sehingga tidak kehilangan target/sasaran audience.

Namun dalam prakteknya, branding sosial media yang dilakukan oleh PRISMA (Persatuan Remaja Islam Masjid Al-Iman) belum berjalan secara efektif dan optimal. Hal ini dapat dilihat dari kurangnya konsistensi BPH (Badan Pengurus Harian) PRISMA (Persatuan Remaja Islam Masjid Al-Iman) untuk mengunggah beberapa konten terkait kegiatan keagamaan yang telah dilakukan, hal ini disebabkan oleh kurangnya SDM pada divisi Kominfo, yakni divisi yang melakukan pengelolaan hubungan dengan media. Selain itu masih ada beberapa kendala dalam pengelolaan divisi Kominfo ini, seperti kurang menguasai aplikasi pengeditan untuk membuat isi konten.

Selain branding media sosial, di dalam komunitas remaja masjid penting dilakukan pembinaan organisasi dengan sistem penataan administrasi dan manajemen, salah satunya adalah pengelolaan administrasi. Pengelolaan administrasi melingkupi seluruh kegiatan dari pengaturan hingga pengurusan sekelompok orang sebagai anggota yang memiliki macam-macam pekerjaan untuk mencapai suatu tujuan organisasi. Pengelolaan administrasi merupakan komponen penting bagi organisasi atau komunitas karena suatu organisasi atau komunitas tidak akan berkembang jika pengelolaan administrasi yang dilakukan masih tidak terstruktur. Pengelolaan administrasi dapat berupa pembuatan surat

dan pendataan surat masuk serta surat yang sudah dikeluarkan organisasi/komunitas tersebut.

Berdasarkan pembahasan di atas, maka diperlukan adanya upaya dalam membantu meningkatkan kinerja PRISMA (Persatuan Remaja Islam Masjid Al-Iman) dalam membranding organisasinya, baik dalam pengelolaan sosial media maupun penataan dalam administrasinya. Salah satu upayanya adalah dengan mengedepankan inovasi karena di zaman sekarang yang serba cepat, inovasi menjadi faktor penting dalam menciptakan keunggulan dan kompetitif suatu organisasi.

Selain inovasi, diperlukan juga adanya upaya dalam peningkatan sumber daya manusia, yaitu dengan pengetahuan. Menurut (Price, Stoica, & Boncella, 2013) terdapat hubungan antara inovasi dengan pengetahuan dikarenakan perkembangan pengetahuan penting bagi proses inovasi, dan apabila tanpa pengetahuan maka sebuah organisasi dapat dikatakan kurang mampu dalam mencari dan menggali peluang baru yang ada.

Berdasarkan hasil studi pendahuluan (Mukhlis & Makhya, 2020) menunjukkan bahwa hubungan antara pemerintah dengan pesantren selama ini lebih berpola konstruktif sehingga selain tidak berkembangnya potensi pesantren juga berakibat pada tidak terpenuhinya aspek penentu dalam kolaborasi. Selanjutnya penelitian (Ulya Fadhilah, 2022) menyimpulkan bahwa kolaborasi antar institusi dalam pengembangan objek wisata di Kota Banjar masih belum dilakukan secara optimal, dikarenakan kurangnya kejelasan dalam komunikasi juga intensitas dalam face to face dialogue sehingga seringkali terjadi miskomunikasi dan juga sulitnya untuk mencapai sebuah kesepakatan.

Pada penelitian terdahulu biasanya lebih banyak mengkaji kolaborasi antar komunitas sosial - akademisi, pemerintah - masyarakat, pemerintah - perusahaan, dan pemerintah - perusahaan - akademisi. Sedangkan kontribusi penulisan artikel ini adalah studi proses kolaboratif antara mahasiswa dengan komunitas muslim yang belum ada sebelumnya berdasarkan seperti pada penelitian (Mukhlis & Makhya, 2020). Dalam konteks ini, maka kajian tentang upaya tentang pengembangan sosial media branding dan pengelolaan administrasi organisasi berbasis kolaborasi antara mahasiswa dengan komunitas islam memiliki nilai kebaruan (novelty) serta menemukan state of the art yang tinggi.

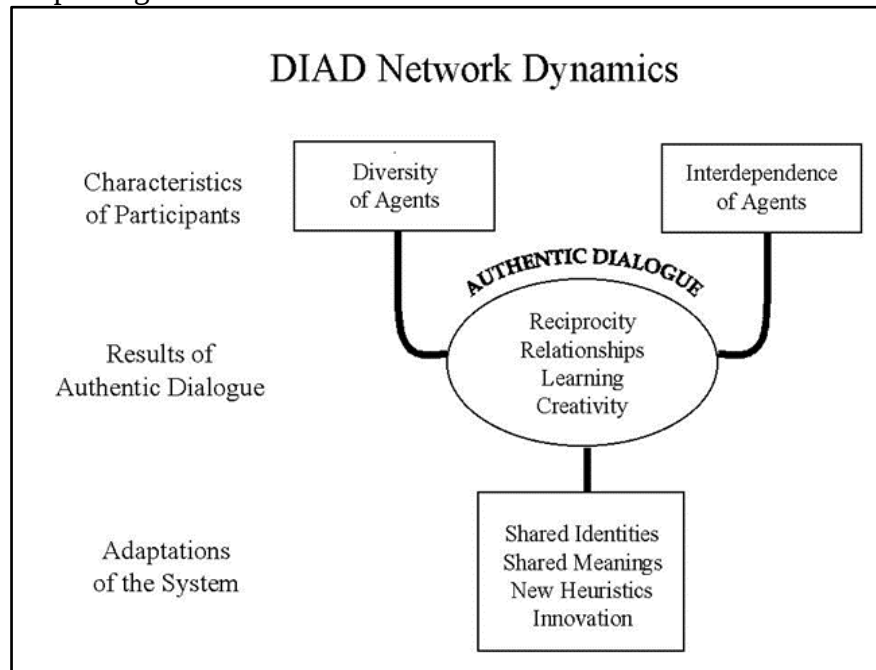
Dalam melengkapi gap tersebut, maka perlu dilakukan sebuah kolaborasi untuk dapat saling mendukung dalam menghadapi tantangan di era digital sehingga memungkinkan bagi PRISMA (Persatuan Remaja Islam Masjid Al-Iman) untuk membuat konten-konten keagamaan yang mendidik di sosial media dengan menarik dan penataan administrasi yang sesuai kaidah, maka dari itu penelitian ini bertujuan untuk membantu meningkatkan motivasi dan kinerja BPH PRISMA (Persatuan Remaja Islam Masjid Al-Iman) dalam pengelolaan organisasinya melalui diskusi kolaborasi antara Mahasiswa Administrasi Publik FISIP UMJ dengan PRISMA (Persatuan Remaja Islam Masjid Al-Iman).

Kerangka Teori

DIAD Network Dynamic

(Booher & Innes, 2002) mengembangkan model DIAD Network Dynamic, yang menggambarkan adanya jejaring kolaboratif dimana terdapat keragaman, saling ketergantungan dan dialog otentik didalamnya. Dengan mengelaborasi model proses kolaboratif dan DIAD Network Dynamic, maka proses kolaboratif dapat dilihat pada gambar 1. Proses ini merupakan suatu siklus (tahapan yang berulang) dalam proses

kolaboratif, karena sebelum dicapai keputusan konsensus akhir, maka proses akan berulang terus. Langkah awal berupa dialog otentik antara para pemangku kepentingan yang didasari oleh rasional komunikatif yang masing-masing disebut face to face dialogue dan authentic dialogue. Dalam dialog tersebut akan memunculkan adanya timbal balik, hubungan, pembelajaran, dan kreativitas di antara para peserta dialog. Dialog ini hanya akan terjadi bila ada saling ketergantungan dan saling percaya di antara para pemangku kepentingan.



Gambar 1. Kerangka Teori DIAD Network Dynamics

Perencanaan kolaboratif akan berhasil jika ada ketergantungan antar pelaku, seperti digambarkan oleh (Booher & Innes, 2002) dalam model DIAD Network Dynamic untuk memperlihatkan bahwa proses kolaborasi menggambarkan jejaring kolaboratif dimana terdapat keragaman, saling ketergantungan dan dialog otentik didalamnya. Saling ketergantungan akan menimbulkan keinginan untuk berkompromi, untuk akhirnya bisa mencapai konsensus. Terbentuknya konsensus merupakan suatu hasil dari proses yang bersifat demokratis, partisipasi yang terstruktur, serta membutuhkan waktu dan kesabaran.

Lebih jauh, menurut (Booher & Innes, 2002) dalam (Sufianti, 2014), dialog yang dilakukan dalam proses kolaborasi harus merupakan dialog otentik (Authentic dialogue), bukan retorik atau ritual. Masing-masing pembicara memiliki legitimasi, berbicara dengan sungguh-sungguh, membuat pernyataan yang dapat dipahami oleh orang lain, serta menyampaikan pernyataan yang akurat. Dialog demikian akan menghasilkan reciprocity, relationships, learning, and creativity. Proses demikian akan memberikan nilai yang berarti bagi masyarakat (Bartels, Forester, Miles, & Joyce, 2000; Sufianti, 2014).

Dari dialog interaktif kemudian muncul suatu upaya membangun komitmen untuk berlangsungnya proses kolaboratif di antara para pemangku kepentingan. Membangun komitmen ini dilakukan dengan saling mengakui keberadaan masing-masing sesuai dengan kepentingannya. Selain itu, komitmen dapat terbangun dengan adanya rasa

memiliki terhadap proses, adanya keterbukaan untuk menggali manfaat bersama, serta upaya membangun nilai bersama. Setelah komitmen terhadap proses terbangun, kemudian membangun tujuan bersama. Tujuan yang dibangun harus jelas dan dapat dipahami oleh seluruh pemangku kepentingan, bahkan disepakati. Setelah tujuan proses kolaboratif terbangun, diharapkan diperoleh hasil sementara berupa temuan fakta gabungan dan temuan yang disepakati bersama sebelum akhirnya sampai pada konsensus. Hal terakhir yang dapat diperoleh dalam proses kolaboratif ini adalah adanya perubahan cara berperilaku dan bertindak bagi para peserta proses kolaboratif, yaitu adanya adanya saling menghargai, saling mendengarkan di antara para peserta proses kolaboratif (new heuristic).

Metode Penelitian

Lokasi kegiatan kolaborasi pengembangan sosial media branding dan pengelolaan administrasi organisasi antara mahasiswa Administrasi Publik FISIP UMJ dengan PRISMA (Persatuan Remaja Islam Masjid Al-Iman) dilaksanakan di Masjid Al-Iman yang beralamat di Jalan Perumahan Bukit Sawangan Indah, RT. 05, Kelurahan Duren Mekar, Kecamatan Sawangan, Duren Mekar, Kecamatan Bojongsari, Kota Depok, Jawa Barat 16518. Metode pelaksanaan terdiri atas tiga langkah utama, yaitu persiapan kegiatan, pelaksanaan kegiatan dan evaluasi kegiatan.

Persiapan Kegiatan

Komunikasi dan Koordinasi

Salah satu aspek penting di dalam kegiatan kolaborasi adalah komunikasi dan koordinasi dengan pihak organisasi terkait. Tanpa koordinasi pelaksanaan kegiatan akan terhambat dan kurang bermakna. Maka, upaya yang dilakukan adalah mengkomunikasikan dengan pengurus remaja masjid Al-Iman dan menyampaikan maksud serta tujuan yang melatar belakangi kolaborasi ini.

Menyusun Rencana Kegiatan

Tahapan proses perencanaan kegiatan merupakan langkah penting dalam merancang suatu program. Setelah mempertimbangkan berbagai hal yang berkaitan dengan topik sosial media branding dan pengelolaan administrasi organisasi, ditentukan hal-hal sebagai berikut:

- a. Nama kegiatan: Kolaborasi Diskusi: Sistematisa Surat Menyurat dan Pemanfaatan Social Media Branding.
- b. Alasan dipilihnya kegiatan: Penetapan topik kegiatan antara lain: meninjau pengelolaan administrasi yang dilakukan PRISMA (Persatuan Remaja Islam Masjid Al-Iman); Sosial media yang dikelola komunitas tidak ter-update sehingga diperlukan kolaborasi untuk memajukan sosial media yang dimiliki PRISMA (Persatuan Remaja Islam Masjid Al-Iman).
- c. Sumber Daya Manusia (SDM) yang terlibat dalam kolaborasi; 1) Para BPH (Badan Pengurus Harian) PRISMA (Persatuan Remaja Islam Masjid Al-Iman); 2) Tim Pelaksana dari mahasiswa Administrasi Publik FISIP UMJ.
- d. Waktu dan pelaksanaan kegiatan: Waktu pelaksanaan dilakukan pada hari Selasa tanggal 13 Desember 2022 pada pukul 19.30 - 21.30 WIB.

- e. Tempat Kegiatan: Kegiatan kolaborasi diskusi ini dilakukan di pelataran Masjid Al-Iman Perumahan Bukit Sawangan Indah.

Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan mengacu pada rencana yang telah dirancang dan tertuang dalam jadwal kegiatan, dengan rincian sebagai berikut:

- a. Sambutan yang disampaikan oleh tim dari mahasiswa Administrasi Publik FISIP UMJ dan dari perwakilan pihak PRISMA (Persatuan Remaja Islam Masjid Al-Iman)
- b. Pemaparan materi seputar sistematika surat menyurat yang berisi sub pembahasan; format surat, format kepala/kop surat, contoh surat yang sesuai kaidah penulisan surat, format penomoran surat dan contoh penomoran pada surat.
- c. Pemaparan materi pemanfaatan sosial media branding yang berisi sub pembahasan; hal yang harus diperhatikan ketika melakukan sosial media branding, konsistensi pada semua platform dalam pembentukan sosial media branding, contoh konten yang dapat dijadikan referensi sebagai pembentukan sosial media branding.
- d. Sharing Session mengenai kendala yang dialami oleh PRISMA (Persatuan Remaja Islam Masjid Al-Iman) dalam pembentukan sosial media branding dan output apa yang bisa dihasilkan.

Evaluasi Kegiatan

Evaluasi merupakan tahap akhir dari rangkaian kegiatan, penting dilakukan untuk mengetahui sesuai dengan rencana atau tidak. Selain itu untuk mengetahui sejauh mana target dapat tercapai.

Pada tahapan evaluasi, dilakukan bersama antara PRISMA (Persatuan Remaja Islam Masjid Al-Iman) dan mahasiswa Administrasi Publik FISIP UMJ. Setelah dilakukan evaluasi terhadap berbagai aspek dapat disimpulkan bahwa secara umum, pengelolaan administrasi yang dilakukan oleh PRISMA (Persatuan Remaja Islam Masjid Al-Iman) sudah terstruktur namun untuk pembentukan sosial media branding masih perlu peningkatan terhadap konten-konten di berbagai platform.

Hasil dan Pembahasan

Sebagaimana yang telah dikemukakan sebelumnya bahwa penelitian ini untuk menganalisis sosial media branding dan pengelolaan administrasi yang dilakukan oleh PRISMA (Persatuan Remaja Islam Masjid Al-Iman). Berikut ini akan dikemukakan kolaborasi yang dilakukan Mahasiswa Administrasi Publik FISIP UMJ dengan PRISMA (Persatuan Remaja Islam Masjid Al-Iman) yang dimulai dari persiapan kegiatan, pelaksanaan kegiatan dan evaluasi kegiatan.

Dari kolaborasi antara mahasiswa Administrasi Publik FISIP UMJ dengan komunitas/organisasi PRISMA (Persatuan Remaja Islam Masjid Al-Iman) memiliki latar belakang personal yang berbeda-beda namun memiliki visi misi dan tujuan yang sama dalam pengelolaan komunitas/organisasi. Dari perbedaan latar belakang baik itu pengalaman organisasi antar mahasiswa Administrasi Publik FISIP UMJ dengan PRISMA (Persatuan Remaja Islam Masjid Al-Iman) merupakan keragaman agen sesuai

dengan kerangka teori menurut DIAD Networks. Topik yang menjadi bahan kolaborasi kami dapat menciptakan kreativitas dalam proses meningkatkan sosial media branding sehingga terjadi peningkatan dari sebelumnya. Kolaborasi yang terjalin juga mengakibatkan hubungan timbal balik bagi PRISMA (Persatuan Remaja Islam Masjid Al-Iman) maupun mahasiswa Administrasi Publik FISIP UMJ untuk berkolaborasi kembali seperti PRISMA (Persatuan Remaja Islam Masjid Al-Iman) yang berkeinginan untuk membuat sebuah konten bersama yang melibatkan mahasiswa Administrasi Publik FISIP UMJ seperti konten podcast yang dapat ditayangkan pada platform youtube maupun spotify.

Kolaborasi tersebut selain mengakibatkan timbal balik, juga mengakibatkan ketergantungan. PRISMA (Persatuan Remaja Islam Masjid Al-Iman) yang bergantung pada SDM internalnya agar dapat membawa perubahan mengenai sosial media branding organisasinya tersebut. Sosial media branding PRISMA (Persatuan Remaja Islam Masjid Al-Iman) merupakan inovasi baru yang dapat mempertahankan image, citra dan identitas PRISMA (Persatuan Remaja Islam Masjid Al-Iman) sebagai suatu komunitas/organisasi remaja islam di Perumahan Bukit Sawangan Indah, RW. 05, Kecamatan Bojongsari, Kota Depok.

Karakteristik peserta maupun jenis organisasi yang diikuti oleh tim Mahasiswa Administrasi Publik FISIP UMJ dengan PRISMA (Persatuan Remaja Islam Masjid Al-Iman) juga berbeda. Karakteristik dari pengurus PRISMA (Persatuan Remaja Islam Masjid Al-Iman) itu rata-rata rentang usianya dari 13 tahun hingga 24 tahun, sedangkan karakteristik usia dari mahasiswa Administrasi Publik FISIP UMJ rentang usianya dari 19 tahun hingga 22 tahun. Masing-masing peserta dari PRISMA (Persatuan Remaja Islam Masjid Al-Iman) memiliki karakteristik pendidikan yang berbeda-beda, ada yang masih menduduki bangku Sekolah Menengah Pertama (SMP), Sekolah Menengah Atas (SMA), Universitas, hingga ada yang sudah memiliki pekerjaan. Namun, karakteristik-karakteristik tersebut bukan menjadi penghalang terlaksananya kolaborasi ini.

Hasil dialog otentik yaitu dari pihak PRISMA (Persatuan Remaja Islam Masjid Al-Iman) mengutarakan hambatan apa yang terjadi dalam proses pengembangan sosial media branding, seperti hambatan utama kekurangan SDM dan pasif nya anggota dari divisi Kominfo selaku penanggung jawab dalam penguploadan konten pada sosial media PRISMA (Persatuan Remaja Islam Masjid Al-Iman). Namun dari divisi Kominfo PRISMA juga memiliki kegiatan seperti pelatihan editing dengan aplikasi canva dan photoshop. Pembagian kontrol media sosial juga sudah dilakukan namun sosial medianya tersebut kurang dikontrol oleh divisi Kominfo. Kekurangan SDM untuk menjadi pengurus PRISMA (Persatuan Remaja Islam Masjid Al-Iman) juga menjadi kendala, karena pada proses kaderisasi banyak calon yang akan menjadi pengurus PRISMA (Persatuan Remaja Islam Masjid Al-Iman) perlahan berkurang. PRISMA (Persatuan Remaja Islam Masjid Al-Iman) juga pernah berkolaborasi dengan organisasi yang berada di lingkup Perumahan Bukit Sawangan Indah, yaitu Karang Taruna dengan agenda pelaksanaan seperti halal bi halal, perayaan Hari Kemerdekaan Republik Indonesia 17 Agustus, dan Hari Raya Idul Adha. Diketahui pula, bahwa PRISMA (Persatuan Remaja Islam Masjid Al-Iman) memiliki perencanaan program rutin, yaitu yasinan yang rencananya akan dilakukan setiap hari jumat.

Hambatan selanjutnya yang dirasakan yaitu anggota lama di PRISMA kurang membranding ke anggota baru dan hambatan yang sangat terasa yaitu kurangnya rasa tanggung jawab terhadap tupoksi masing-masing dan menaruh ketergantungan satu sama lain sehingga kurangnya inisiatif dalam melakukan sesuatu.

Seiring dengan perkembangan zaman dan kemajuan teknologi organisasi PRISMA (Persatuan Remaja Islam Masjid Al-Iman) perlu beradaptasi dengan sosial media branding dan pengelolaan administrasi sehingga organisasi PRISMA (Persatuan Remaja Islam Masjid Al-Iman) dapat berkembang dan memiliki solusi dari hambatan-hambatan yang dirasakan.



Gambar 1. Dokumentasi pelaksanaan penelitian

Kesimpulan

Organisasi remaja masjid merupakan kesatuan sosial beranggotakan para remaja sebagai wahana kerjasama, dikoordinasikan secara sadar yang relatif dapat didefinisikan, di dalamnya terdapat pembagian tugas untuk bekerja atas dasar relatif secara terus-menerus guna mencapai tujuan bersama, dalam masyarakat Muslim Indonesia, Remaja Masjid memiliki kedudukan penting dan strategis, terutama dalam konteks pembinaan remaja sebagai generasi harapan bangsa. Kelak, remaja akan menjadi tulang punggung masyarakat dalam memakmurkan masjid dan menyebarkan syiar Islam serta kehidupan beragama yang Islami, baik masa sekarang maupun untuk masa yang akan datang.

Pada kolaborasi ini terfokus untuk memperbaiki sosial branding dari media yang sudah dimiliki oleh PRISMA dikarenakan branding sosial media yang dilakukan belum berjalan secara efektif dan optimal. Sosial branding merupakan sebuah langkah yang melengkapi dari kegiatan yang dibuat oleh PRISMA untuk menyebarluaskan kegiatan yang akan berlangsung kepada masyarakat sekitar perumahan. PRISMA juga bisa membuat sosial branding mereka sendiri yang memang bisa menjadi ciri khas yang membedakan dengan remaja masjid lain.

Namun sosial branding belum bisa berjalan dengan maksimal karena kurangnya konsistensi BPH (Badan Pengurus Harian) PRISMA (Persatuan Remaja Islam Masjid Al-Iman) untuk mengunggah beberapa konten terkait kegiatan keagamaan yang telah

dilakukan, hal ini disebabkan oleh kurangnya SDM? pada divisi Kominfo, yakni divisi yang melakukan pengelolaan hubungan dengan media. Selain itu masih ada beberapa kendala dalam pengelolaan divisi Kominfo ini, seperti kurang menguasai aplikasi pengeditan untuk membuat isi konten.

Pada dasarnya PRISMA akan lebih berkembang sebagai organisasi masyarakat dengan dukungan dari SDM yang cukup dan cakap dalam melakukan tupoksi yang sudah ditentukan dalam struktural yang sudah dibuat di PRISMA itu sendiri, pelatihan-pelatihan pun seharusnya selalu dihadirkan agar SDM bisa membuat berbagai inovasi agar tidak monoton dalam konsep yang akan digelar dalam suatu acara.

BIBLIOGRAFI

- Amsa, Syarifudin. (2019). *PERANAN AKTIFITAS KEAGAMAAN DALAM MEMBINA MORALITAS REMAJA MASJID AT-TAQWA DI DUSUN NGERING, SUKOANYAR, CERME, GRESIK*. Universitas Muhammadiyah Gresik.
- Aslati, Aslati, Silawati, Silawati, Sehani, Sehani, & Nuryanti, Nuryanti. (2018). Pemberdayaan Remaja Berbasis Masjid (Studi Terhadap Remaja Masjid di Labuh Baru Barat). *Masyarakat Madani: Jurnal Kajian Islam Dan Pengembangan Masyarakat*, 3(2), 1–11.
- Bartels, Stephen J., Forester, Brent, Miles, Keith M., & Joyce, Tracey. (2000). Mental health service use by elderly patients with bipolar disorder and unipolar major depression. *The American Journal of Geriatric Psychiatry*, 8(2), 160–166.
- Booher, David E., & Innes, Judith E. (2002). Network power in collaborative planning. *Journal of Planning Education and Research*, 21(3), 221–236.
- MANGSIH, RAYA. (2019). Jurnal Peningkatan Mental Remaja Melalui Peran Kegiatan Remaja Masjid Al-Ikhlas. *Istiqra: Jurnal Pendidikan Dan Pemikiran Islam*, 6(2).
- Mukhlis, Maulana, & Makhya, Syarief. (2020). Model Kolaborasi Kebijakan Deradikalisasi Agama Berbasis Pondok Pesantren. *Jurnal SMART (Studi Masyarakat, Religi, Dan Tradisi)*, 6(1), 63–79.
- Price, David P., Stoica, Michael, & Boncella, Robert J. (2013). The relationship between innovation, knowledge, and performance in family and non-family firms: an analysis of SMEs. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 2, 1–20.
- Purnomo, Rochmat Aldy. (2016). *Ekonomi Kreatif Pilar Pembangunan Indonesia*. Ziyad Visi Media.
- Sufianti, Ely. (2014). Kepemimpinan dan Perencanaan Kolaboratif pada Masyarakat Non-Kolaboratif. *Jurnal Perencanaan Wilayah Dan Kota*, 25(1), 77–95.
- Ulya Fadhillah, Fuji. (2022). *KOLABORASI ANTAR INSTITUSI DALAM PENGEMBANGAN OBJEK WISATA DI KOTA BANJAR*.

Copyright holder:

Intan Setyaningrum, Fadia Pramesti, Ridela Nuraulia, Desti Setiawati, Farhani, M. Fahmi Ashiddiqi, M. Javier Putra. (2023)

First publication right:

Jurnal Syntax Imperatif: Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan

This article is licensed under:

Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International (CC BY-SA 4.0)

