

**PKM Karang Taruna Desa Banyubiru, Kecamatan Banyubiru, Kabupaten Semarang,  
Jawa Tengah: Penulisan Caption di Media Sosial Berbasis *Citizen Journalism***

**Lina Putriyanti, Asropah, Setia Naka Andrian**

Universitas PGRI Semarang

[linaputriyanti@upgris.ac.id](mailto:linaputriyanti@upgris.ac.id), [asropah@upgris.ac.id](mailto:asropah@upgris.ac.id), [setianakaandrian@upgris.ac.id](mailto:setianakaandrian@upgris.ac.id)

**ABSTRACT**

*Social media management in Banyubiru Village, Kec. Banyubiru, Kab. Semarang, Central Java, including how to manage social media from the village government, youth organizations, various youth communities in the village, as well as social media that is managed personally by each resident. For many people, social media is still considered limited to social media which seems to only function to record their daily lives. Social media which is considered only a tool to interact with friends and small communities. Through Caption Writing on Citizen Journalism-Based Social Media, it aims to optimize the use of social media to spread and promote tourist attractions in Banyubiru Village so that visitors are interested which makes the economy of Banyubiru Village rise and stretch again because there are many visitors. It is carried out using the Citizen Journalism-based caption writing method through the delivery of material carried out face-to-face with presentations, the practice of writing captions on social media, and evaluation. After the training, the people of Banyubiru Village, especially for all young people, can optimize the use of social media to spread and spread their village tourist attractions with interesting narratives in front of the public. Participants in such a way make captions on their respective social media, namely through Instagram. They voiced what should be broadcast to the public to create an attraction for the tourist village.*

**Keywords:** *Caption Writing, Citizen Journalism*

**ABSTRAK**

Pengelolaan media sosial di Desa Banyubiru, Kec. Banyubiru, Kab. Semarang, Jawa Tengah, di antaranya bagaimana mengelola media sosial dari pemerintah desa, organisasi pemuda, berbagai komunitas pemuda di desa, serta media sosial yang dikelola pribadi oleh masing-masing warga. Bagi tidak sedikit masyarakat, media sosial masih dianggap sebatas media sosial yang seakan hanya berfungsi untuk merekam sejak pribadi kesehariannya semata. Media sosial yang dianggap sebatas alat untuk berinteraksi sekadarnya dengan handai tolan dan komunitas-komunitas kecilnya. Melalui Penulisan Caption di Media Sosial Berbasis *Citizen Journalism* ini bertujuan untuk mengoptimalkan pemanfaatan media sosial untuk menyebarkan dan mempromosikan tempat-tempat wisata yang ada di Desa Banyubiru supaya pengunjung tertarik yang membuat perekonomian Desa Banyubiru bangkit dan menggeliat kembali karena ramai pengunjung.

Dilakukan dengan metode penulisan caption berbasis *Citizen Journalism* melalui penyampaian materi dilakukan tatap muka dengan presentasi, praktik penulisan caption di media sosial, dan evaluasi. Setelah pelatihan, warga masyarakat Desa Banyubiru khususnya bagi segenap kawula muda dapat mengoptimalkan pemanfaatan media sosial untuk menebar dan menyebarkan tempat-tempat wisata desanya dengan narasi-narasi yang menarik ke hadapan khalayak ramai. Peserta sedemikian rupa membuat *caption* di media sosialnya masing-masing, yakni melalui *Instagram*. Mereka menyuarakan apa saja yang patut disiarkan kepada khalayak untuk menciptakan daya tarik bagi desa wisatanya.

**Kata Kunci:** Penulisan Caption, Citizen Journalism

## **PENDAHULUAN**

Penggunaan media sosial bagi masyarakat sudah menjadi konsumsi sehari-hari. Media sosial sudah tidak lagi menjadi media untuk mengekspresikan diri personalnya semata, tapi media sosial sudah sebagai alat penunjang transaksi ekonomi, sosial, politik, dan kebudayaan. Media sosial telah menjadi sebuah mesin untuk mempengaruhi, media yang memproduksi sekaligus medan perebutan makna bagi khalayak ramai. Dalam hal ini, masyarakat berperan penting dalam pergulatan media sosial tersebut. Bahkan masyarakat tidak hanya berposisi sebagai penerima saja, setiap saat mereka memiliki kuasa penuh untuk memproduksi dalam berbagai transaksi ekonomi, sosial, politik, dan kebudayaan. Sejalan dengan pandangan Grondona (dalam Damono, 2009:55), bahwasanya berkembang tidaknya suatu masyarakat sama sekali tidak ditentukan oleh kekuatan dari luar, tetapi merupakan pilihan masyarakat itu sendiri.

Masyarakat memiliki peluang besar untuk turut serta dalam peredaran transaksi tersebut. Oleh karenanya, pengelolaan media sosial menjadi sangat penting. Tidak hanya media sosial yang dinamai kelompok/komunitas/organisasi masyarakat tersentu semata. Namun media sosial yang dikelola dan diberi nama personal pun sangatlah penting untuk digarap. Tidak sekadar sebagai media sosial yang mengunggah segala sesuatu tentang diri personalnya semata.

Pengelolaan media sosial bagi masyarakat di Desa Banyubiru, Kec. Banyubiru, Kab. Semarang, Jawa Tengah tentu harus dikelola dan dikembangkan dengan baik. Semua memiliki tanggung jawab untuk melambungkan citra dan makna guna kemajuan bersama. Serentak menyuarakan segala hal mengenai desanya. Tentu diharapkan selepas unggahan dan segala narasi mengenai desanya disebar dan ditebar, pelan-pelan desa yang dicintai itu akan mencuri perhatian khalayak.

Permasalahan yang dihadapi mengenai pengelolaan media sosial di Desa Banyubiru, Kec. Banyubiru, Kab. Semarang, Jawa Tengah menjadi sorotan utama. Di antaranya bagaimana mengelola media sosial dari pemerintah desa, organisasi pemuda, berbagai komunitas pemuda di desa, serta media sosial yang dikelola pribadi oleh masing-masing warga. Bagi tidak sedikit masyarakat, media sosial masih dianggap sebatas media sosial yang seakan hanya berfungsi untuk merekam sejak pribadi kesehariannya semata. Media sosial yang dianggap sebatas alat untuk berinteraksi sekadarnya dengan handai tolan dan komunitas-komunitas kecilnya.

Segala itu tentu menarik perhatian untuk dilakukan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) di Desa Banyubiru. Penulisan Caption di Media Sosial Berbasis Citizen Journalism menjadi sebuah upaya yang akan dilakukan bersama mitra PkM yakni Karang Taruna Desa Banyubiru. Bagaimana *caption* atau teks keterangan yang diunggah di media sosial menjadi pertimbangan penting untuk digarap sedemikian rupa sehingga dapat menjadi *caption* yang tidak sekadarnya saja. Citizen Journalism (Jurnalisme Warga) menjadi pijakan yang akan menopang bagaimana *caption* itu ditulis dengan baik. Sebab warga atau masyarakat saat ini memiliki peran penting dalam memproduksi berita dan segala informasi yang patut disiarkan kepada khalayak ramai.

## **PELAKSANAAN DAN METODE**

Penulisan Caption di Media Sosial Berbasis Citizen Journalism di Desa Banyubiru, Kec. Banyubiru, Kab. Semarang, Jawa Tengah akan dilakukan dengan metode sebagai berikut.

1. Penyampaikan materi dilakukan tatap muka dengan presentasi.
2. Praktik penulisan caption di media sosial.
3. Evaluasi.

Pengabdian dimulai dengan cara pemateri menyampaikan materi tentang dasar-dasar penulisan, dasar-dasar jurnalistik, jurnalisme warga, dan memproduksi caption yang menarik perhatian yang dibagi sesuai dengan pemateri. Setelah itu, pemateri mengajar peserta untuk mempraktikkan menuliskan caption di media sosial mereka dengan tema apapun itu bebas. Pemateri memberikan kebebasan kepada peserta untuk menuliskan apa yang ada di dalam benak pikiran mereka. Selanjutnya, pemateri dan peserta mengadakan evaluasi dari kegiatan penulisan caption. Bahwasanya apa yang ada di pikiran kita tidak dapat dipahami oleh orang lain sebelum diwujudkan dalam bentuk tulisan. Berikut metode dalam pengabdian yang dimulai dari persiapan, pelaksanaan hingga evaluasi dan pelaporan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berdasarkan amatan ketika survei, Desa Banyubiru, Kec. Banyubiru, Kab. Semarang, Jawa Tengah merupakan desa di kawasan wisata Kec. Banyubiru. Bahkan tempat wisata Rawa Pening yang cukup populer itu pun juga didapati di Desa Banyubiru. Hanya saja pada masa pandemi Covid-19 berbagai tempat wisata di Banyubiru menjadi redup kehilangan pengunjung. Selama hampir dua tahun sudah pandemi melanda dan kini saatnya warga masyarakat setempat mulai bangkit dan bergerak untuk menyongsong kembali gemilang wisata di desanya.

Dari situlah kemudian yang dilaksanakan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) Pelatihan Penulisan *Caption* di Media Sosial Berbasis Citizen Journalism di Desa Banyubiru, Kec. Banyubiru, Kab. Semarang, Jawa Tengah. Diharapkan setelah berlangsungnya pelatihan tersebut, warga masyarakat Desa Banyubiru khususnya bagi segenap kawula muda dapat mengoptimalkan pemanfaatan media sosial untuk menebar dan menyebarkan tempat-tempat wisata desanya dengan narasi-narasi yang menarik ke hadapan khalayak ramai.



Peserta sedemikian rupa membuat *caption* di media sosialnya masing-masing, yakni melalui *Instagram*. Mereka menyuarakan apa saja yang patut disiarkan kepada khalayak untuk menciptakan daya tarik bagi desa wisatanya.

Misalnya saja yang dikerjakan oleh salah satu peserta berakun *Instagram* @annafi\_seetia 32 berikut ini. Ia begitu rupa mempromosikan kebudayaan yang berkembang di daerah wisata tempat tinggalnya.

Selain itu juga didapati salah seorang peserta atas nama akun *Instagram* @dinda.sennt yang mengunggah foto kegiatan penulisan *caption* yang berlangsung dengan memberikan *caption* yang ditulis begitu menarik, mengenai bagaimana kegiatannya, suasana tempat berlangsungnya kegiatan, dan kesan selama ia dan teman-temannya

melaksanakan kegiatan. Ia bahkan tidak sekadar menyampaikan mengenai pelaksanaan kegiatannya saja, akan tetapi mengenai suasana asri kampung halamannya pun turut serta dikabarkan untuk khalayak. Dari situ tentu akan menampakkan bahwa kampung halaman yang merupakan desa wisata itu penuh dengan kegiatan positif.

Penulisan *caption* yang dilakukan tersebut secara berangsur-angsur akan membuat desanya kian dikenal khalayak yang lebih luas. Narasi-narasi mengenai kampung halamannya yang begitu alami, asri, dan syarat dengan nilai-nilai kebudayaan begitu rupa menebar begitu cepat. Itu sangat memungkinkan, jika misalnya saja setiap anggota yang terlibat dalam

kegiatan tersebut—yang tak lain mereka adalah anggota aktif Karang Taruna Desa Banyubiru—maka sudah pasti informasi terbaik mengenai desanya akan menyebar begitu masif. Mengingat pada era sekarang, desa-desa yang begitu *instagramable* pastilah sangat diburu oleh generasi milenial.

Pada saat mereka menulis *caption*, mereka dibebaskan untuk menuliskan segala sesuatu yang begitu dekat dengan diri mereka. Segala sesuatu yang kiranya mereka dapat melihatnya, menyentuhnya, merasakannya secara langsung. Bukan segala sesuatu yang hanya ada dalam pikiran dan angan-angan mereka. Sehingga meskipun yang dituliskannya berbau narasi fiksi, tapi tetap saja yang dituliskannya itu berpijak pada segala kenyataan yang benar-benar dapat mereka pijaki sepenuhnya.

Bahkan secara tidak sadar, mereka telah melakukan kerja penulisan *Citizen Journalism* (Jurnalisme Warga), dengan tanpa mereka diberitahu mengenai itu. Sebab sudah pasti mereka terlibat langsung sebagai actor di desanya dan mereka pula yang telah mewartakan segala potensi yang ada di desanya. Terlebih ketika mereka menyebarkan segala informasi mengenai desanya itu menggunakan media sosialnya pribadi. Meski suatu ketika, mereka pun menggunakan media sosial organisasinya. Keduanya berjalan berdampingan dan saling melengkapi serta menguatkan upaya bersama untuk memajukan dan mengenalkan desa wisatanya ke hadapan khalayak yang lebih luas.

## **PENUTUP**

Penulisan *caption* di media sosial kerap kali dianggap sederhana dan seakan tidak dianggap sebagai sesuatu yang penting untuk digarap dan dikelola dengan baik. Terlebih media sosial bagi sebuah lembaga pemerintahan, baik lembaga tinggi maupun lembaga di tingkat desa/kelurahan. Organisasi pemuda serupa Karangtaruna pun sudah pasti menjadi sangat penting untuk turut serta menyuarakan potensi desanya. Segala itu jika dikelola dan

dirawat dengan baik, sudah pasti akan berimbas pada kemajuan pariwisata yang ada di desa tersebut.

Penulisan caption yang tidak sekadar ditulis, tidak sekadar ada, atau bahkan kerap kali didapati unggahan foto di media sosial Instagram yang sama sekali tidak dibubuhi keterangan teks sama sekali. Itu tentu akan beda dengan unggahan yang disertai dengan kata-kata yang begitu rupa digarap. Kata-kata yang memikat dan sedemikian rupa mencuri perhatian khalayak. Meski tidak selalu caption tersebut harus berisi ajakan. Bisa jadi tidak pula berisi informasi, hanya narasi-narasi yang menggambarkan suasana dan keindahan, tanpa ada informasi menggurui atau ajakan untuk datang. Sebab secara tidak langsung, mereka pasti akan terbius dan sesegera mungkin berupaya untuk mengunjungi apabila memang ia terpancing atas suguhan foto dan kata-kata yang sebenar-benarnya menyuarakan segala yang ada di desa wisata tersebut.

Program Kemitraan Masyarakat (PKM) yang telah terselenggara tersebut tentulah bukan akhir dari upaya untuk mendukung pengembangan desa wisata di Desa Banyubiru, Kec. Banyubiru, Kab. Semarang. Selanjutnya dan seterusnya haruslah ada kelanjutan program serupa yang berkesinambungan dapat dilakukan oleh pemerintah desa terkait atau dilakukan oleh Karangtaruna setempat agar selanjutnya akan diperoleh manfaat yang maksimal atas upaya-upaya yang dilakukan tersebut. Potensi besar dimiliki oleh segenap generasi muda Desa Banyubiru, khususnya bagi mereka yang terhimpun dalam organisasi Karangtaruna. Mereka yang akan menjadi corong utama untuk menebarkan segala daya tarik yang dimiliki oleh desa wisata yang merupakan kampung halamannya tersebut. Terima kasih diucapkan kepada LPPM Universitas PGRI Semarang, termasuk program Pusat Pengabdian Kepada Masyarakat dan KKN yang telah mempercayai tim untuk melaksanakan kegiatan di lokasi Kuliah Kerja Nyata (KKN). Terima kasih pula diucapkan kepada segenap warga serta

generasi muda yang terhimpun dalam wadah Karangtaruna Desa Banyubiru, Kec. Banyubiru, Kab. Semarang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bangun, Hendry Ch. (2013). *Pedoman Uji Kompetensi Wartawan PWI Pusat*. Jakarta: Persatuan Wartawan Indonesia (PWI) Pusat.
- Damono, Sapardi Djoko. (2009). *Kebudayaan (Populer) (di Sekitar) Kita*. Jakarta: Editum.
- Eriyanto. (2012). *Analisis Framing, Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. Yogyakarta: LkiS Group.
- Eriyanto. (2012). *Analisis Wacana, Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: LkiS Group.
- Fitriyani, Wiwin dan Ahmad Junaidi. 2020. Analisis Penerapan Kode Etik pada Pemberitaan Pemindahan Ibu Kota Indonesia di Liputan 6.Com. *Koneksi*. Vol. 4, No. 2 Oktober. Hal. 215-223.
- Mulyani, Cendikia Panggih, Nuryah Asri Sjafirah, dan Pandan Yudhapramesti. (2018). Makna Jurnalistik Bagi Jurnalis Media Anak. *Kajian Jurnalisme*. Vol. 1. No. 2. <https://doi.org/10.24198/jkj.v1i2.21337>
- Tapsell, Ross. (2018). *Kuasa Media di Indonesia: Kaum Oligarki, Warga, dan Revolusi Digital*. Jakarta: Marjin Kiri.
- Wijaya, Taufan. (2014). *Foto Jurnalistik*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.