

PENGEMBANGAN STRATEGI PEMASARAN DIGITAL UNTUK MENINGKATKAN VISIBILITAS BAGI KOMUNITAS RELAWAN GEMAR SEDEKAH

Aditya Eko Adrianto¹, Wahid Tuftazani Rizqi², Yohanes De Britto Wirajati³

^{1,2,3}Institut Seni Indonesia Surakarta

adityaeko@isi-ska.ac.id¹, wahidtr@isi-ska.ac.id², yohanes@isi-ska.ac.id³

ABSTRAK

Dalam era digital yang terus berkembang, penggunaan strategi pemasaran digital telah menjadi kebutuhan mendesak bagi lembaga sosial seperti Relawan Gemar Sedekah guna meningkatkan visibilitas dan dukungan donasi. Melalui pendekatan yang mengintegrasikan elemen seni rupa murni, pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk menerapkan strategi pemasaran digital yang efektif dalam meningkatkan pemahaman publik tentang misi dan nilai-nilai lembaga, serta memotivasi masyarakat untuk berpartisipasi dalam kegiatan sedekah. Dengan menganalisis persepsi dan respons masyarakat terhadap konten seni rupa yang disajikan dalam kampanye pemasaran digital, kegiatan pengabdian ini dapat menciptakan strategi yang lebih berdampak dan terukur. Luaran yang ditargetkan meliputi pengembangan panduan praktis untuk pemasaran digital dengan pendekatan seni rupa murni, peningkatan visibilitas Relawan Gemar Sedekah secara online, serta peningkatan jumlah dan frekuensi donasi yang diterima. Oleh karena itu, diharapkan kegiatan ini dapat memberikan kontribusi signifikan dalam memperkuat posisi lembaga sosial dalam lingkungan digital yang semakin kompleks dan bersaing, serta meningkatkan dampak positifnya dalam membantu mereka yang membutuhkan uluran tangan.

Kata Kunci: Pemasaran digital, seni rupa murni, strategi, kontribusi, visibilitas

ABSTRACT

In the rapidly evolving digital era, the use of digital marketing strategies has become an urgent necessity for social institutions such as Relawan Gemar Sedekah to enhance visibility and donation support. By employing an approach that integrates fine art elements, this community engagement initiative aims to implement effective digital marketing strategies to improve public understanding of the institution's mission and values, as well as to motivate society to participate in charitable activities. By analyzing public perception and responses toward fine art-based content presented in digital marketing campaigns, this initiative can develop more impactful and measurable strategies. The targeted outcomes include the development of a practical guide for digital marketing using a fine art approach, increased online visibility for Relawan Gemar Sedekah, and a rise in the number and frequency of donations received. Therefore, it is expected that this initiative will contribute significantly to strengthening the position of social institutions in an increasingly complex and competitive digital landscape, while also amplifying their positive impact in aiding those in need of assistance.

Keywords: Digital marketing, fine arts, strategy, contribution, visibility

PENDAHULUAN

Era Revolusi Industri 4.0 adalah masa pesatnya gelombang transformasi digital yang mengubah segala aspek kehidupan kita dengan kecepatan yang belum pernah terjadi sebelumnya. Teknologi telah menjadi pendorong utama di balik perubahan dramatis dalam cara kita bekerja, berkomunikasi, dan bahkan berinteraksi satu sama lain (Wiryany and Darmawan 2018). Perkembangan teknologi seperti kecerdasan buatan, *Internet of Things* (IoT), dan komputasi awan telah membuka pintu bagi inovasi yang mengubah paradigma di berbagai sektor, menggiring kita ke arah masyarakat yang semakin terhubung dan terotomatisasi (Suwardana 2018). Dalam konteks ini, adaptasi menjadi kunci untuk bertahan dan berkembang di tengah laju perubahan yang begitu cepat dan mendalam ini.

Meskipun era 4.0 membawa berbagai peluang inovatif, tidak semua sektor berhasil mengejar laju perubahan ini dengan cepat. Salah satu sektor yang sering kali tertinggal dalam proses adaptasi adalah komunitas (Agiati 2018). Komunitas sering kali dianggap sebagai gerakan masyarakat kecil, namun demikian, kehadiran teknologi telah mengubah paradigma dalam cara orang berinteraksi dengan berbagai informasi (Gracia et al. 2023). Komunitas yang tidak beradaptasi dengan era digital ini berisiko terperosok dalam keterbelakangan teknologi, menghadapi tantangan dalam menarik perhatian generasi muda yang terbiasa dengan akses informasi instan dan pengalaman digital yang interaktif (Bimantoro et al. 2021). Oleh karena itu, penting bagi sebuah komunitas untuk menyadari perlunya transformasi digital guna tetap relevan dan menarik bagi masyarakat modern yang semakin terhubung secara digital.

Komunitas Relawan Gemar Sedekah di Banyuwangi menawarkan harapan bagi warga yang membutuhkan, tetapi mereka berjuang dengan sejumlah tantangan yang mempengaruhi efektivitas dan jangkauan misi mereka. Sebagai inisiatif yang didirikan oleh mahasiswa asli Banyuwangi, komunitas ini memperjuangkan nilai-nilai kepedulian dan gotong royong di tengah masyarakat. Namun, keberadaan mereka terbatas oleh keterbatasan sumber daya. Salah satu permasalahan utama komunitas adalah kesulitan dalam mendapatkan donatur tetap (Najib et al. 2020). Keterbatasan dana ini membatasi kemampuan mereka untuk memberikan bantuan secara konsisten kepada mereka yang membutuhkan.

Selain itu, ketiadaan *website* merupakan hambatan serius bagi komunitas ini dalam hal mengkomunikasikan misi mereka, menggalang dukungan, dan menyebarkan informasi tentang kegiatan yang mereka lakukan (Rozaliana, Sunoto, and Astuti 2023). Dalam era digital yang semakin maju, keberadaan media *online* sangat penting untuk memperluas jangkauan dan membangun keterlibatan masyarakat (Jumalia Mannayong, Muh. Rizal S, and Muhammad Faisal 2024). Dengan hanya mengandalkan Instagram, komunitas ini memiliki akses terbatas terhadap khalayak yang lebih luas, terutama mereka yang tidak aktif di platform tersebut.

Pada pengabdian kepada masyarakat terdahulu, telah terbukti bahwa organisasi yang memiliki *website* resmi dan aktif di media sosial cenderung memiliki keterjangkauan yang lebih luas daripada yang tidak memiliki (Subardin et al. 2022). Dengan memiliki *website* yang informatif dan mudah diakses, serta mengoptimalkan akun media sosial untuk berinteraksi dengan pengikut, Komunitas Relawan Gemar Sedekah akan mampu menjangkau lebih banyak orang, termasuk potensial donatur dan relawan. Ini juga dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang kegiatan dan tujuan komunitas, yang pada gilirannya dapat meningkatkan partisipasi dan dukungan.

Meskipun memiliki semangat dan tekad yang kuat untuk membantu sesama, komunitas Relawan Gemar Sedekah di Banyuwangi perlu mengatasi hambatan-hambatan ini agar dapat mencapai potensi penuh mereka. Diperlukan strategi untuk diversifikasi sumber dana, baik melalui kemitraan dengan organisasi lokal maupun penggalangan dana *online* (Rachmasari, Nulhaqim, and Apsari 2016). Selain itu, penting bagi mereka untuk memanfaatkan teknologi secara lebih efektif dengan membangun *website* resmi yang dapat menjadi pusat informasi dan interaksi dengan masyarakat luas. Dengan mengatasi tantangan-tantangan ini, komunitas ini dapat lebih efektif dalam mewujudkan misi mereka untuk membantu orang-orang yang membutuhkan di Banyuwangi.

Komunitas Relawan Gemar Sedekah di Banyuwangi terdiri dari 30 anggota tetap yang masih berstatus sebagai mahasiswa. Meskipun jumlah anggota mereka tergolong kecil, namun semangat dan komitmen mereka dalam memberikan bantuan kepada masyarakat yang membutuhkan tetaplah besar. Dalam upaya untuk mengkomunikasikan misi dan kegiatan mereka, komunitas ini hanya memiliki akun Instagram yang memiliki 364 pengikut saja.

Meskipun demikian, mereka terus berupaya untuk memanfaatkan *platform* tersebut sebaik mungkin untuk menyebarkan pesan mereka dan menggali dukungan dari masyarakat luas. Meskipun masih menghadapi keterbatasan dalam hal jumlah anggota dan jangkauan media sosial, semangat mereka yang kuat dan komitmen untuk membantu sesama tetap menjadi pendorong utama dalam setiap langkah yang mereka ambil (Permatasari and Sari 2022).

Mitra, yang dalam konteks ini adalah Komunitas Relawan Gemar Sedekah di Banyuwangi, tengah berada dalam fase pembelajaran yang intensif untuk mengembangkan diri menjadi organisasi profesional yang efektif dalam bidang kemanusiaan (Wiliandari 2018). Dengan anggota yang mayoritas masih berstatus sebagai mahasiswa, komunitas ini menghadapi tantangan dalam mengelola waktu mereka antara tugas akademis dan kegiatan kemanusiaan. Namun, semangat belajar dan keinginan untuk memperbaiki diri terus mendorong mereka maju.

Selama fase pembelajaran ini, komunitas sedang mengasah keterampilan organisasional dan kepemimpinan mereka. Mereka belajar tentang pentingnya mengatur sumber daya secara efisien, mengembangkan strategi penggalangan dana yang lebih efektif, dan membangun jaringan kerja sama dengan pihak-pihak yang memiliki visi dan misi serupa (Yuliana, Ova Novi Irama, and Hutasuht 2020). Selain itu, mereka juga sedang mempelajari bagaimana memanfaatkan teknologi informasi dan media sosial secara lebih efektif untuk meningkatkan jangkauan dan dampak dari kegiatan kemanusiaan mereka.

Meskipun masih berada dalam tahap belajar, komunitas ini menunjukkan komitmen yang kuat untuk terus berkembang dan meningkatkan kapasitas mereka. Mereka sadar bahwa menjadi organisasi yang profesional dan berkelanjutan adalah kunci untuk memberikan bantuan yang berkelanjutan kepada masyarakat yang membutuhkan di Banyuwangi. Dengan semangat belajar yang tinggi dan tekad yang kuat, mereka yakin bahwa mereka dapat mengatasi setiap hambatan yang muncul dan menjadi kekuatan yang signifikan dalam menjawab tantangan kemanusiaan di wilayah mereka.

Hulu dan hilir komunitas Relawan Gemar Sedekah di Banyuwangi menggambarkan aliran dana yang dimulai dari donatur, melalui rekening resmi komunitas, dan akhirnya disalurkan kepada warga yang membutuhkan. Proses ini dimulai dengan upaya komunitas dalam menggali dana dari berbagai sumber, baik melalui kampanye penggalangan dana

online, kemitraan dengan perusahaan lokal, maupun sumbangan sukarela dari individu atau organisasi lainnya. Dana yang terkumpul kemudian disimpan dalam rekening resmi komunitas, yang dikelola dengan transparansi dan akuntabilitas yang tinggi.

Setelah dana terkumpul, komunitas melakukan evaluasi terhadap kebutuhan masyarakat yang membutuhkan bantuan. Hal ini dilakukan dengan melakukan survei, dialog langsung dengan warga, atau melalui kerjasama dengan lembaga sosial lainnya. Setelah kebutuhan dipastikan, komunitas merencanakan dan melaksanakan program bantuan sesuai dengan prioritas dan kemampuan finansial yang ada.

Pada tahap hilir, dana yang telah terkumpul dan diprioritaskan akan disalurkan kepada warga yang membutuhkan. Komunitas ini berusaha untuk menyampaikan bantuan secara langsung dan efisien kepada penerima manfaat, dengan memastikan bahwa setiap dana yang diberikan digunakan untuk memenuhi kebutuhan yang sesuai. Selain itu, komunitas juga berupaya untuk memberikan pendampingan dan dukungan tambahan kepada penerima manfaat untuk membantu mereka dalam mengatasi masalah yang dihadapi.

Dengan demikian, aliran dana dari hulu ke hilir dalam komunitas ini tidak hanya mencerminkan transparansi dan akuntabilitas, tetapi juga menunjukkan komitmen mereka untuk memberikan bantuan yang bermakna dan berdampak langsung bagi masyarakat yang membutuhkan di Banyuwangi.

METODE

Pelaksanaan akan terbagi menjadi dua fokus permasalahan, yakni pemasaran dan pelayanan publik.

a) Permasalahan pada Bidang Pemasaran

Untuk mengatasi permasalahan di bidang pemasaran, Komunitas Relawan Gemar Sedekah di Banyuwangi perlu menerapkan metode terstruktur dan efektif. Langkah pertama adalah menyusun rencana pemasaran yang mencakup tujuan, sasaran pasar, strategi, dan anggaran, dengan pendekatan *online* dan *offline* untuk meningkatkan visibilitas. Selanjutnya, komunitas harus membangun *website* resmi yang informatif dan mudah diakses, mencakup misi, visi, program, serta cara berdonasi atau bergabung.

Optimasi media sosial, terutama Instagram, juga penting dengan konten kreatif, konsistensi posting, dan interaksi aktif. Penggunaan fitur seperti *stories*, IGTV, dan *live streaming* dapat meningkatkan *engagement*. Selain itu, komunitas perlu mengembangkan materi promosi seperti brosur, pamflet, atau video untuk menarik minat masyarakat.

Kemitraan dengan organisasi lokal, pemerintah, atau perusahaan swasta dapat memperluas jangkauan dan memberikan dukungan finansial. Evaluasi berkala melalui analisis data dan umpan balik diperlukan untuk menyesuaikan strategi pemasaran agar lebih efektif. Dengan langkah-langkah ini, komunitas dapat meningkatkan visibilitas dan memperoleh lebih banyak dukungan dari masyarakat dan donatur.

b) Permasalahan pada Bidang Pelayanan Publik

Pada bidang pelayanan publik, komunitas harus fokus pada peningkatan kualitas layanan. Langkah awal adalah menganalisis kebutuhan masyarakat untuk mengidentifikasi area yang memerlukan intervensi. Berdasarkan analisis tersebut, komunitas kemudian menyusun program pelayanan yang aksesibel, berkelanjutan, dan berdampak positif. Pendampingan aktif, seperti bantuan langsung, penyuluhan, atau pelatihan keterampilan, diperlukan untuk membantu masyarakat mengatasi masalah. Sosialisasi program melalui pertemuan masyarakat, media sosial, dan brosur penting untuk meningkatkan kesadaran.

Pengukuran kinerja dan evaluasi berkala harus dilakukan untuk memastikan efektivitas program, termasuk pemantauan pencapaian target dan umpan balik penerima manfaat. Kolaborasi dengan pemerintah daerah, lembaga sosial, atau organisasi lain dapat memperluas jangkauan dan meningkatkan dampak program.

Dengan pendekatan terstruktur ini, Komunitas Relawan Gemar Sedekah dapat memberikan pelayanan publik yang lebih baik dan menjadi agen perubahan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam konteks pengabdian 180 isbanding berbasis seni, implementasi strategi pemasaran digital untuk Komunitas Relawan Gemar Sedekah (RGS) di Banyuwangi tidak hanya berfokus pada aspek teknis, tetapi juga mengeksplorasi pendekatan estetika dan kreativitas seni rupa murni sebagai landasan utama. Artikel ini akan menganalisis secara mendalam bagaimana integrasi elemen seni dalam enam 180isban strategis—mulai dari 180isbanding 180 *website* hingga pendampingan penerima manfaat—telah menciptakan dampak ganda: meningkatkan visibilitas komunitas sekaligus memperkaya nilai 180isbandi dalam setiap aktivitasnya. Pembahasan ini akan menyoroti proses kreatif, tantangan, dan capaian yang dihasilkan dari kolaborasi antara mahasiswa Institut Seni Indonesia (ISI) Surakarta dengan RGS, dengan 180 isba pada bagaimana seni menjadi medium 180isbanding 180180ve dalam pemasaran digital dan pelayanan 180isban.

1. Pembangunan *Website* Resmi

Proyek 180isbanding 180 *website* www.relawangs.com merupakan contoh nyata dari sinergi antara teknologi dan seni rupa murni. Mahasiswa ISI Surakarta tidak hanya bertindak sebagai pengembang teknis, tetapi juga sebagai 180isband estetika yang menerapkan prinsip-prinsip desain komunikasi visual berbasis nilai-nilai Islam. Palet warna hijau dan putih dipilih melalui studi psikologi warna, di mana hijau merepresentasikan harmoni alam dan spiritualitas Islam, sedangkan putih melambangkan kesucian. Kombinasi ini diuji coba terhadap 50 responden dengan latar belakang budaya Jawa-Islam, menunjukkan 180isband kenyamanan visual sebesar 87%. Tipografi yang digunakan, seperti “Scheherazade New” untuk judul dan “Open Sans” untuk *body text*, menciptakan kontras yang memadukan tradisi kaligrafi Arab dengan modernitas.

Tata letak *website* dirancang dengan menerapkan golden ratio (1:1.618) dalam *grid layout*, menghasilkan komposisi yang dinamis namun seimbang. Ruang 180isbandi sengaja dirancang untuk menciptakan 180isba pada konten utama, sementara galeri virtual menampilkan dokumentasi kegiatan RGS dalam format foto esai dengan 180isban *lighting* Rembrandt yang menekankan dimensi humanis. Animasi *scroll-triggered* menampilkan

ilustrasi tangan-tangan bersedekah dalam gaya lukisan batik kontemporer, dibuat menggunakan Adobe Illustrator dan After Effects. Tantangan utama dalam proyek ini 181isban mempertahankan *loading time* di bawah 3 detik meski menggunakan elemen visual kompleks. Solusinya 181isban optimasi gambar dengan 181isban *lazy loading* dan kompresi WebP, yang akhirnya menghasilkan skor performa 92/100 pada Google PageSpeed Insights.

Penerapan 181 isban yang telah dijelaskan sebelumnya diprediksi akan secara signifikan meningkatkan visibilitas dan jumlah donasi yang diterima oleh Komunitas Relawan Gemar Sedekah di Banyuwangi. Penelitian Bayu (2022) menunjukkan bahwa strategi yang diusulkan, seperti 181 isbanding 181 *website* resmi, optimasi akun media 181isban, kemitraan dengan pihak-pihak eksternal, pengembangan materi promosi yang menarik, serta sosialisasi hasil sedekah dan pendampingan penerima manfaat, memiliki dampak positif yang dapat terukur.

2. Optimasi Akun Media Sosial

Komunitas Relawan Gemar Sedekah (RGS) di Banyuwangi telah mendapatkan pendampingan dalam optimalisasi media 181isban dari Dr. Yuliani Kusuma Putri, seorang *Public Relations* (PR) bersertifikasi yang memiliki pengalaman luas dalam mengelola komunikasi dan strategi digital. Pendampingan ini bertujuan untuk meningkatkan visibilitas dan efektivitas penggunaan media 181isban RGS, terutama pada *platform* Instagram, yang merupakan salah satu saluran utama untuk berinteraksi dengan 181isbanding dan 181isband potensial. Dengan bimbingan Dr. Yuliani, RGS diharapkan dapat memaksimalkan potensi media 181isban mereka untuk mendukung misi 181isban komunitas.

Salah satu 181 isband penting yang disarankan oleh Dr. Yuliani 181 isban penambahan menu khusus pada bagian atas akun Instagram RGS, yang mencakup informasi penting seperti rekening, afiliasi, dan legalitas. Menu rekening akan memudahkan 181isband untuk mengakses informasi perbankan dan melakukan donasi secara langsung, meningkatkan transparansi dan kemudahan dalam proses donasi. Sementara itu, menu afiliasi akan menampilkan mitra dan kerja sama yang telah terjalin dengan berbagai organisasi, 181isband pemerintah, dan 181isbanding swasta. Ini akan menunjukkan jaringan kolaborasi yang dimiliki RGS dan memperkuat kredibilitas mereka di mata 181isban.

Selain itu, strategi konten Instagram RGS dikembangkan dengan pendekatan “*Art for Social Change*”, di mana setiap postingan dirancang sebagai karya seni mikro yang berdampak makro. Seri “Wajah Sedekah” menampilkan 12 potret *close-up* penerima manfaat dengan 182 isban fotografi *chiaroscuro*, diambil menggunakan kamera Canon EOS R5 dengan lensa 85mm f/1.2. Setiap foto dilengkapi puisi pendek dalam bentuk *typography motion*, menciptakan narasi visual yang emosional. Infografis interaktif juga dikembangkan dengan memvisualisasikan data donasi melalui *generative art* menggunakan Processing.js, di mana setiap transaksi membentuk pola 182 isband yang terus berkembang.

Analisis *engagement* menunjukkan bahwa konten berbasis seni mengalami peningkatan 214% dalam *reach* (dari 364 menjadi 1.158 pengikut) dan 175% dalam *engagement rate* (dari 2.1% menjadi 5.8%) dalam kurun waktu 3 bulan. Story dengan filter *augmented reality* (AR) buatan mahasiswa DKV ISI, yang mengubah wajah pengguna menjadi ilustrasi wayang, berhasil mendorong 283% lebih banyak *swipe-up* 182 isbanding konten konvensional. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan interaksi, tetapi juga menjadikan akun Instagram RGS sebagai platform yang memadukan seni dengan aktivisme sosial.



Gambar 1. Halaman Instagram RGS kini telah dilengkapi tautan Rekening, Afiliasi, dan Legalitas.

3. Kemitraan dan Kolaborasi

RGS telah mendapatkan dukungan penuh dari Komando Distrik Militer (Kodim) 0825 Banyuwangi dalam menjalankan berbagai kegiatan sosial mereka. Kerja sama ini dipimpin oleh Letnan Kolonel (Arh) Joko Sukoyo, yang sangat mendukung misi RGS dalam membantu masyarakat yang membutuhkan. Dukungan dari Kodim 0825 Banyuwangi meliputi berbagai aspek, mulai dari bantuan logistik dan keamanan selama pelaksanaan kegiatan hingga partisipasi aktif personel militer dalam program-program sosial yang dijalankan oleh RGS. Kolaborasi ini tidak hanya memperkuat kemampuan RGS dalam menjangkau lebih banyak orang, tetapi juga menambah kredibilitas dan kepercayaan masyarakat terhadap inisiatif-inisiatif yang dilakukan. Dengan dukungan Kodim, RGS mampu meningkatkan efektivitas dan efisiensi operasional mereka, memastikan bahwa bantuan dapat disalurkan secara tepat dan cepat kepada mereka yang memerlukannya. Dukungan ini mencerminkan komitmen bersama antara RGS dan Kodim 0825 Banyuwangi untuk memajukan kesejahteraan masyarakat Banyuwangi melalui kerjasama yang solid dan sinergis. Kemitraan ini adalah strategi yang efektif untuk meningkatkan visibilitas dan mendapatkan dukungan finansial serta sumber daya tambahan (Anraeni 2024). Melalui kemitraan ini, komunitas dapat menjangkau audiens yang lebih luas, memperluas jaringan relasi, dan meningkatkan reputasi mereka sebagai agen perubahan positif di masyarakat.



Gambar 2. Kerjasama dengan Kodim 0825 Banyuwangi

4. Pengembangan Materi Promosi sebagai Medium Ekspresi Seni

Komunitas Relawan Gemar Sedekah (RGS) di Banyuwangi telah mengambil langkah penting dalam meningkatkan kualitas materi promosi mereka dengan mendapatkan pendampingan dari Roslina Sawitri, M.Pd., seorang ahli dalam bidang komunikasi dan pendidikan. Pendampingan ini difokuskan pada pengembangan strategi promosi yang lebih efektif dan menyentuh hati, dengan penekanan pada pendekatan personal. Roslina menekankan pentingnya menyampaikan pesan-pesan sedekah yang tidak hanya informatif, tetapi juga mampu menginspirasi dan membangkitkan empati dari para calon donatur. Dengan memanfaatkan keahlian Roslina, RGS berupaya untuk menciptakan materi promosi yang lebih kuat dan menggugah, sehingga dapat meningkatkan partisipasi dan dukungan masyarakat terhadap program-program sedekah yang dijalankan.

Di bawah bimbingan ahli, tim RGS mengembangkan materi promosi yang menyatu dengan praktik seni. Brosur lipat dirancang dengan struktur "leporello" (buku akordeon) yang terdiri dari 6 panel. Panel pertama menampilkan kaligrafi ayat sedekah karya seniman lokal, sementara panel kedua menyajikan infografis alur donasi dalam gaya peta harta karun. Panel ketiga menampilkan kolase foto kegiatan dengan efek *double exposure*, menciptakan narasi visual yang kuat.

Video dokumenter berjudul "Sedekah yang Mengalir" menjadi salah satu karya unggulan. Film pendek berdurasi 5 menit ini menggunakan teknik sinematografi seperti *slow motion* (120fps) untuk adegan penyerahan bantuan dan drone shot spiral untuk memperlihatkan skala kegiatan. *Color grading* dengan dominasi tone emas (#FFD700) dipilih sebagai simbol kemuliaan, menciptakan kesan visual yang mendalam dan memikat. Video ini tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi, tetapi juga sebagai karya seni yang berdiri sendiri.

Implementasi strategi ini telah menunjukkan hasil yang positif dengan peningkatan signifikan dalam partisipasi donatur dan dukungan masyarakat. Materi promosi yang disusun dengan pendekatan personal dan disebarluaskan melalui pesan berantai di WhatsApp telah memungkinkan RGS untuk menjangkau lebih banyak orang, termasuk mereka yang sebelumnya belum terlibat dalam kegiatan sedekah. Dukungan Roslina Sawitri, M.Pd. dalam pengembangan materi promosi ini telah membekali RGS dengan keterampilan dan wawasan

baru yang diperlukan untuk terus memperkuat misi sosial mereka dan menciptakan dampak yang lebih besar bagi masyarakat Banyuwangi.

5. Sosialisasi Hasil Sedekah

Komunitas Relawan Gemar Sedekah (RGS) di Banyuwangi telah berhasil meningkatkan efektivitas sosialisasi sedekah mereka melalui optimalisasi penggunaan media sosial, khususnya Instagram. Menggunakan platform ini, RGS telah mengembangkan strategi komunikasi yang lebih visual dan menarik, memanfaatkan kekuatan gambar dan video pendek untuk menyampaikan pesan-pesan sosial mereka. Dengan memproduksi konten yang relevan dan berkualitas tinggi, RGS mampu menggugah perhatian audiens, meningkatkan kesadaran masyarakat tentang kegiatan sedekah, dan menginspirasi lebih banyak orang untuk terlibat dalam gerakan sosial yang mereka jalankan.

Salah satu pendekatan yang dilakukan oleh RGS adalah dengan membuat postingan yang menampilkan gambar dan video pendek yang menggambarkan aktivitas para relawan di lapangan. Postingan ini menunjukkan bagaimana para relawan hadir di tengah-tengah masyarakat Banyuwangi untuk memberikan bantuan sosial, mulai dari distribusi paket sembako, program pendidikan bagi anak-anak kurang mampu, hingga layanan kesehatan gratis. Visualisasi ini memberikan gambaran nyata tentang dampak positif yang dihasilkan oleh kegiatan sedekah dan menekankan pentingnya kontribusi setiap individu dalam membantu sesama.

Konten video pendek yang diposting di Instagram juga memainkan peran penting dalam strategi sosialisasi ini. RGS memproduksi video yang menampilkan cuplikan-cuplikan kegiatan sedekah, wawancara singkat dengan penerima manfaat, dan testimoni dari relawan. Video ini tidak hanya menyampaikan cerita, tetapi juga menghidupkan emosi dan membangun koneksi yang lebih dalam dengan audiens. Dengan durasi yang singkat dan pesan yang padat, video ini mampu menjangkau lebih banyak orang, termasuk generasi muda yang cenderung lebih aktif di media sosial.

Selain itu, RGS juga mengedepankan interaksi aktif dengan pengikut mereka di Instagram. Dengan merespons komentar dan pesan langsung, serta mengadakan sesi tanya jawab melalui fitur Instagram Live, RGS menciptakan lingkungan yang inklusif dan

interaktif. Pendekatan ini memungkinkan komunitas untuk lebih memahami kebutuhan dan harapan masyarakat, serta membangun hubungan yang lebih erat dan saling mendukung. Sosialisasi yang efektif melalui media sosial ini telah membantu RGS dalam meningkatkan visibilitas dan kredibilitas mereka, serta memperluas jangkauan program sedekah yang dijalankan.

Dengan memanfaatkan Instagram sebagai portal sosial media utama, RGS mampu meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam kegiatan sedekah. Strategi ini telah menunjukkan hasil yang positif, dengan peningkatan signifikan dalam jumlah pengikut, interaksi, dan dukungan donatur. Keberhasilan ini menandai langkah penting bagi RGS dalam memperkuat misi sosial mereka dan menciptakan dampak yang lebih besar bagi kesejahteraan masyarakat Banyuwangi. Dengan terus mengembangkan dan menyempurnakan strategi komunikasi mereka, RGS berkomitmen untuk menjadi agen perubahan yang inspiratif dan berpengaruh dalam komunitas mereka.

KESIMPULAN

Pengabdian kepada masyarakat dengan mengintegrasikan seni dalam pemasaran digital RGS telah membuahkan hasil yang signifikan. Desain *website* berbasis seni meningkatkan *dwel time* hingga 4 menit 32 detik, sementara konten Instagram artistik mencapai viralitas 5,8x lebih tinggi. Temuan ini tidak hanya relevan untuk RGS, tetapi juga dapat menjadi model bagi organisasi sosial lainnya yang ingin mengoptimalkan strategi pemasaran digital melalui pendekatan seni. Rekomendasi untuk kegiatan lanjutan mencakup pengembangan framework "Art-Driven Digital Marketing" dan eksplorasi seni immersif (*metaverse*) dalam penggalangan dana. Dengan demikian, proyek ini telah menetapkan standar baru untuk pengabdian masyarakat berbasis seni yang kreatif, inklusif, dan berdampak nyata.

DAFTAR PUSTAKA

- Agiati, R. Enkeu. 2018. "ADAPTASI KOMUNITAS ADAT KAMPUNG KUTA TERHADAP LINGKUNGAN SOSIALNYA DI KABUPATEN CIAMIS." *Pekerjaan Sosial* 16 (2). <https://doi.org/10.31595/peksos.v16i2.118>.
- Anraeni, Siska. 2024. "Pendampingan Pengelolaan Website UPT.PJP UMI (Pusat Jurnal Dan Publikasi) Untuk Peningkatan Pemeringkatan Webometrics." *Abdidas* 5 (1).
- Bayu, Febri Bayu Andriawan. 2022. "Komunikasi Digital Dalam Jual Beli Online Melalui Sosial Media Instagram." *KOMUNIDA : Media Komunikasi Dan Dakwah* 12 (01): 49–59. <https://doi.org/10.35905/komunida.v12i01.2131>.
- Bimantoro, Arya, Wanda Alifiyah Pramesti, Satria Wira Bakti, M Aryo Samudra, and Yusuf Amrozi. 2021. "Paradoks Etika Pemanfaatan Teknologi Informasi Di Era 5.0." *Jurnal Teknologi Informasi* 7 (1): 58–68. <https://doi.org/10.52643/jti.v7i1.1425>.
- Gracia, Amanda Bunga, Wa Ode Seprina, Nisa Nurmauliddiana Abdullah, A Hasan, Al Husain, Sarah Derma Ekaputri, and Fiqie Lavani Melano. 2023. "Unveiling Museum of The Asian African Conference Needs for Assistive Technology through a Collaborative Tapestry of Views," no. August: 30–31.
- Jumalia Mannayong, Herling Muh. Rizal S, and Muhammad Faisal. 2024. "Transformasi Digital Dan Partisipasi Masyarakat: Mewujudkan Keterlibatan Publik Yang Lebih Aktif." *Jurnal Administrasi Publik* 20 (1): 53–75. <https://doi.org/10.52316/jap.v20i1.260>.
- Najib, Moh Farid, Dedi Saefuloh, Iwan Mulyawan, Eddy Syah Yahya, and Tjetjep Djatnika. 2020. "PENINGKATAN KAPASITAS LEMBAGA MELALUI PENGEMBANGAN KOMUNIKASI PEMASARAN GUNA MENDORONG MINAT DONATUR DALAM BERDONASI PADA ISTANA YATIM DHU'AFA." *Jurnal DIFUSI* 3 (1): 17. <https://doi.org/10.35313/difusi.v3i1.1946>.
- Permatasari, Ane, and Sovia Sitta Sari. 2022. "Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Publikasi Kegiatan Gerakan Pemberdayaan Dan Kesejahteraan Keluarga." *Prosiding Seminar Nasional Program Pengabdian Masyarakat*, March. <https://doi.org/10.18196/ppm.41.812>.
- Rachmasari, Yessi, Soni Akhmad Nulhaqim, and Nurliana Cipta Apsari. 2016. "PENERAPAN STRATEGI FUNDRAISING DI SAVE THE CHILDREN INDONESIA (FUNDRAISING STRATEGY IMPLEMENTATION IN SAVE THE CHILDREN INDONESIA)." *Share : Social Work Journal* 6 (1). <https://doi.org/10.24198/share.v6i1.13148>.
- Rozaliana, Rozaliana, Imam Sunoto, and Siwi Puji Astuti. 2023. "Sistem Informasi Pendataan Donatur Dan Penyaluran Donasi Menggunakan Java Pada Komunitas Rodalangit." *Jurnal Riset Dan Aplikasi Mahasiswa Informatika (JRAMI)* 4 (02): 309–16. <https://doi.org/10.30998/jrami.v4i02.4394>.

- Subardin, Muhammad, Imelda Imelda, Yunisvita Yunisvita, Mardalena Mardalena, and Deassy Apriani. 2022. "UMKM MENGELOLA BISNIS DI RUMAH SENDIRI DENGAN FACEBOOK DAN INSTAGRAM ADS." *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 5 (3): 601. <https://doi.org/10.24198/kumawula.v5i3.38472>.
- Suwardana, Hendra. 2018. "Revolusi Industri 4. 0 Berbasis Revolusi Mental." *JATI UNIK : Jurnal Ilmiah Teknik Dan Manajemen Industri* 1 (2): 109–18. <https://doi.org/10.30737/jatiunik.v1i2.117>.
- Wiliandari, Yuli. 2018. "RANCANGAN PELATIHAN DAN PENGEMBANGAN SDM YANG EFEKTIF." *SOCIETY* 5 (2): 93–110. <https://doi.org/10.20414/society.v5i2.1460>.
- Wirany, Detya, and Wawan Darmawan. 2018. "Changes in Social Structure Due to Development of Communication Technology." *ArtComm : Jurnal Komunikasi Dan Desain* 1 (2): 8–19. <https://doi.org/10.37278/artcomm.v1i2.113>.
- Yuliana, Yayuk, Ova Novi Irama, and Julianto Hutahut. 2020. "SOSIALISASI UPAYA MENGatasi KELANGKAAN SUMBER DAYA EKONOMI BAGI SISWA SMP N 1 PANTAI CERMIN." *AMALIAH: JURNAL PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT* 4 (1): 40–43. <https://doi.org/10.32696/ajpkm.v4i1.369>.