Penguatan Strategi Branding Sanggar Soulutuhua Tifa Totobuang Negeri Naku Melalui Promosi Media Sosial Dan Pembuatan Video Profil

Jimmy Purwata Mangasi Sirait[1], Roberth Manaha[2], Golda Tomasila[3]

[1]Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Kristen Indonesia Maluku, Indonesia
[2,3]Informatika, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Kristen Indonesia Maluku, Indonesia
*e-mail: jimmysirait@ukim.ac.id[1], ukimobet82@gmail.com[2], tomasilagolda@gmail.com[3]

Abstrak

Upaya memperkuat keberadaan dan daya saing Sanggar Tifa Totobuang Soulutuhua Negeri Naku diwujudkan melalui program Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) berbasis penguatan branding dan digitalisasi. Permasalahan utama berupa ketergantungan identitas visual serta terbatasnya jangkauan promosi diatasi melalui serangkaian tahapan komprehensif. Metode yang diterapkan meliputi perancangan logo resmi, pendampingan pembuatan konten digital, aktivasi media sosial resmi (TikTok, YouTube, dan Instagram), serta pembuatan video profil beresolusi tinggi. Evaluasi program membuktikan bahwa inisiatif ini berhasil melahirkan identitas visual yang khas, mendongkrak kemandirian digital para anggota, dan memperluas penetrasi promosi kesenian tradisional ke ranah publik yang lebih luas. Di samping itu, video profil yang diproduksi terbukti efektif sebagai media edukasi dan dokumentasi pelestarian budaya lokal.

***Kata kunci**: Media Sosial, Penguatan Branding, Promosi, Sanggar Soulutuhua, Video Profil*

Abstract

Efforts to strengthen the presence and competitiveness of the Soulutuhua Tifa Totobuang Arts Group in Naku Village were realized through a Community Service (PkM) program focused on branding reinforcement and digitalization. The primary challenges, including dependence on external visual identities and limited promotional reach, were addressed through a structured sequence of interventions. The methods implemented included logo design, content creation mentoring, activation of official social media accounts (TikTok, YouTube, and Instagram), and profile video production. Program evaluation demonstrated that this initiative successfully established a distinct visual identity, enhanced the digital self-reliance of group members, and expanded the reach of traditional arts promotion to a wider public domain. Additionally, the produced profile video proved effective as an educational and promotional medium for cultural preservation.

***Keywords**: Branding Reinforcement; Profile Video; Promotion; Social Media; Soulutuhua Studio*

1. PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi digital pada era revolusi industri 4.0 dan era masyarakat 5.0 telah mengubah lanskap komunikasi, pemodelan ekonomi, hingga mekanisme pelestarian kebudayaan di seluruh dunia. Kebudayaan lokal yang dahulunya diwariskan secara lisan dari generasi ke generasi melalui interaksi tatap muka kini dihadapkan pada tantangan globalisasi yang masif. Arus informasi asing dan budaya populer modern yang masuk tanpa hambatan berpotensi mengikis minat generasi muda terhadap seni tradisi. Meskipun demikian, teknologi digital tidak seharus dipandang sebagai ancaman; sebaliknya, inovasi berbasis media digital dapat dimanfaatkan secara optimal sebagai sarana baru untuk mempromosikan, mengedukasi, dan menjaga kelestarian warisan budaya bangsa. Melalui konvergensi platform media sosial, masyarakat penggiat seni tidak hanya mampu memperluas jangkauan promosi pertunjukan, melainkan juga membangun dokumentasi digital yang terstruktur sekaligus memberikan nilai edukatif kepada publik global (Chandra et al., 2026; Pradhana et al., 2023). Digitalisasi seni tradisi berfungsi sebagai jembatan transformatif yang menghubungkan identitas sejarah lokal dengan dinamika apresiasi generasi muda zaman sekarang.

Di dalam lanskap industri kreatif dan seni pertunjukan, konsep branding memegang peranan yang sangat vital. Branding pada hakekatnya bukan sekadar perancangan tanda visual atau pembentukan elemen grafis, melainkan sebuah proses komprehensif dalam membangun identitas, reputasi, persepsi publik, dan citra positif secara berkelanjutan (Santoso & Istizar,

2020). Penguatan identitas melalui branding digital yang terencana memampukan sebuah organisasi atau kelompok seni memproyeksikan karakter uniknya secara konsisten. Melalui integrasi logo, skema warna, penjenamaan pesan, dan gaya visual yang khas, kelompok seni dapat menonjolkan keunggulan kompetitif yang membedakannya dari organisasi sejenis (Anjasari et al., 2026). Saat ini, hadirnya berbagai aplikasi desain dan penyuntingan video yang intuitif seperti Canva dan CapCut memberikan kemudahan luar biasa bagi komunitas lokal dalam merancang media promosi secara mandiri tanpa harus tergantung pada agensi profesional yang mahal (Maulana & Mutawalli, 2025; Rahmawati et al., 2025; Sultan et al., 2023).

Salah satu warisan budaya takbenda yang sangat berharga di Kepulauan Maluku adalah musik tradisional Tifa Totobuang. Ansambel Tifa Totobuang merupakan bentuk instrumen musik pukul khas Maluku yang memadukan seperangkat totobuang—yaitu gong-gong kecil berpenjalin yang diletakkan pada rak kayu horizontal—dengan seperangkat tifa, instrumen membranofon kayu berbentuk tabung berpola ritmis (Indonesia Kaya, 2026). Perpaduan melodi totobuang yang mendayu-dayu serta hentakan tifa yang penuh semangat menghasilkan harmoni kebudayaan yang unik dan autentik. Meskipun memiliki nilai sejarah dan artistik yang amat tinggi, keberadaan ansambel Tifa Totobuang di Kota Ambon dewasa ini mengalami tekanan dinamika zaman. Kehadiran grup-grup musik modern dan hiburan digital kerap menggeser posisi seni tradisi ini. Walaupun begitu, potensi pelestarian tetap terjaga karena beberapa "Negeri" (sebutan lokal untuk desa adat di Maluku) seperti Latuhalat, Amahusu, Kusu-Kusu Sere, Soya, Rutong, dan Negeri Naku terus berupaya memelihara tradisi ini secara turun-temurun.

Negeri Naku yang terletak di Kecamatan Leitimur Selatan, Kota Ambon, memiliki modal sosial dan kultural yang kuat dalam mempertahankan seni Tifa Totobuang melalui wadah Sanggar Tifa Totobuang Soulutuhua. Sanggar Soulutuhua didirikan secara resmi pada tahun 1990 dan kini memiliki keanggotaan aktif sebanyak 20 orang dengan rentang usia yang bervariasi mulai dari 12 tahun hingga 65 tahun. Keberagaman usia anggota ini memencerminkan adanya transmisi antargenerasi dalam tubuh sanggar, di mana para penabuh senior membimbing anak-anak remaja dalam menguasai pukulan tifa dan melodi totobuang. Sepanjang perjalanannya, Sanggar Soulutuhua telah membanggakan Negeri Naku melalui berbagai penampilan di acara-acara pemerintah, penyambutan tamu mancanegara, hingga festival seni budaya regional.

Namun, perjalanan Sanggar Soulutuhua tidak lepas dari tantangan berat. Penyebaran pandemi Covid-19 pada kurun waktu 2020 hingga 2022 telah memutus rantai pertunjukan tatap muka. Seluruh aktivitas latihan masif dan panggilan pentas (job) terhenti secara total, yang berakibat pada penurunan keaktifan anggota dan vakumnya manajemen. Memasuki fase pemulihan pascapandemi sejak tahun 2023 hingga era terkini, Sanggar Soulutuhua dihadapkan pada realitas kompetisi pertunjukan seni yang amat ketat di kawasan Kota Ambon dan sekitarnya. Kelompok-kelompok sanggar lain telah banyak melangkah maju memanfaatkan kanal promosi modern, sedangkan Sanggar Soulutuhua masih tertinggal dalam aspek tata kelola promosi dan pemanfaatan teknologi informasi.

Melalui analisis situasi dan pemetaan lapangan yang mendalam bersama pengurus sanggar, teridentifikasi sejumlah permasalahan pokok yang terbagi ke dalam aspek hulu (manajemen internal dan saluran publikasi) serta aspek hilir (identitas visual dan kapasitas SDM). Permasalahan Aspek Hulu (Saluran Promosi dan Pemasaran):Ketergantungan pada metode pemasaran konvensional "mulut ke mulut" (word of mouth). Pola ini membuat cakupan informasi pementasan hanya berputar pada lingkaran masyarakat lokal yang terbatas. Tidak tersedianya saluran media sosial resmi milik sanggar. Selama bertahun-tahun, dokumentasi video pementasan Sanggar Soulutuhua diunggah oleh pihak ketiga atau akun personal penonton ke platform YouTube tanpa koordinasi dan penjenamaan yang jelas. Hal ini merugikan sanggar karena potensi pengikut (followers) dan daya tawar profesionalisme sanggar terfragmentasi di akun-akun luar.

Permasalahan Aspek Hilir (Identitas Visual dan Keterampilan Digital):Ketiadaan logo dan identitas visual mandiri. Selama puluhan tahun berdiri, sanggar terbiasa meminjam dan menempelkan logo Pemerintah Negeri Naku pada surat formal maupun papan nama. Hal ini mengakibatkan ketidakjelasan entitas; publik sulit membedakan antara kegiatan administratif pemerintah negeri dengan pertunjukan seni independen sanggar. Lemahnya literasi digital dan

keterampilan teknis pengurus maupun anggota muda dalam memproduksi konten promosi modern. Mayoritas anggota belum memahami prinsip perancangan grafis dasar, pengambilan gambar video yang estetik, hingga pengelolaan akun media sosial secara berkala dan profesional. Melihat permasalahan esensial tersebut, program Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini dirancang sebagai solusi solutif dan holistik. Tujuan utama dari kegiatan PkM ini adalah untuk merevitalisasi dan memperkuat strategi branding Sanggar Soulutuhua melalui perancangan logo resmi, penyusunan tagline, pelatihan pembuatan konten digital interaktif, aktivasi serta integrasi akun media sosial resmi (TikTok, YouTube, dan Instagram), serta pembuatan video profil sanggar berkuatan naratif dan sinematik yang profesional (Nugroho et al., 2025; Siregar et al., 2024).

Pelaksanaan program pengabdian ini juga diselaraskan secara langsung dengan agenda pembangunan nasional maupun global. Secara internasional, kegiatan ini mendukung pencapaian Sustainable Development Goals (SDGs), utamanya pada Poin 8 mengenai Decent Work and Economic Growth (Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi) melalui pembukaan peluang ekonomi kreatif bagi penggiat seni lokal, serta Poin 11 tentang Sustainable Cities and Communities (Kota dan Komunitas Berkelanjutan) dalam hal perlindungan dan penyelamatan warisan budaya dunia. Pada tingkat nasional, program ini mendukung Indikator Kinerja Utama (IKU) Perguruan Tinggi (khususnya IKU 3 mengenai dosen berkegiatan di luar kampus dan IKU 5 mengenai hasil kerja dosen yang dimanfaatkan oleh masyarakat), Asta Cita Pemerintah dalam penguatan pembangunan kebudayaan serta kemandirian bangsa, serta Rencana Induk Riset Nasional (RIRN) yang memfokuskan pada pengembangan kearifan lokal berbasis teknologi dan inovasi digital.

2. METODE

Tahap awal ini dirancang untuk memberikan pemahaman teoretis dan fundamental bagi para anggota sanggar. Materi yang disampaikan mencakup hakikat identitas visual, manfaat branding dalam ekosistem seni pertunjukan modern, pentingnya konsistensi logo, serta potensi media sosial sebagai alat ekspansi pasar seni. Pendekatan interaktif diterapkan untuk membangun kesadaran kolektif bahwa sanggar seni tradisional harus bertransformasi menjadi entitas yang profesional dan adaptif terhadap perkembangan teknologi (Hafid et al., 2023; Santoso & Istizar, 2020). 2.1 Tahap Sosialisasi dan Edukasi Branding

Tahap awal ini dirancang untuk memberikan pemahaman teoretis dan fundamental bagi para anggota sanggar. Materi yang disampaikan mencakup hakikat identitas visual, manfaat branding dalam ekosistem seni pertunjukan modern, pentingnya konsistensi logo, serta potensi media sosial sebagai alat ekspansi pasar seni. Pendekatan interaktif diterapkan untuk membangun kesadaran kolektif bahwa sanggar seni tradisional harus bertransformasi menjadi entitas yang profesional dan adaptif terhadap perkembangan teknologi (Hafid et al., 2023; Santoso & Istizar, 2020). Tahap Pelatihan dan Praktik Pengelolaan Media Sosial yaitu pada tahap kedua, difokuskan pada transfer keterampilan praktis (hands-on training). Anggota sanggar diarahkan secara langsung untuk mengunduh, mendaftar, dan mengoperasikan aplikasi desain grafis ramah pengguna Canva serta aplikasi penyuntingan video CapCut pada perangkat telepon pintar (smartphone) mereka (Maulana & Mutawalli, 2025; Sultan et al., 2023). Pelatihan mencakup: Teknik pemilihan template poster pementasan, pengaturan tata letak teks dan penyesuaian skema warna, teknik pemotongan klip video (trimming), penggabungan transisi, penambahan musik latar (backsound), serta pemberian teks dan tata cara pembuatan akun resmi dan optimalisasi profil pada platform Instagram, TikTok, dan YouTube.

Tahap Perancangan Logo dan Produksi Video Profil, pada tahap ketiga merupakan proses eksekusi karya inovasi teknologi. Tim pengabdi bersama pengurus sanggar menggelar sesi diskusi kelompok terarah (Focus Group Discussion / FGD) guna membedah filosofi Negeri Naku dan sejarah Sanggar Soulutuhua. Hasil identifikasi nilai-nilai kultural tersebut diterjemahkan oleh tim ke dalam desain bentuk vector logo menggunakan software profesional Adobe Illustrator. Selanjutnya, dilakukan proses pengambilan gambar (shooting) secara terencana untuk pembuatan video profil sanggar. Pengambilan gambar dilakukan dengan standar teknis Full HD

(resolution 1080p, aspect ratio 16:9, frame rate 60 fps) memanfaatkan pencahayaan alami dan peralatan stabilisasi kamera. Adegan yang diambil meliputi aksi pertunjukan ansambel Tifa Totobuang di alam terbuka Negeri Naku, detail instrumen musik, ekspresi para pemain senior dan junior, serta sesi wawancara naratif bersama ketua sanggar. Tahap Evaluasi dan Pengukuran Ketercapaian, yaitu untuk mengukur keberhasilan program secara terukur dan obyektif, diterapkan evaluasi instrumen kuantitatif melalui pemberian tes sebelum kegiatan (Pre-test) dan tes sesudah kegiatan (Post-test) kepada 10 orang perwakilan anggota inti dan pengurus sanggar. Instrumen evaluasi disusun ke dalam 4 indikator aspek utama yang diukur menggunakan skala penilaian kuantitatif yaitu aspek pemahaman Konsep dan Visibilitas Branding, aspek strategi Konten dan Karakteristik Budaya, aspek penerapan Media Sosial dan Keterampilan Teknis, aspek efektivitas Promosi dan Pengembangan Audiens

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) merupakan manifestasi dari penerapan ilmu pengetahuan, teknologi, dan seni yang dikembangkan di lingkungan perguruan tinggi untuk disebarluaskan secara langsung kepada masyarakat. Kegiatan PkM tidak hanya berfokus pada penyampaian teori di dalam kelas, melainkan dituntut memberikan nilai tambah (value added) yang nyata, baik berupa peningkatan pendapatan ekonomi, perbaikan tata kelola organisasi, perubahan perilaku sosial, maupun peningkatan keberdayaan komunitas sasaran. Dalam konteks Sanggar Tifa Totobuang Soulutuhua Negeri Naku, keberhasilan program pengabdian diukur dari sejauh mana solusi teknologi dan pendampingan yang diberikan mampu memecahkan akar permasalahan mitra serta menciptakan kemandirian dalam pengelolaan promosi seni budaya secara berkelanjutan

3.1. Identifikasi Permasalahan Prioritas dan Solusi

Berdasarkan pemetaan awal dan dialog intensif bersama mitra, tim pengabdi mengelompokkan permasalahan utama ke dalam tiga ranah prioritas. Ketiga masalah prioritas ini kemudian dipasangkan dengan solusi berbasis inovasi digital dan pendampingan seperti tertera pada Tabel 1.

Tabel 1. Permasalahan Prioritas dan Solusi

No	Masalah Prioritas	Heading
1	Lemahnya Strategi Branding	Merancang logo dan tagline yang mencerminkan identitas sanggar; memastikan konsistensi penggunaan identitas visual dalam setiap kegiatan dan media promosi
2	Keterbatasan promosi digital	Membuat akun resmi media sosial (Instagram, TikTok, YouTube) dan mengelola konten secara rutin untuk memperluas jangkauan audiens.
3	Lemahnya keterampilan anggota dalam membuat konten video	Mengadakan pelatihan pembuatan konten dan *editing* sederhana; membentuk tim internal khusus untuk produksi konten video profil sanggar

Penerapan solusi pada Tabel 1 dirancang agar memberikan dampak jangka panjang. Pembentukan logo mandiri memutus ketergantungan visual sanggar pada Pemerintah Negeri Naku, sehingga sanggar kini memiliki keleluasaan penuh dalam membangun citra profesionalisme pertunjukan. Pelatihan pembuatan konten digital juga membekali pemuda-pemudi di Negeri Naku dengan keterampilan abad ke-21 yang relevan dengan perkembangan industri kreatif saat ini (Pratama et al., 2024).

3.2. Pelaksanaan Kegiatan dan Evaluasi Ketercapaian

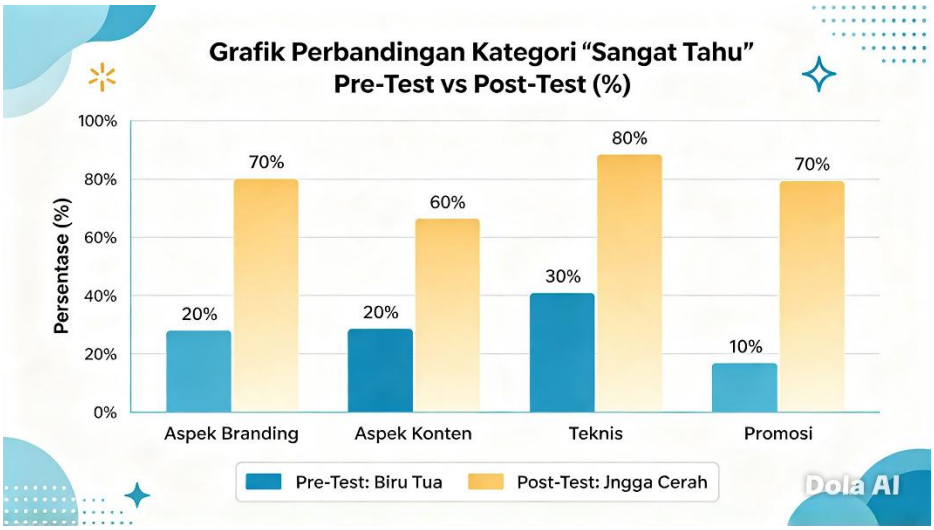
Pelaksanaan sosialisasi dan pelatihan interaktif dilaksanakan dalam dua sesi utama yang saling melengkapi. Sesi pertama dipimpin oleh Jimmy P. M. Sirait, ST., BFA., MFA., yang membawakan materi teoretis dan konseptual mengenai strategi branding, estetika visual, serta pentingnya menjaga nilai-nilai keaslian (authenticity) budaya lokal dalam balutan desain modern. Sesi kedua dipimpin oleh Robert Manaha, S.Kom., M.Kom., yang mengawal sesi praktik laboratorium lapangan (hands-on lab). Para peserta diajarkan langkah demi langkah dalam membuat tata letak visual di Canva, memotong dan menyelaraskan ritme musik tifa dalam video di aplikasi CapCut, hingga mengunggah video beresolusi tinggi ke platform YouTube dan TikTok dengan menerapkan tagar (hashtags) serta kata kunci SEO (Search Engine Optimization) yang tepat. Untuk melihat sejauh mana efektivitas pelatihan ini dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta, dilakukan pengukuran Pre-test (sebelum pelatihan) dan Post-test (setelah pelatihan). Data kuantitatif hasil evaluasi terhadap 10 orang pengurus dan anggota inti disajikan secara rinci pada Tabel 2. Hasil evaluasi melalui *Pre-test* dan *Post-test* disajikan pada Tabel 2 dan Gambar 1.

Tabel 2. Hasil Evaluasi Pre-test dan Post Test

No	Aspek Evaluasi	Kategiri Jawaban	Pre Test (Frekuensi)	Pre Test (%)	Post-test (frekuensi)	Post-test (%)
1	Pemahaman Konsep & Visibilitas Branding	Sangat tahu	2	20	7	70
		Tahu	3	30	3	30
		Ragu	3	30	0	0
		Tidak tau	2	20	0	0
		Sangat tidak tahu	0	0	0	0
2	Strategi Konten & Karakteristik Budaya	Sangat Tahu	1	10	8	80
		Tahu	3	30	2	20
		Ragu	4	40	0	0
		Tidak tau	2	20	0	0
		Sangat tidak tahu	0	10	0	0
3	Penerapan Media Sosial & Keterampilan Teknis	Sangat Tahu	3	30	6	60
		Tahu	0	0	4	40
		Ragu	3	30	0	0
		Tidak tau	4	40	0	0
		Sangat tidak tahu	0	0	0	0
4	Efektivitas Promosi & Pengembangan Audiens	Sangat Tahu	2	20	7	70
		Tahu	4	40	3	30
		Ragu	3	30	0	0
		Tidak tau	1	10	0	0
		Sangat tidak tahu	0	0	0	0

Data pada Tabel 2 memperlihatkan adanya pergeseran pemahaman peserta yang sangat signifikan ke arah positif pada seluruh indikator yang diuji. Pada Aspek Pemahaman Konsep & Visibilitas Branding, persentase peserta yang memilih kategori "Sangat Tahu" melonjak pesat dari 20% saat Pre-test menjadi 70% saat Post-test. Kategori "Ragu-ragu" (30%) dan "Tidak Tahu" (20%) berhasil dieliminasi sepenuhnya hingga mencapai 0%. Hal ini membuktikan bahwa materi edukasi dasar branding mampu dipahami dengan sangat baik oleh pengurus sanggar.

Pada Aspek Strategi Konten & Karakteristik Budaya, kenaikan tertinggi terjadi pada pilihan "Sangat Tahu", yaitu dari hanya 10% menjadi 80% pada akhir kegiatan. Peserta kini memahami bagaimana mengemas keunikan instrumen Tifa Totobuang menjadi cerita naratif digital yang menarik minat audiens generasi muda. Pada Aspek Penerapan Media Sosial & Keterampilan Teknis, terjadi peningkatan penguasaan teknis yang luar biasa. Sebelum pelatihan, sebanyak 70% peserta berada pada kategori "Ragu-ragu" dan "Tidak Tahu". Setelah pelatihan praktik langsung, 100% peserta berada pada zona paham, di mana 60% menyatakan "Sangat Tahu" dan 40% menyatakan "Tahu" dalam mengoperasikan aplikasi Canva dan CapCut. Pada Aspek Efektivitas Promosi & Pengembangan Audiens, kategori "Sangat Tahu" meningkat dari 20% menjadi 70%. Anggota sanggar kini menyadari pentingnya konsistensi posting, interaksi di kolom komentar, serta pemanfaatan analitik media sosial untuk memantau jangkauan promosi pementasan mereka. Peningkatan pemahaman kuantitatif tersebut disajikan secara komparatif melalui grafik perbandingan pada Gambar 1.



.

Gambar 1. Perbandingan Kategori "Sangat Tahu" Sebelum dan Sesudah Kegiatan PkM

Gambar 1 menyimbolkan keberhasilan proses transfer pengetahuan (*knowledge transfer*) dan keterampilan (*skill transfer*) dari tim pengabdi perguruan tinggi kepada masyarakat sasaran di Negeri Naku. Eliminasi total pada respons "Ragu-ragu" dan "Tidak Tahu" mengindikasikan bahwa metode pelatihan berbasis praktik langsung (*learning by doing*) jauh lebih efektif dibandingkan sekadar ceramah satu arah.

3.3. Penerapan Produk Teknologi, Inovasi, dan Kebermanfaatan

Pengintegrasian produk teknologi dan inovasi ke dalam ekosistem Sanggar Soulutuhua disesuaikan secara cermat dengan kebutuhan riil mitra di lapangan. Tabel 3 menjelaskan bentuk partisipasi masyarakat dalam memproduksi dan mengadopsi luaran teknologi tersebut.

Luaran teknologi yang dihasilkan tidak berhenti pada tahap pembuatan, melainkan dipastikan tingkat penerapannya serta diukur dampak kebermanfaatannya bagi keberlanjutan sanggar. Tabel 4 menggambarkan status penerapan produk dan manfaat terukur yang diperoleh mitra.

Logo baru yang dirancang khusus untuk Sanggar Soulutuhua menggabungkan elemen visual instrumen tifa, lingkaran totobuang, serta hiasan ukiran khas Maluku. Warna merah marun melambangkan keberanian dan keberlanjutan semangat para leluhur, warna emas melambangkan kemuliaan nilai-nilai tradisi, sedangkan bentuk lingkaran melambangkan persatuan persaudaraan (pelagandong) masyarakat Negeri Naku. Kehadiran logo mandiri ini secara psikologis meningkatkan rasa bangga (sense of pride) dan rasa memiliki (sense of belonging) di kalangan anggota sanggar, terutama generasi muda.

Tabel 3. Relevansi Produk Inovasi Teknologi dengan Kebutuhan Mitra dan Partisipasi Masyarakat

Mitra	Teknologi/Inovasi	Relevansi dengan Kebutuhan Mitra	Bentuk Partisipasi Masyarakat
Sanggar Tifa Totobuang Soulutuhua Negeri Naku	Pembuatan Logo Sanggar	Memenuhi kebutuhan identitas visual resmi sanggar yang mandiri	Perancangan bersama melalui diskusi interaktif mengenai nilai filosofis sanggar
	Pembuatan Video Profil	Menyediakan media edukasi dan promosi profesional	Keikutsertaan anggota dalam pembuatan jalan cerita (*storyline*) dan pengambilan gambar
	Aktivasi Akun Media Sosial (Tiktok, Youtube, Instagram)	Menjawab ketiadaan saluran promosi daring resmi sanggar.	Pelatihan dan demonstrasi langsung pengunggahan konten oleh tim internal sanggar

Tabel 4. Impact, Kebermanfaatan, dan Status Penerapan Produk

Mitra	Teknologi/Inovasi	Status Penerapan	Bentuk Partisipasi Masyarakat
Sanggar Tifa Totobuang Soulutuhua Negeri Naku	Pembuatan Logo Sanggar	Sudah Diterapkan	Memperkuat citra dan identitas visual sanggar agar lebih dikenal secara profesional.
	Pembuatan Video Profil	Dalam Proses	Menjadi media dokumentasi budaya dan pemantik semangat generasi muda dalam melestarikan tradisi
	Akun resmi media sosial	Sudah dibuat	Membuka peluang promosi yang lebih luas serta memudahkan interaksi publik dengan sanggar.

Video profil berdurasi 5 menit yang diproduksi mengusung alur cerita naratif-edukatif. Diawali dengan tayangan lanskap keindahan alam Negeri Naku yang asri di tepi pantai Leitimur Selatan, video kemudian menampilkan keseharian para anggota sanggar yang berkumpul di Baileo (rumah adat). Penonton diajak memahami arti nama "Soulutuhua" yang bermakna ikatan persaudaraan yang kokoh. Adegan puncak menampilkan harmonisasi pementasan Tifa Totobuang dengan latar belakang matahari terbenam, memperlihatkan kepiawaian jemari para penabuh senior yang berpadu dengan ketangkasan generasi muda. Video profil ini dilengkapi dengan subtitle bahasa Indonesia dan bahasa Inggris, sehingga siap difungsikan sebagai bahan promosi tingkat internasional (Siahainenia et al., 2024).

Keunggulan utama dari luaran PkM ini adalah terciptanya ekosistem promosi mandiri yang berkelanjutan. Sanggar tidak lagi bergantung pada unggahan video dari penonton luar. Selain itu, biaya operasional promosi dapat ditekan hingga tingkat minimal karena pemanfaatan aplikasi gratis seperti Canva dan CapCut pada telepon pintar masing-masing anggota (Rahmawati et al., 2025).

Namun demikian, terdapat beberapa keterbatasan lapangan selama pelaksanaan kegiatan. Tantangan utama adalah ketidakstabilan sinyal jaringan internet di beberapa titik wilayah Negeri Naku, yang sempat menghambat proses pengunggahan video berukuran besar (file rendering) ke YouTube. Selain itu, kesibukan harian sebagian anggota senior yang bekerja sebagai petani dan nelayan membuat jadwal latihan dan pengambilan gambar harus disesuaikan pada malam hari atau akhir pekan.

Peluang pengembangan ke depan sangat terbuka lebar. Dengan telah aktifnya saluran digital resmi ini, Sanggar Soulutuhua berpeluang menjajaki kerja sama monetisasi konten di YouTube, membuka pendaftaran sanggar anak-anak secara daring, serta menjual produk merchandise resmi (seperti kaus berlogo sanggar atau cenderamata mini tifa) melalui fitur social-commerce di Instagram dan TikTok (Siregar et al., 2024).

4. KESIMPULAN

Program Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) yang dilaksanakan oleh tim dosen Universitas Kristen Indonesia Maluku di Sanggar Tifa Totobuang Soulutuhua Negeri Naku telah berhasil mencapai seluruh sasaran yang ditetapkan secara efektif dan berkelanjutan. Intervensi berbasis teknologi digital dan penguatan branding ini terbukti mampu memecahkan permasalahan prioritas mitra, baik pada aspek hulu maupun hilir. Secara spesifik, kesimpulan dari kegiatan ini dapat dirangkum sebagai berikut:

1. Penguatan Identitas Visual: Kehadiran logo dan tagline resmi yang mandiri berhasil membebaskan Sanggar Soulutuhua dari ketergantungan visual logo Pemerintah Negeri Naku, melahirkan citra organisasi seni pertunjukan yang profesional dan berdaya saing.
2. Peningkatan Kapasitas SDM: Pelatihan praktis penggunaan aplikasi Canva dan CapCut berhasil mendongkrak literasi digital anggota sanggar secara signifikan. Evaluasi kuantitatif membuktikan peningkatan pemahaman peserta hingga 100% pada kategori paham ("Sangat Tahu" dan "Tahu"), serta berhasil mengeliminasi tingkat keraguan dan ketidaktahuan hingga 0% pada seluruh indikator evaluasi.
3. Kemandirian Promosi Digital: Aktivasi media sosial resmi (TikTok, YouTube, dan Instagram) serta pembuatan video profil sinematik Full HD memberikan saluran promosi mandiri bagi sanggar. Video profil tersebut tidak hanya berfungsi sebagai alat pemasaran jasa pementasan seni, tetapi juga sebagai instrumen dokumentasi dan edukasi pelestarian kebudayaan lokal Maluku bagi publik luas. Rekomendasi bagi keberlanjutan program ini adalah diperlukannya konsistensi dari tim kreatif internal sanggar yang telah dibentuk untuk terus memperbarui konten media sosial secara berkala. Pemerintah daerah dan instansi terkait juga diharapkan dapat memberikan dukungan fasilitasi pementasan berkala guna menjaga motivasi latihan para generasi muda di Negeri Naku.esimpulan harus mengindikasi secara jelas hasil-hasil yang diperoleh, kelebihan dan kekurangannya, serta kemungkinan pengembangan selanjutnya. Kesimpulan sebaiknya dapat berupa paragraf, tidak berbentuk point-point.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Kristen Indonesia Maluku atas dana hibah internal dan Sanggar Tifa Totobuang Soulutuhua Negeri Naku serta berbagai pihak yang telah memberi dukungan terhadap kegiatan pengabdian ini, serta Editor Jurnal JIPPM.

DAFTAR PUSTAKA

Anjasari, V. T., Wibowo, A., & Setiawan, H. (2026). Penguatan literasi digital dan personal branding melalui pelatihan portofolio digital bagi siswa SMA/SMK di Kota Semarang. Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat (PENAMAS), 10(1), 45–56.

Chandra, M. H., Wijaya, K., & Susanto, B. (2026). Pelatihan pemasaran produk melalui marketplace dan sosial media di Sanggar Manuwalu. ABDISOSHUM: Jurnal Pengabdian Masyarakat Bidang Sosial dan Humaniora, 5(1), 112–123.

Hafid, H., Rahman, A., & Hastuti, H. (2023). Optimalisasi media sosial sanggar seni budaya Saorajae Sulawesi Selatan melalui pemanfaatan Canva sebagai aplikasi desain grafis. JHP2M: Jurnal Hasil-Hasil Pengabdian dan Pemberdayaan Masyarakat, 2(1), 34–42.

Indonesia Kaya. (2026). Tifa Totobuang musik tradisional Maluku penuh harmoni. Indonesia Kaya: Pustaka Indonesia. https://indonesiakaya.com/pustaka-indonesia/tifa-totobuang-musik-tradisional-maluku-penuh-harmoni

Maulana, A., & Mutawalli, L. (2025). Pelatihan editing menggunakan aplikasi CapCut di SMA Plus Nurul Mubin. Masyarakat Berkarya: Jurnal Pengabdian dan Perubahan Sosial, 2(2), 89–97.

Nugroho, N. M., Saputra, R., & Hidayat, T. (2025). Penerapan strategi branding pada UMKM lokal sebagai upaya meningkatkan nilai tambah produk. Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS), 4(2), 201–210.

Pradhana, Y., Kusuma, A., & Rahayu, S. (2023). Pelatihan pemanfaatan media sosial dalam upaya melakukan branding bagi Sanggar Seni Sekar Pandan Cirebon. ININNAWA: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 1(2), 78–86.

Pratama, I. G. A., Putra, I. M. A., & Dewi, N. L. P. A. (2024). Digitalisasi seni pertunjukan tradisional Bali melalui pembuatan video dokumenter sinematik. Jurnal Anugerah Pengabdian Kepada Masyarakat, 6(1), 15–24.

Rahmawati, F., Hapsari, D., & Ningsih, S. W. (2025). Peningkatan keterampilan pembuatan konten edukasi digital melalui workshop Canva dan CapCut. JPMD: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Desa, 6(2), 145–154.

Santoso, A., & Istizar, M. (2020). Penguatan pemahaman strategi branding melalui pendampingan daring bagi anggota Asosiasi Pusat Pengembangan Sumberdaya Wanita. Prosiding Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat Universitas Muhammadiyah Jakarta, 1(1), 1–9.

Siahainenia, R. R., Pattiasina, J. H., & Leiwakabessy, F. (2024). Inovasi media promosi digital berbasis video profil untuk pelestarian musik tradisional Maluku. Jurnal Kebudayaan dan Seni Pattimura, 3(2), 101–112.

Siregar, M. A., Harahap, R. A., & Lubis, S. H. (2024). Pendampingan pembuatan video profil dan optimasi media sosial sebagai sarana promosi kelompok sadar wisata. Jurnal Pengabdian Komunitas, 4(3), 180–191.

Sultan, M. A., Irfan, M., & Firman, F. (2023). PKM pelatihan pengembangan media pembelajaran berbasis Canva. Prosiding Seminar Nasional Hasil Pengabdian Universitas Negeri Makassar, 3(1), 312–319.

Wael, S., Rumahedi, M., & Tetelepta, E. (2024). Strategi pelestarian alat musik tifa totobuang pada generasi muda di Kecamatan Leitimur Selatan Kota Ambon. Jurnal Pendidikan Seni dan Budaya Maluku, 2(1), 45–55.

Yulianto, E., Prabowo, H., & Kurniawan, A. (2025). Pemanfaatan platform TikTok dan Instagram Reels dalam mendongkrak daya tarik wisata dan seni budaya daerah. Jurnal Komunikasi Terapan dan Media Digital, 7(1), 67–78

Halaman ini dikosongkan