
OPTIMALISASI KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM KOMUNIKASI PEMASARAN SMK PUTRA PERTIWI

¹⁾ **Muhamad Yopi, S.I.Kom.,M.I.Kom,** ²⁾ **Gina Fauziah,, S.Sos.,M.I.Kom,**
³⁾ **Dra. Atika Suri, M.Si**

^{1,2,3} Afiliasi Dosen Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Pamulang

¹⁾ dosen02848@unpam.ac.id, ²⁾ dosen01585@unpam.ac.id, ³⁾ dosen02852@unpam.ac.id

Abstrak

Kesuksesan dalam melakukan promosi tidak hanya bergantung pada banyaknya pengikut, tetapi lebih pada perencanaan, memilih elemen kreatif dan momentum yang diperhitungkan dalam pembuatan konten promosi. Saat ini promosi di Instagram meliputi penjualan produk-produk kebutuhan sehari-hari, promosi tempat pariwisata, hotel, bahkan promosi Lembaga Pendidikan atau sekolah. Pada aktifitas Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) kali ini, tim ingin melihat apa saja upaya yang sudah dilakukan dan kendala yang dihadapi dalam mengoptimalkan konten media sosial Instagram di Sekolah. Sekolah yang dipilih adalah Sekolah Menengah Kejuruan Putra Pertiwi di Kawasan Pondok Cabe Pamulang Tangerang Selatan. SMK ini relatif baru dan memerlukan pemasaran yang agresif untuk terus menjaring siswa didik. Melalui kegiatan yang meliputi penyuluhan, studi kasus dan pemutaran video serta tanya jawab. Melalui PKM ini, kami berhasil mengoptimalkan konten media sosial Instagram SMK Putra Pertiwi dalam konteks komunikasi pemasaran. Hasilnya menunjukkan peningkatan dalam interaksi pengikut dan partisipasi siswa, memberikan kontribusi positif terhadap citra dan identitas sekolah. Rekomendasi yang diajukan dapat menjadi dasar untuk pengembangan lebih lanjut dalam upaya meningkatkan komunikasi pemasaran melalui media sosial di lingkungan pendidikan, diantaranya diperlukan peningkatan dalam pelatihan konsep-konsep pemasaran digital dan strategi yang lebih canggih dalam pengelolaan konten media sosial; menjalin kerja sama dengan pihak eksternal untuk mendapatkan pandangan dan keterampilan tambahan dalam optimalisasi konten media sosial; dan menjalankan evaluasi berkala terhadap strategi yang diimplementasikan untuk memastikan keberlanjutan dan ketahanan terhadap perubahan dalam tren media sosial.

Kata kunci: Media Sosial, Instagram, Komunikasi Pemasaran, Promosi

Abstract

Success in promoting is not only dependent on the number of followers but more on planning, selecting creative elements, and considering the momentum in creating promotional content. Currently, Instagram promotions include the sale of everyday products, promotion of tourist destinations, hotels, and even promotions for educational institutions or schools. In this Community Service (PKM) activity, the team wants to see what efforts have been made and the challenges faced in optimizing Instagram social media content at a school. The chosen school is Putra Pertiwi Vocational High School in the Pondok Cabe Pamulang area of South Tangerang. This vocational school is relatively new and requires aggressive marketing to continue attracting students. Through activities that include counseling, case studies, video presentations, and Q&A sessions. Through this PKM, we successfully optimized the Instagram social media content of

Putra Pertiwi Vocational High School in the context of marketing communication. The results show an increase in follower interaction and student participation, contributing positively to the school's image and identity. The proposed recommendations can serve as a basis for further development in efforts to enhance marketing communication through social media in the education sector, including the need for improved training in digital marketing concepts and more sophisticated strategies in social media content management; establishing collaboration with external parties to gain insights and additional skills in optimizing social media content; and conducting periodic evaluations of implemented strategies to ensure sustainability and resilience to changes in social media trends.

Keywords: *Social Media, Instagram, Marketing Communication, Promotion.*

PENDAHULUAN

Pendidikan merupakan suatu proses transfer pengetahuan, budaya, dan nilai-nilai moral untuk mendalami makna hidup (Irwansyah, 2021). Pendidikan non-formal disampaikan dalam keluarga dan lingkungan terdekat, sedangkan pendidikan formal dilakukan oleh lembaga pendidikan sebagai wadah profesional untuk membina manusia menuju masa depan yang lebih baik (Gazali, 2013). Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional menegaskan bahwa pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik dapat mengembangkan potensi dirinya secara aktif.

Sekolah, sebagai lembaga pendidikan, tidak hanya bertanggung jawab untuk menciptakan mutu akademik tetapi juga membina aspek mental dan kepribadian siswa. Manajemen sekolah berperan penting dalam mengelola sekolah agar unggul dan berkualitas. Kepuasan pelanggan menjadi fokus utama dalam kegiatan pemasaran pendidikan, memainkan peran penting dalam keberhasilan lembaga pendidikan (Faizin, 2017).

Dalam era digital, promosi pendidikan melalui media sosial, terutama Instagram, menjadi strategi penting. Namun, masih banyak lembaga pendidikan yang belum maksimal dalam memanfaatkannya (Madani, 2020). Data Hotsuit Februari 2022 menunjukkan bahwa lebih dari separuh penduduk Indonesia aktif di media sosial, dengan Instagram menjadi aplikasi paling banyak digunakan.

Upaya promosi melalui media sosial telah dilakukan oleh Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Putra Pertiwi di Pondok Cabe, Tangerang Selatan. Meskipun akun Instagram mereka memiliki pengikut, masih ada kekurangan dalam representasi jurusan dan kurangnya pemanfaatan video sebagai sarana promosi.

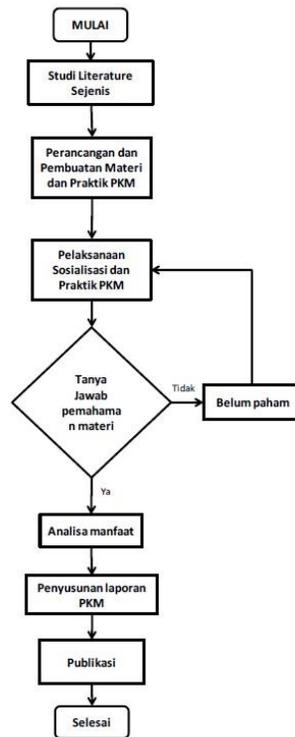
Tujuan kegiatan PKM ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana tim Pengabdian Kepada masyarakat (PKM) melakukan penyuluhan kepada siswa untuk optimalisasi konten media sosial Instagram sebagai bentuk komunikasi pemasaran dan sarana promosi di SMK Putra Pertiwi, Pondok Cabe, Pamulang, Tangerang Selatan.
2. Untuk mengetahui hambatan apa saja yang dialami tim Pengabdian Kepada masyarakat (PKM) dalam melakukan penyuluhan kepada siswa untuk optimalisasi konten media sosial Instagram sebagai bentuk komunikasi organisasi dan sarana promosi di SMK Putra Pertiwi, Pondok Cabe, Pamulang, Tangerang Selatan.
3. Untuk mengetahui usaha apa saja yang dilakukan oleh tim pengabdian kepada masyarakat (PKM) dalam) dalam melakukan penyuluhan kepada siswa untuk optimalisasi konten media sosial Instagram sebagai bentuk komunikasi organisasi dan sarana promosi di SMK Putra Pertiwi, Pondok Cabe, Pamulang, Tangerang Selatan.

Dengan melaksanakan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) sesuai tema dan judul yang sudah dijelaskan di atas, di samping sebagai pemenuhan Tri Dharma Perguruan Tinggi, tim pengabdian juga mendapatkan pengalaman tentang edukasi optimalisasi konten media sosial instagram untuk komunikasi organisasi dan sarana promosi. Selain itu, para peserta didik di SMK Putra Pertiwi Pondok Cabe, Pamulang, Tangerang Selatan dapat lebih memahami optimalisasi konten media sosial instagram untuk komunikasi personal maupun organisasi termasuk sarana promosi. Di samping itu manfaat lainnya adalah Universitas Pamulang mendapatkan sasaran untuk menjalin kerjasama baik dalam kegiatan PKM maupun Penelitian.

METODE PELAKSANAAN

Dalam melaksanakan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) metode yang digunakan adalah dengan menggunakan metode penyuluhan, pemutaran video dan tanya jawab untuk memberikan kesempatan menggali sedalam-dalamnya terkait materi yang diberikan. Dalam pelaksanaannya, tahapan-tahapannya diperlihatkan pada diagram alir pada Gambar 1 berikut.



Gambar 1 Diagram Alur Pelaksanaan PKM

Sasaran kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah siswa SMK Putra Pertiwi, Pondok Cabe, Pamulang-Tangerang Selatan. Dengan instruktur dan narasumber adalah dosen-dosen dan dibantu Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pamulang. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilaksanakan pada tanggal 20 Oktober 2023 .

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bekerja sama dengan mitra yakni SMK Putra Pertiwi yang beralamat di Jalan Pondok Cabe Raya no 57, Pondok Cabe Ilir, Pamulang, Tangerang Selatan. Bergerak dalam bidang Pendidikan kejuruan, SMK Putra Pertiwi memiliki tiga jurusan yakni Jurusan Otomatisasi dan Tata Kelola Perkantoran (OTKP); Tata Boga; dan Multimedia. Karena jurusan multi media yang paling bersinggungan dengan tema Optimalisasi Konten Media Sosial untuk Komunikasi Pemasaran, maka pada kesempatan PKM kali ini prioritas diberikan kepada peserta yang merupakan siswa jurusan MultiMedia kelas XI.



Gambar 2. Sekolah SMK Putra Pertiwi
(Sumber: putrapertiwi.sch.id)

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) mempunyai sasaran memberikan pemahaman tentang penyuluhan, sosialisasi, dan edukasi dengan materi Optimalisasi Konten Media Sosial Instagram Dalam Komunikasi Pemasaran SMK Putra Pertiwi khususnya yaitu mengenai bagaimana caranya menjadi *Content Creator* yang baik. Dosen juga melakukan penyampaian studi kasus terkait bentuk dan akibat tidak efektifnya penyampaian pesan pada konten media sosial Instagram, jika siswa atau peserta didik tidak memahami cara mempersiapkan dan memproduksi konten media sosial khususnya Instagram dengan persiapan yang baik. Selanjutnya Tim pengabdian memberikan video-video contoh bagaimana merencanakan, membuat, menayangkan dan me-maintain konten secara berkesinambungan di media sosial Instagram .

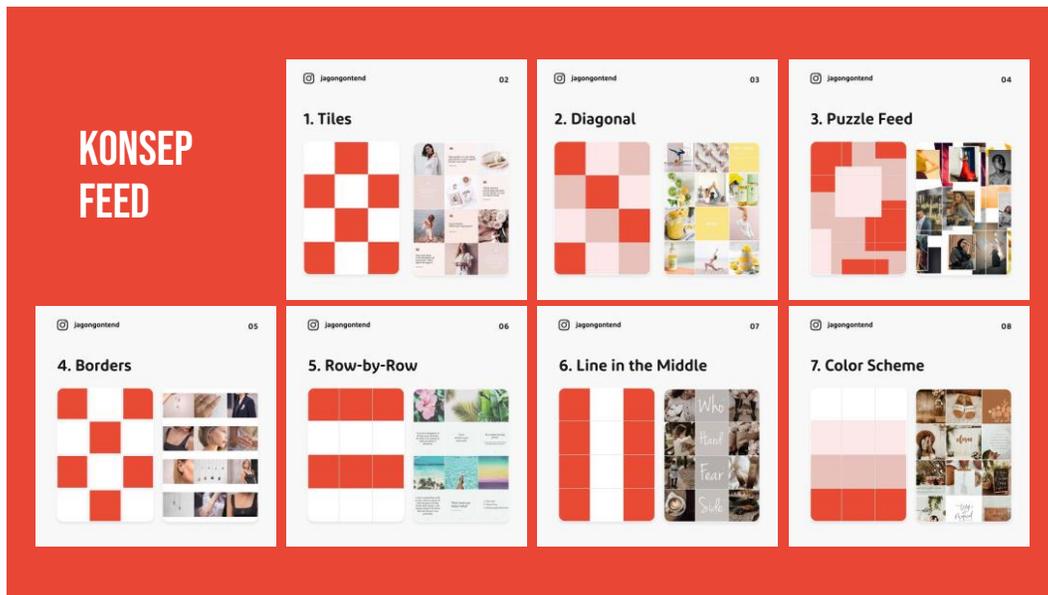
Outcome yang ingin dicapai dengan penyuluhan, sosialisasi, dan edukasi ini adalah mengembangkan kemampuan siswa dalam menambah pengetahuan dan informasi bagaimana mengoptimalkan konten media sosial Instagram. Konten media sosial yang diproduksi dengan baik selain menjadi sarana komunikasi di antara *stakeholders* sekolah pada akhirnya juga bisa menjadi media promosi sekolah. Selain itu, PKM ini juga upaya dalam melatih kreativitas siswa dalam hal ini berkaitan dengan kemajuan teknologi multimedia dalam menyiapkan penyajian beragam informasi secara kreatif dan komunikatif, yang secara paralel juga mendorong siswa untuk terus terpacu agar lebih dapat mengembangkan keahlian di bidang multimedia sesuai bidang yang diminati.



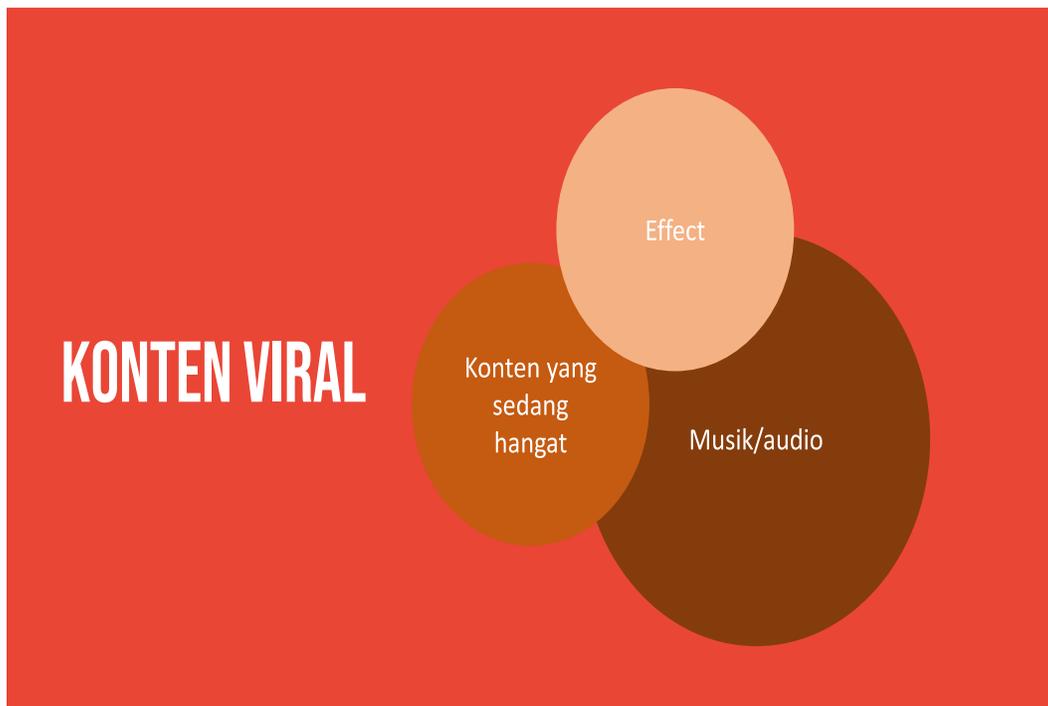
Gambar 3. Pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat

Materi pelatihan yang disampaikan dalam format Powerpoint. Salah satu Dosen yang hadir tampil sebagai narasumber utama mengisi kegiatan PKM selama satu hari. Materi yang disampaikan berupa :

1. Memperkenalkan profesi *content creator*
2. Penjelasan mengenai sosial media
3. Kemampuan dasar menjadi *content creator*
4. Tujuan membuat content di media sosial
5. Teknik & Strategi membuat konten
6. Tips menjadi *content creator*
7. Pengenalan perangkat yang dibutuhkan sebagai *content creator*



Gambar 4. Materi Presentasi tentang Teknik posting konten



Gambar 5. Materi Presentasi tentang Strategi Membuat Konten Viral

KESIMPULAN DAN SARAN

Melalui survei awal, kami melakukan analisis terhadap konten media sosial Instagram SMK Putra Pertiwi. Hasilnya menunjukkan bahwa terdapat beberapa kelemahan dan potensi perbaikan dalam strategi komunikasi pemasaran yang digunakan. Berdasarkan analisis awal, kami memberikan rekomendasi implementasi dalam optimalisasi konten media sosial Instagram. Hal ini melibatkan perubahan dalam pemilihan konten, frekuensi posting, dan interaksi dengan pengikut untuk meningkatkan daya tarik dan efektivitas komunikasi pemasaran. Kegiatan PKM diikuti oleh sejumlah siswa dan perwakilan Guru SMK Putra Pertiwi. Kami melakukan evaluasi terhadap partisipasi mereka dalam kegiatan dan mengukur dampak perubahan yang diimplementasikan pada komunikasi pemasaran sekolah.

Dalam melaksanakan optimalisasi konten media sosial Instagram, terdapat perubahan positif yang terlihat dari peningkatan interaksi dan respons pengikut. Pemilihan konten yang lebih relevan dengan minat siswa telah berhasil meningkatkan *engagement* dan menciptakan identitas yang lebih kuat bagi SMK Putra Pertiwi.

Meskipun terdapat keberhasilan, terdapat beberapa tantangan dalam implementasi optimalisasi konten. Kendala-kendala tersebut mencakup keterbatasan sumber daya dan perluasan upaya untuk memastikan keberlanjutan strategi yang diimplementasikan. Diperlukan peningkatan dalam pelatihan yang diselenggarakan, termasuk pengenalan konsep-konsep pemasaran digital dan strategi yang lebih canggih dalam pengelolaan konten media sosial. SMK Putra Pertiwi dapat menjalin kerja sama dengan pihak eksternal, seperti praktisi pemasaran digital, untuk mendapatkan pandangan dan keterampilan tambahan dalam optimalisasi konten media sosial. Serta diperlukan evaluasi berkala terhadap strategi yang diimplementasikan untuk memastikan keberlanjutan dan ketahanan terhadap perubahan dalam tren media sosial.

Melalui PKM ini, kami berhasil mengoptimalkan konten media sosial Instagram SMK Putra Pertiwi dalam konteks komunikasi pemasaran. Hasilnya menunjukkan peningkatan dalam interaksi pengikut dan partisipasi siswa, memberikan kontribusi positif terhadap citra dan identitas sekolah. Rekomendasi yang diajukan dapat menjadi dasar untuk pengembangan lebih lanjut dalam upaya meningkatkan komunikasi pemasaran melalui media sosial di lingkungan pendidikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, M.2022. Analisa Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Meningkatkan Pengunjung Pada Waroeng Baper Pekanbaru. Repository Universitas Islam Riau.
- Al-Madani, K.2020. Integrasi Interkoneksi Pendidikan Multikultural Berbasis Moderasi islam melalui Kurikulum Keagamaan Pendidikan Tinggi. Trilogi
- Atmoko, BD.2012. Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel Jakarta (ID_: Media Kita
- Irwansyah et al. 2021. Perkembangan Peserta Didik. CV Widina Media Utama
- Faizin, I. 2017. Strategi pemasaran jasa Pendidikan dalam meningkatkan Nilai Jual Madrasah. Madaniyah.
- Gazali. 2013. Optimalisasi Peran Lembaga Pendidikan Untuk mencerdaskan Bangsa. Ai-Ta'dib: Jurnal Kajian Ilmu Pendidikan.
- Martini et al. 2022. Minat Berkunjung Wisatawan ke Obyek Wisata Kayu Putih Desa Tua Marga Ditinjau dari Daya Tarik Wisata dan Bauran Prmosi. Seminar Nasional Parwisata & Kewirausahaan.
- Munir, M. 2018. Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Peningkatan Kualitas Peserta Didik. Intizam
- Nasrullah. R. 2014. Teori dan Riset media Siber (Cybermedia. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Sari & Basit. 2020. Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Edukasi. Persepsi.
- Sari, MP.2017. Fenomena Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Komunikasi Pembelajaran Agama Islam Oleh Mahasiswa FISIP Universitas Riau. JOM FISIP UNRI.
- Yanuarita & Desrina.2023. Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Melalui Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi di Sekolah Alam Kebun Tumbuh. JUPIN.