

Optimalisasi Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Pendidikan pada Yayasan Islam Terpadu Tajaul Karomatu Pagedangan Tangerang

Siti Aprilliani *¹, Yayan Sudaryana ², Dede Abdurohman ³

^{1,2,3} Universitas Pamulang

E-mail: dosen02494@unpam.ac.id

Diterima 15/Mei/2025 | Direvisi 20/Mei/2025 | Disetujui 14/Juli/2025

Abstract

The purpose of the Community Service Activity is to implement one of the Tri Dharma of Higher Education, especially at Pamulang University. In addition, it is hoped that through community service, the existence of higher education can contribute to the development of scientific application to the community. The method used in this community service is the delivery of material verbally, the implementation of which is by providing material in counseling containing social media as a means of educational promotion at the Tajaul Karomatu Integrated Islamic Foundation in Pagedangan District, Tangerang Regency. The results of the community service obtained are activities carried out for the community in Pagedangan District, Tangerang Regency, Banten Province, namely social media socialization activities as a means of educational promotion in increasing new student admissions. The knowledge gained in this community service has succeeded in transforming the communication and promotional strategies of the Tajaul Karomatu Integrated Islamic Foundation to be more modern, effective, and in accordance with the needs of the target audience in the digital era.

Keywords: Social Media, Promotional Tools.

Abstrak

Tujuan dari Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat adalah untuk melaksanakan salah satu Tri Darma Perguruan Tinggi khususnya di Universitas Pamulang. Selain itu diharapkan dengan pengabdian kepada masyarakat, keberadaan perguruan tinggi dapat memberikan kontribusi kepada pengembangan penerapan keilmuan kepada masyarakat. Metode yang digunakan pada pengabdian kepada masyarakat ini adalah penyampaikan materi secara verbal, pelaksanaannya dengan pemberian materi dalam penyuluhan yang berisi tentang media sosial sebagai sarana promosi pendidikan pada Yayasan Islam Terpadu Tajaul Karomatu di Kecamatan Pagedangan Kabupaten Tangerang. Hasil pengabdian masyarakat yang diperoleh adalah kegiatan yang dilaksanakan untuk masyarakat di kecamatan Pagedangan, Kabupaten Tangerang, Provinsi Banten adalah kegiatan sosialisasi media sosial sebagai sarana promosi pendidikan dalam meningkatkan penerimaan siswa baru. Ilmu yang diperoleh pada pengabdian masyarakat ini adalah berhasil mentransformasikan strategi komunikasi dan promosi Yayasan Islam Terpadu Tajaul Karomatu menjadi lebih modern, efektif, dan sesuai dengan kebutuhan target audiens di era digital.

Kata kunci: Media Sosial, Sarana Promosi

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi pada era digital telah membawa perubahan yang signifikan dalam berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam sektor pendidikan. Salah satu bentuk nyata dari perubahan tersebut adalah meningkatnya penggunaan media sosial sebagai sarana komunikasi, informasi, dan promosi. Media sosial telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat modern, tidak hanya sebagai media interaksi sosial, tetapi juga sebagai sarana strategis dalam membangun citra, meningkatkan eksistensi, serta menyampaikan nilai dan informasi secara lebih luas dan efektif.

Dalam konteks kelembagaan pendidikan, terutama pada lembaga-lembaga pendidikan berbasis yayasan seperti Yayasan Islam Terpadu Tajaul Karomatu yang berlokasi di Pagedangan, Tangerang, penggunaan media sosial sebagai sarana promosi memiliki potensi besar namun belum sepenuhnya dioptimalkan. Yayasan ini merupakan lembaga pendidikan Islam yang

memiliki visi membentuk generasi Islami, berilmu, dan berakhhlak mulia. Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat antar lembaga pendidikan di kawasan Tangerang dan sekitarnya, strategi promosi yang efektif dan efisien menjadi sangat penting guna menarik perhatian masyarakat serta meningkatkan daya saing lembaga.

Kondisi saat ini menunjukkan bahwa masyarakat lebih aktif dan responsif terhadap informasi yang disajikan secara digital melalui platform media sosial seperti Instagram, Facebook, WhatsApp, TikTok, dan YouTube. Data dari We Are Social (2024) mencatat bahwa lebih dari 213 juta penduduk Indonesia aktif menggunakan internet, dan sekitar 170 juta di antaranya adalah pengguna aktif media sosial. Angka ini menunjukkan potensi besar bagi institusi pendidikan untuk menjangkau calon peserta didik dan orang tua melalui platform digital yang mudah diakses, hemat biaya, serta memiliki daya jangkau luas dan cepat.

Namun demikian, berdasarkan pengamatan awal di Yayasan Islam Terpadu Tajaul Karomatu, penggunaan media sosial sebagai sarana promosi pendidikan masih bersifat konvensional dan belum terstruktur. Konten yang disajikan cenderung bersifat informatif satu arah, belum mengedepankan engagement yang tinggi, serta minim interaksi dan inovasi dalam penyampaian pesan. Hal ini berdampak pada kurang maksimalnya daya tarik yayasan terhadap calon peserta didik baru, serta rendahnya brand awareness masyarakat terhadap program-program unggulan yang dimiliki yayasan.

Promosi pendidikan yang efektif bukan hanya menyampaikan informasi mengenai program akademik, kurikulum, dan fasilitas yang dimiliki, tetapi juga menciptakan narasi emosional, nilai-nilai, dan keunggulan kompetitif yang membedakan yayasan dari lembaga lainnya. Dalam hal ini, media sosial dapat menjadi alat strategis untuk menciptakan pengalaman digital yang bermakna dan memperkuat positioning lembaga pendidikan di benak masyarakat. Sayangnya, banyak lembaga pendidikan, termasuk yayasan Islam, belum memiliki strategi komunikasi digital yang terencana dan berbasis data.

Berbagai penelitian terdahulu telah menunjukkan bahwa media sosial dapat berkontribusi signifikan dalam membangun citra lembaga pendidikan, memperluas jaringan, serta meningkatkan jumlah peserta didik. Menurut studi yang dilakukan oleh Rachmawati & Handayani (2022), lembaga pendidikan yang aktif menggunakan media sosial dengan konten yang menarik, interaktif, dan edukatif cenderung lebih mudah dikenali oleh publik dan memiliki tingkat kepercayaan yang lebih tinggi. Hal ini juga diperkuat oleh penelitian dari Afriani (2023) yang menyatakan bahwa keberhasilan promosi digital di sektor pendidikan sangat bergantung pada kreativitas konten, konsistensi pesan, dan kemampuan manajemen akun media sosial secara profesional.

Yayasan Islam Terpadu Tajaul Karomatu memiliki peluang besar untuk memanfaatkan media sosial tidak hanya sebagai alat promosi, tetapi juga sebagai kanal dakwah, edukasi, dan komunikasi dengan stakeholder pendidikan seperti orang tua, masyarakat sekitar, dan alumni. Optimalisasi media sosial dapat dilakukan melalui strategi visual branding yang kuat, storytelling berbasis nilai keislaman, testimoni orang tua dan siswa, dokumentasi kegiatan santri, serta pemanfaatan fitur interaktif seperti live streaming, polling, dan konten video pendek.

Namun, optimalisasi media sosial bukan perkara teknis semata. Dibutuhkan pemahaman mendalam mengenai karakteristik audiens, segmentasi pasar, serta pesan-pesan yang ingin disampaikan agar media sosial tidak hanya menjadi pajangan informasi, tetapi juga media engagement yang strategis. Selain itu, kesiapan sumber daya manusia (SDM) dalam mengelola media sosial, serta kebijakan internal yayasan dalam mengatur arah komunikasi digital menjadi faktor penting yang perlu diperhatikan.

Dalam kerangka inilah penelitian ini menjadi relevan dan signifikan. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji sejauh mana media sosial telah digunakan oleh Yayasan Islam Terpadu Tajaul Karomatu sebagai alat promosi pendidikan, serta bagaimana strategi optimalisasi dapat dirancang agar lebih efektif dalam menjangkau masyarakat, memperkuat positioning lembaga, dan meningkatkan minat pendaftar. Penelitian ini juga akan mengidentifikasi kendala-kendala yang dihadapi yayasan dalam pemanfaatan media sosial serta memberikan rekomendasi berbasis data dan teori komunikasi pemasaran digital.

Kesenjangan penelitian (research gap) yang diangkat dalam studi ini adalah minimnya kajian empiris tentang pemanfaatan media sosial secara strategis pada yayasan pendidikan Islam tingkat lokal, khususnya di wilayah Tangerang. Kebanyakan studi sebelumnya lebih banyak meneliti universitas atau lembaga pendidikan skala besar yang telah memiliki tim pemasaran digital profesional. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya mengisi celah tersebut dengan memberikan gambaran nyata mengenai praktik promosi digital di lingkungan yayasan yang bersifat grassroots, serta menawarkan strategi yang kontekstual dan aplikatif.

Secara teoritis, penelitian ini akan memperkaya literatur di bidang komunikasi pemasaran pendidikan dan penggunaan media digital dalam organisasi nonprofit berbasis keagamaan. Sedangkan secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan menjadi pedoman bagi pengelola yayasan dalam merancang, melaksanakan, dan mengevaluasi strategi promosi berbasis media sosial secara terukur dan berkelanjutan.

Urgensi penelitian ini juga semakin meningkat mengingat dinamika masyarakat yang semakin digital-native dan kompetisi antar lembaga pendidikan Islam yang semakin ketat. Yayasan Islam Terpadu Tajaul Karomatu perlu merespons perubahan ini dengan melakukan transformasi dalam cara berkomunikasi dan membangun relasi dengan publik. Media sosial dapat menjadi jembatan untuk memperluas dakwah, meningkatkan kepercayaan masyarakat, dan memperkuat identitas lembaga dalam lanskap pendidikan modern.

Melalui penelitian ini, diharapkan akan ditemukan pendekatan yang tepat dalam mengelola media sosial sebagai bagian integral dari strategi komunikasi yayasan. Tidak hanya dalam konteks promosi penerimaan siswa baru, tetapi juga dalam membangun komunitas pendidikan yang solid, transparan, dan inspiratif. Optimalisasi media sosial bukan lagi pilihan, melainkan kebutuhan mendesak bagi lembaga pendidikan untuk tetap relevan, kompetitif, dan berdaya saing di era digital.

2. METODE

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PKM) ini dilaksanakan melalui pendekatan edukatif-partisipatif yang berfokus pada peningkatan kapasitas pengurus dan guru Yayasan Islam Terpadu Tajaul Karomatu dalam mengelola media sosial sebagai sarana promosi pendidikan. Metode yang digunakan dalam pelaksanaan kegiatan mencakup ceramah, tutorial, dan diskusi interaktif. Kegiatan ini menyasar 30 peserta yang terdiri atas pengurus dan guru yayasan yang berlokasi di Kecamatan Pagedangan, Kabupaten Tangerang, Provinsi Banten. Pelaksanaan kegiatan berlangsung selama dua hari, yaitu pada tanggal 6 hingga 7 April 2025, bertempat di aula Yayasan Islam Terpadu Tajaul Karomatu.

Dalam pelaksanaannya, kegiatan ini menggunakan tiga teknik utama. Pertama, metode ceramah, yang berfungsi untuk memberikan landasan konseptual tentang pentingnya media sosial dalam mendukung promosi lembaga pendidikan. Kedua, metode tutorial, yang memungkinkan peserta untuk secara langsung mempraktikkan penggunaan platform media sosial seperti Instagram dan Facebook, mulai dari membuat konten, mengelola akun, hingga merancang strategi promosi sederhana. Ketiga, metode diskusi interaktif, yang memberikan ruang bagi peserta untuk berbagi pengalaman, kendala, dan potensi yang mereka miliki, sekaligus mendiskusikan solusi digital yang relevan sesuai dengan konteks dan kebutuhan yayasan.

Kegiatan ini dilaksanakan dalam tiga tahapan utama. Pada tahap persiapan (tanggal 2–3 April 2025), tim pengabdian menyusun dan mengajukan proposal kegiatan PKM, serta melakukan koordinasi dengan mitra dan menyiapkan materi pelatihan. Selanjutnya, pada tahap pelaksanaan (tanggal 6–7 April 2025), narasumber menyampaikan materi, mendampingi praktik langsung penggunaan media sosial, serta memfasilitasi sesi tanya jawab. Terakhir, tahap evaluasi dilakukan secara informal melalui observasi selama kegiatan berlangsung dan tanggapan verbal dari peserta terkait pemahaman mereka terhadap materi yang diberikan, serta antusiasme dalam mengimplementasikan strategi promosi melalui media sosial.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Pengabdian

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang dilaksanakan di Yayasan Islam Terpadu Tajaul Karomatu Pagedangan, Tangerang, menghasilkan sejumlah capaian positif yang dirasakan langsung oleh para peserta, yaitu pengurus dan guru yayasan. Pelatihan yang berfokus pada optimalisasi media sosial sebagai sarana promosi pendidikan berhasil meningkatkan pemahaman peserta mengenai pentingnya kehadiran digital lembaga di tengah era persaingan pendidikan yang semakin kompetitif. Melalui pendekatan edukatif dan partisipatif, peserta menunjukkan antusiasme tinggi dalam mengikuti sesi pelatihan yang mencakup materi dasar pemanfaatan Instagram dan Facebook, teknik pembuatan konten edukatif, serta strategi membangun engagement dengan calon wali murid dan masyarakat umum.

Dalam pelaksanaan kegiatan, para peserta mendapatkan pengalaman langsung dalam merancang, mengelola, dan mempublikasikan konten media sosial dengan pendekatan yang lebih strategis. Mereka diajarkan cara menyusun caption yang menarik, menggunakan elemen visual yang sesuai, serta memanfaatkan fitur-fitur penting seperti story, highlight, dan reels untuk meningkatkan visibilitas lembaga. Hasil dari pelatihan ini menunjukkan bahwa peserta mampu memproduksi konten sederhana namun informatif yang mencerminkan nilai-nilai pendidikan Islam dan keunggulan yayasan. Selain itu, pelatihan ini juga memotivasi peserta untuk mulai menyusun rencana kerja media sosial secara lebih terstruktur, termasuk penjadwalan konten dan pembagian tugas tim promosi digital internal.

Dari segi kelembagaan, kegiatan ini menjadi langkah awal yang signifikan dalam membangun citra dan reputasi digital Yayasan Islam Terpadu Tajaul Karomatu. Peserta menyadari pentingnya strategi komunikasi berbasis media sosial dalam menjangkau calon peserta didik dan wali murid secara lebih luas, efisien, dan modern. Evaluasi informal menunjukkan bahwa mayoritas peserta merasakan manfaat langsung dari pelatihan ini dan berharap agar kegiatan serupa dapat dilakukan secara berkelanjutan, termasuk pelatihan lanjutan seperti desain grafis, manajemen akun media sosial, dan pengukuran efektivitas promosi digital. Dengan meningkatnya literasi digital pengurus dan guru yayasan, diharapkan eksistensi Yayasan Tajaul Karomatu di ruang digital akan semakin kuat dan mampu bersaing dengan lembaga pendidikan lain di sekitarnya.

Pembahasan

Hasil pengabdian menunjukkan bahwa pelatihan dan pendampingan mengenai optimalisasi media sosial sangat dibutuhkan oleh lembaga pendidikan berbasis yayasan, khususnya di wilayah seperti Pagedangan, Tangerang. Keterbatasan dalam pengetahuan teknologi, minimnya strategi konten, serta tidak adanya tim khusus untuk pengelolaan media sosial menjadi hambatan utama yang dialami yayasan dalam melakukan promosi pendidikan secara digital. Melalui kegiatan PKM ini, peserta menyadari bahwa media sosial bukan hanya sebagai sarana hiburan, melainkan sebagai alat komunikasi dan promosi yang sangat efektif, murah, dan menjangkau khalayak luas.

Penerapan metode ceramah, tutorial, dan diskusi interaktif terbukti efektif dalam memberikan pemahaman menyeluruh sekaligus keterampilan praktis kepada peserta. Peserta tidak hanya mengetahui konsep dasar media sosial, tetapi juga langsung mempraktikkan penggunaan fitur-fitur penting dalam platform seperti Instagram dan Facebook. Pendekatan ini juga memfasilitasi proses belajar yang partisipatif, di mana peserta dapat menyampaikan kendala yang dihadapi dan mencari solusi bersama. Hal ini sejalan dengan pendapat Hardi (2022), yang menyebutkan bahwa metode pelatihan berbasis partisipatif mampu meningkatkan efektivitas pembelajaran digital di sektor pendidikan.

Secara strategis, keberhasilan program ini mengindikasikan bahwa yayasan dapat mengadopsi pendekatan low-cost namun high-impact dalam mempromosikan lembaga mereka, dibandingkan mengandalkan metode konvensional seperti brosur atau banner yang bersifat satu arah dan terbatas jangkauannya. Temuan ini diperkuat oleh Chandra dan Andrew (2019), yang menekankan bahwa media sosial dapat digunakan sebagai alat utama komunikasi pemasaran di lingkungan pendidikan jika dikelola secara profesional. Selain itu, kegiatan ini menjadi contoh

bahwa kolaborasi antara perguruan tinggi dan lembaga pendidikan lokal dapat menghasilkan program pengabdian yang kontekstual, aplikatif, dan berkelanjutan. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini tidak hanya bersifat edukatif, tetapi juga mampu memberdayakan mitra dalam meningkatkan eksistensi dan citra kelembagaan secara digital.

4. KESIMPULAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat yang mengangkat tema “Optimalisasi Media Sosial sebagai Sarana Promosi Pendidikan pada Yayasan Islam Terpadu Tajaul Karomatu Pagedangan Tangerang” telah memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan kapasitas literasi digital pengurus dan guru yayasan. Melalui pendekatan edukatif-partisipatif, peserta dibekali dengan pemahaman konseptual serta keterampilan praktis dalam memanfaatkan platform media sosial, khususnya Instagram dan Facebook, untuk mendukung strategi promosi lembaga pendidikan. Respon positif yang ditunjukkan oleh peserta mencerminkan tingginya kebutuhan dan urgensi optimalisasi media sosial di lingkungan pendidikan berbasis yayasan.

Program ini juga membuktikan bahwa media sosial dapat dijadikan sebagai alat promosi yang efektif, efisien, dan relevan dengan karakteristik masyarakat digital saat ini. Dengan pengelolaan yang baik, media sosial tidak hanya berperan menyebarkan informasi, tetapi juga membangun citra lembaga, meningkatkan engagement dengan masyarakat, dan memperkuat loyalitas publik terhadap program-program pendidikan. Oleh karena itu, kegiatan semacam ini perlu dilakukan secara berkelanjutan sebagai bentuk pendampingan strategis bagi lembaga pendidikan dalam menghadapi tantangan komunikasi di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Afdhal, M. (2022). Sosialisasi Penggunaan Media Sosial TikTok Untuk Meningkatkan Penjualan di Kampung Akrilik Padang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dharma Andalas*, 1(1). <https://doi.org/10.47233/jpmda.v1i1.544>
- BFI Finance. (2024). Cara Jualan di TikTok Shop. Diakses dari <https://www.bfi.co.id/id/blog/cara-jualan-di-tiktok-shop>
- Chandra, S., & Andrew, R. (2019). Peran Media Sosial Dalam Strategi Komunikasi Pemasaran di Sebuah Perguruan Tinggi Swasta di Jakarta Barat. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 2(2). <https://doi.org/10.24912/jmieb.v2i2.2980>
- Dewa, C. B., & Safitri, L. A. (2021). Pemanfaatan Media Sosial TikTok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner di Yogyakarta Pada Masa Pandemi COVID-19 (Studi Kasus Akun TikTok Javafoodie). *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata dan Budaya*, 12(1). <https://doi.org/10.31294/khi.v12i1.10132>
- Gramedia Literasi. (2024). Pengertian Media Sosial. Diakses dari <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-media-sosial/>.
- Hardi, F. I. (2022). Peranan Advertising dengan TikTok Shop dalam Meningkatkan Penjualan pada Masa Pandemi. *Skripsi*. Universitas Negeri Jakarta.
- Hurriyati, R. (2019). *Bauran Pemasaran & Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Ismail, J., et al. (2023). Pelatihan E-Commerce TikTok Shop Sebagai Media Promosi dan Penjualan Pada Generasi Z di Desa Ayumolingo. *Jurnal Dharma Bhakti Ekuitas*, 8(1). <https://doi.org/10.52250/P3m.V8i1.697>
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Website TikTok Ads. (2024). TikTok Shopping and Showcase. Diakses dari <https://ads.tiktok.com/help/article/tiktok-shopping-and-showcase?lang=id>