

# Optimalisasi Pengelolaan Media Sosial pada Program Studi Pendidikan Seni Rupa Universitas Negeri Gorontalo

Musfir Rizal Pratama<sup>1</sup>, Aristi Ayuningsi Ode Asri<sup>2</sup>, Ulfatun Nadifa<sup>3</sup>, Haeriani<sup>4</sup>, Suherman<sup>5</sup>

<sup>1</sup>Pendidikan Seni Rupa, Universitas Negeri Gorontalo

<sup>2</sup>Teknik Sipil, Universitas Negeri Gorontalo

<sup>3</sup>Teknik Komputer, Universitas Negeri Gorontalo

<sup>4</sup>Pendidikan Teknik Informasi, Universitas Negeri Gorontalo

<sup>5</sup>Pendidikan Guru Sekolah Dasar, Universitas Muhammadiyah Enrekang

E-mail: <sup>1</sup>musfirrizal@ung.ac.id, <sup>2</sup>arsitiayuningsi@ung.ac.id, <sup>3</sup>ulfatun@ung.ac.id,

<sup>4</sup>haerianih@ung.ac.id, <sup>5</sup>suhermankasumba@gmail.com

## Abstrak

Pengelolaan media sosial yang optimal dapat meningkatkan visibilitas dan reputasi program studi. Pengelolaan media sosial bukan hanya sebagai sarana publikasi karya dan kegiatan program studi, tetapi juga sebagai media promosi yang dapat meningkatkan citra dan daya tarik program studi. Hasil observasi menunjukkan bahwa pengelolaan media sosial pada Program Studi Pendidikan Seni Rupa Universitas Negeri Gorontalo belum maksimal, sehingga perlu dilakukan optimalisasi. Pengabdian ini bertujuan untuk mengoptimalkan pengelolaan media sosial sebagai sarana publikasi dan promosi program studi. Kegiatan pengabdian diawali dengan melakukan identifikasi isu-isu aktual di lingkungan Program Studi Pendidikan Seni Rupa Universitas Negeri Gorontalo, kemudian menentukan isu utama yang menjadi fokus aktualisasi. Terakhir, dilakukan kegiatan penyelesaian isu utama sebagai langkah praktis dan kreatif. Hasilnya menunjukkan terciptanya strategi konten yang terstruktur yang disusun berdasarkan preferensi audiens dan tren terkini, sehingga publikasi dan promosi program studi menjadi lebih terarah dan tepat sasaran, serta peningkatan kualitas konten visual yang menarik perhatian audiens.

Kata kunci: Optimalisasi, Media sosial, Pendidikan Seni Rupa

## Abstract

*Optimal social media management can increase the visibility and reputation of the study program. Social media management is not only a means of publishing the work and activities of the study program, but also as a promotional media that can improve the image and attractiveness of the study program. The results of the observation show that the management of social media in the Program Studi Pendidikan Seni Rupa Universitas Negeri Gorontalo has not been maximized, so it needs to be optimized. This community service aims to optimize the management of social media as a means of publication and promotion of the study program. The community service activity began by identifying actual issues in the Program Studi Pendidikan Seni Rupa Universitas Negeri Gorontalo, then determining the main issues that are the focus of actualization. Finally, the main issue resolution activity was carried out as a practical and creative step. The main achievement is the creation of a structured content strategy that is compiled based on audience preferences and current trends, so that the publication and promotion of the study program become more focused and on target, as well as improving the quality of visual content that attracts the attention of the audience.*

*Keywords: Optimization, Social Media, Fine Arts Education*

## 1. PENDAHULUAN

Di era digital saat ini, media sosial menjadi salah satu sarana komunikasi dan publikasi yang sangat efektif bagi program-program studi yang diusung oleh universitas. Bagi institusi

pendidikan, seperti Program Studi Pendidikan Seni Rupa di Universitas Negeri Gorontalo, media sosial memainkan peran penting dalam memperkenalkan program-program akademik, kegiatan institusi, dan karya mahasiswa kepada publik. Pengelolaan media sosial yang optimal dapat meningkatkan visibilitas dan reputasi program studi di kalangan calon mahasiswa, masyarakat umum, serta mitra akademik dan profesional. Dalam konteks ini, optimalisasi pengelolaan media sosial dapat menjadi langkah strategi khususnya dalam rangka menyampaikan informasi terkait kegiatan akademik dan prestasi program studi, mengingat, optimalisasi pengelolaan media sosial dapat meningkatkan kualitas pelayanan publik. [1] [2] [3]

Media sosial saat ini telah berkembang menjadi platform utama yang mampu menjangkau khalayak luas dengan cepat dan efisien. [4] Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, termasuk media sosial, telah mengubah perilaku sosial manusia, memberikan cara baru untuk berinteraksi dan berbagi informasi. [5] Penelitian menunjukkan bahwa anak-anak kini tumbuh dalam lingkungan yang kaya akan platform media sosial, yang mempengaruhi cara mereka berinteraksi dan belajar [6], sehingga media sosial dalam hal ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana promosi, tetapi juga sebagai sarana untuk menyebarkan informasi dan membentuk interaksi sosial yang lebih dinamis.

Dalam konteks promosi program studi, pengelolaan media sosial juga bukan hanya sebagai sarana publikasi karya dan kegiatan program studi, tetapi juga sebagai media promosi yang dapat meningkatkan citra dan daya tarik program studi di mata calon mahasiswa, mitra, dan masyarakat luas. [7] [8] Namun, berdasarkan hasil observasi yang dilakukan tim pengabdian, ditemukan bahwa pengelolaan media sosial pada Program Studi Pendidikan Seni Rupa Universitas Negeri Gorontalo sebagai sarana publikasi dan promosi belum maksimal. Konten yang diunggah masih kurang terstruktur, tidak konsisten, serta minim interaksi dengan audiens. Hal ini mengakibatkan rendahnya keterlibatan pengguna, padahal, media sosial memiliki peran strategis untuk mempromosikan berbagai hal mengenai perkembangan program studi.

Oleh karena itu, optimalisasi pengelolaan media sosial sebagai sarana publikasi dan promosi perlu segera dilakukan, agar publikasi dan promosi Program Studi Pendidikan Seni Rupa Universitas Negeri Gorontalo bisa lebih efektif, relevan, dan berdampak luas. Dengan pengelolaan yang profesional, Program Studi Pendidikan Seni Rupa Universitas Negeri Gorontalo dapat meningkatkan keterlibatan publik secara luas, baik dari kalangan mahasiswa, calon mahasiswa, hingga masyarakat umum. Hal ini sejalan dengan visi dan misi institusi untuk menjadi lembaga pendidikan yang unggul dan inovatif.

Berdasarkan uraian di atas, maka tim pengabdian mengambil langkah praktis dan kreatif, yakni melakukan kegiatan pengabdian berupa optimalisasi pengelolaan media sosial sebagai sarana publikasi dan promosi Program Studi Pendidikan Seni Rupa Universitas Negeri Gorontalo. Hal ini perlu dilakukan, mengingat peran media sosial yang dikelola secara optimal sangat strategis dalam rangka meningkatkan kualitas dan daya saing institusi di era digital. Tujuan dari kegiatan pengabdian, ini antara lain: 1) Meningkatkan keterlibatan (*engagement*) dengan audiens utama, seperti mahasiswa, calon mahasiswa, alumni, dan masyarakat luas; 2) Memperkuat citra dan visibilitas program studi melalui konten yang lebih terstruktur, relevan, dan berkualitas; 3) Mengintegrasikan strategi konten yang inovatif dan berbasis data analitik untuk memastikan publikasi yang tepat sasaran; 4) Memperluas jangkauan promosi kegiatan akademik dan prestasi program studi, baik di lingkungan akademik maupun masyarakat umum; dan 5) Mendukung pencapaian visi dan misi institusi dengan memaksimalkan potensi media sosial sebagai sarana komunikasi dan promosi efektif.

## 2. METODE

Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan mulai tanggal 10 Oktober sampai 16 November 2024 di Universitas Negeri Gorontalo. Peserta dalam kegiatan pengabdian ini adalah dosen dan tenaga pendidikan dalam lingkup Program Studi Pendidikan Seni Rupa yang bernaung di bawah Program studi Seni Rupa dan Desain, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Gorontalo. Pengabdian ini dilaksanakan dalam tiga tahap, yakni identifikasi isu, penyaringan dan penetapan isu utama, dan penyelesaian isu utama.



**Gambar 1.** Tahap Pengabdian

*Pertama*, tahap identifikasi isu. Kegiatan pengabdian ini diawali dengan melakukan identifikasi isu-isu aktual dalam konteks penggunaan media sosial di lingkungan Program Studi Pendidikan Seni Rupa Universitas Negeri Gorontalo. Dalam tahap ini dilakukan *environmental scanning* melalui *sharing session* dengan dosen, tenaga kependidikan, dan mahasiswa.

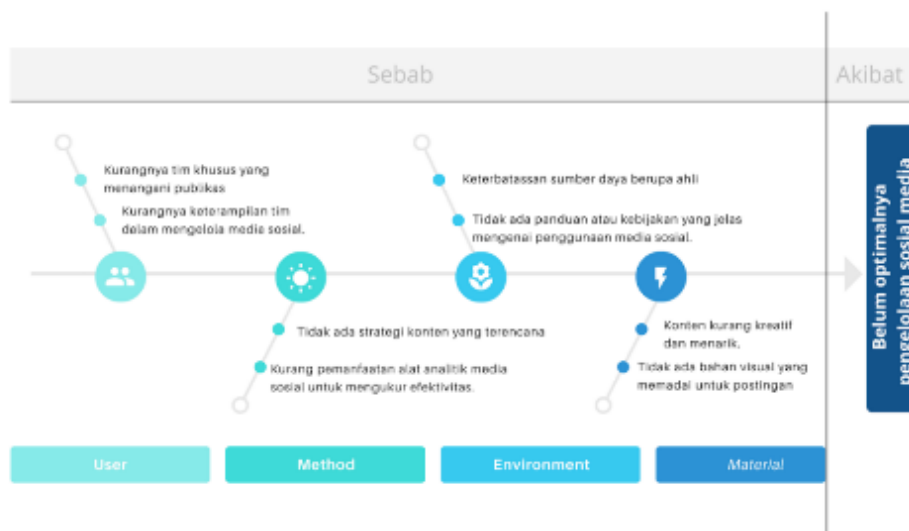
*Kedua*, tahap penyaringan dan penetapan isu. Isu-isu yang teridentifikasi kemudian disaring untuk mengetahui isu apa saja yang memerlukan penanganan. Melalui proses penyaringan isu, terpilih 3 isu yang memerlukan penyelesaian, yakni; 1) Kurang optimalnya penggunaan media sosial sebagai sarana publikasi program studi; 2) Perlunya peningkatan keterampilan mahasiswa melalui kelompok belajar studio kreatif pada program studio pendidikan seni rupa; dan 3) Perlunya strategi yang efektif dalam meningkatkan motivasi mahasiswa seni rupa dalam membangun budaya kompetisi yang sehat. Kemudian dari ketiga isu tersebut, setiap isu dianalisis dampaknya bagi individu, organisasi, dan stakeholders terkait, dengan tujuan untuk menentukan dan menetapkan isu utama yang akan dijadikan fokus aktualisasi.

*Ketiga*, tahap penyelesaian isu utama atau aktualisasi. Tahap ini merupakan tahap terakhir dari kegiatan pengabdian masyarakat ini, di mana tim pengabdian melakukan aktualisasi dengan melaksanakan kegiatan penyelesaian isu utama sebagai langkah praktis dan kreatif.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 3.1 Hasil Analisis dan Penyelesaian Isu

Dari analisis 3 isu yang telah dilakukan, terdapat isu utama yang dianggap paling tinggi rangkingnya dan memerlukan penanganan, yaitu isu optimalisasi pengelolaan media sosial sebagai sarana publikasi dan promosi program studi. Isu ini selanjutnya dijabarkan melalui *fishbone diagram* [9], untuk mengetahui akar masalahnya.



**Gambar 2.** Fishbone diagram untuk mengetahui akar masalah

Dengan menggunakan analisis *fishbone diagram*, dapat ditemukan bahwa belum optimalnya pengelolaan media sosial sebagai sarana publikasi dan promosi Program Studi Pendidikan Seni Rupa di Universitas Negeri Gorontalo, karena disebabkan oleh berbagai faktor yang saling terkait. Adapun faktor penyebabnya adalah pengelolaan media sosial dalam lingkup Program Studi Pendidikan Seni Rupa di Universitas Negeri Gorontalo belum dilakukan secara maksimal. Tidak adanya tim yang secara khusus bertanggung jawab untuk mengelola konten secara profesional, yang pada akhirnya mengakibatkan publikasi konten yang sporadis, tidak terstruktur, dan kurang mencerminkan aktivitas akademik serta kreativitas program studi. Konten yang dipublikasikan belum mampu menarik minat atau interaksi dari calon mahasiswa dan masyarakat umum.

Selain itu, juga disebabkan oleh kurangnya pemanfaatan alat analitik untuk mengukur performa media sosial. Tidak adanya evaluasi secara berkala tentang efektivitas media sosial dalam menyebarluaskan informasi atau menarik calon mahasiswa, akan sulit untuk mengetahui seberapa baik kinerja publikasi yang dilakukan. Kemudian di sisi lain, juga karena tidak adanya strategi konten yang jelas, yang kemudian membuat pengelolaan media sosial semakin tidak optimal. Konten yang disajikan sering kali tidak sesuai dengan tren media sosial terkini atau kebutuhan audiens, sehingga tujuan publikasi program studi menjadi sulit dicapai. Dengan kondisi ini, jelas bahwa ada kebutuhan mendesak untuk meningkatkan pengelolaan media sosial agar lebih efektif dalam meningkatkan citra program studi, menarik minat calon mahasiswa, serta memperkuat interaksi dengan publik atau masyarakat secara luas.

Untuk mengatasi persoalan isu utama tersebut diperlukan pendekatan yang holistik. Adapun langkah praktis dan kreatif yang dilakukan tim pengabdian, adalah sebagai berikut:

*Pertama*, pembentukan tim khusus media sosial yang terdiri dari dosen dan tenaga kependidikan. Tim ini akan sangat membantu dalam mengelola konten secara lebih profesional dan terorganisir. Dengan adanya tim ini, strategi pengelolaan media sosial bisa lebih terencana, menciptakan konten yang lebih berkualitas dan menarik perhatian audiens.



**Gambar 3.** Kegiatan pembentukan tim pengelola media sosial Program Studi Pendidikan Seni Rupa Universitas Negeri Gorontalo

*Kedua*, pelatihan terhadap tim khusus yang telah dibentuk (juga mengikutsertakan mahasiswa) tentang teknik pengelolaan media sosial yang efektif, serta penggunaan *tools* analitik, agar mereka lebih terampil dalam membuat konten berkualitas. Penggunaan *tools* analitik dalam hal ini dapat memantau performa konten secara *real-time*, serta juga akan membantu dalam mengevaluasi efektivitas strategi yang diterapkan. [10] [11] Pada tahap ini tim pengabdian mengadakan kegiatan pelatihan bagi tim khusus pengelola media sosial program studi yang telah dibentuk untuk meningkatkan keterampilan mereka dalam mengoptimalkan pengelolaan media sosial program studi, termasuk keterampilan membuat konten visual yang lebih profesional dan

menarik perhatian calon mahasiswa dan masyarakat. Kegiatan pelatihan dilaksanakan secara *daring*, dengan mengundang narasumber yang berkompeten.



**Gambar 4.** Kegiatan pelatihan optimalisasi media sosial Program Studi Pendidikan Seni Rupa Universitas Negeri Gorontalo

*Ketiga*, tahap uji coba, di mana konten visual yang telah dibuat oleh peserta pelatihan, dalam hal ini tim khusus pengelola media sosial Program Studi Pendidikan Seni Rupa Universitas Gorontalo, kemudian disebar di beberapa platform media sosial. Kegiatan ini dilakukan untuk melihat sejauh mana audiens tertarik dan berinteraksi dengan konten visual yang telah disebar. Salah satunya adalah pembuatan kalender konten, yang disusun dengan mempertimbangkan kebutuhan dan minat audiens, sehingga memberikan informasi yang relevan dan bermanfaat bagi calon mahasiswa dan masyarakat secara umum, yang kemudian diupload di beberapa platform media sosial seperti *Facebook*, *Instagram*, dan *Tiktok*. Selain itu juga dilakukan kegiatan interaktif lainnya berupa *sharing session* dengan mengangkat tema-tema yang relevan dengan program studi, yang kemudian dikemas dalam bentuk *live streaming*, dengan memanfaatkan platform media sosial.



**Gambar 5.** Poster *sharing session* sebagai bagian dari optimalisasi media sosial pada Program Studi Pendidikan Seni Rupa Universitas Negeri Gorontalo

Dengan mengimplementasikan semua gagasan ini, Program Studi Pendidikan Seni Rupa dapat mengoptimalkan media sosial sebagai sarana publikasi dan promosi yang efektif, meningkatkan keterlibatan audiens dan *engagement*, serta memperkuat citra institusi secara keseluruhan. Hal ini diperkuat oleh penelitian bahwa penggunaan media sosial yang ideal melibatkan *customer engagement*, di mana interaksi yang baik antara institusi dan audiens dapat meningkatkan daya tarik program studi. [12]

### 3.2 Capaian Penyelesaian Isu Utama

Adapun capaian penyelesaian isu utama dari kegiatan pengabdian yang dilaksanakan selama empat minggu ini, dapat dicermati pada tabel berikut:

**Tabel 1.** Capaian penyelesaian isu utama

Aspek	Kondisi Isu Utama	
	Sebelum	Sesudah
Pengelolaan Tim	Tidak ada pelatihan atau pembagian tugas khusus untuk pengelolaan media sosial.	Tim pengelola media sosial mendapatkan pelatihan, serta tugas didelegasikan dengan lebih jelas dan efektif.
Strategi Konten	Tidak ada strategi konten yang terstruktur.	Tersusun strategi konten terstruktur yang berbasis pada preferensi audiens.
Penggunaan Platform	Tidak ada pemilihan platform media sosial yang strategis, semua platform dikelola secara sama tanpa prioritas.	Pemilihan platform yang strategis sesuai dengan karakteristik audiens dan tujuan <i>engagement</i> .
Kualitas Konten Visual	Konten visual kurang menarik dan tidak konsisten.	Peningkatan kualitas konten visual dengan tampilan yang lebih menarik dan konsisten.
Interaksi dengan Audiens	Interaksi dengan audiens sangat rendah, tidak ada upaya untuk melibatkan audiens secara aktif.	Terdapat kalender konten interaktif, sesi tanya jawab rutin, dan partisipasi aktif audiens dalam berbagi pengalaman.
<i>Engagement</i> Media sosial	<i>Engagement</i> rendah dan pertumbuhan pengikut lambat.	<i>Engagement</i> meningkat secara signifikan, dengan pertumbuhan pengikut lebih cepat
Kebijakan dan Rencana Kerja	Tidak ada kebijakan khusus atau rencana kerja media sosial yang mendukung publikasi program studi.	Tersusun kebijakan dan rencana kerja yang mendukung pengelolaan media sosial secara berkelanjutan.
Citra Program studi	Media sosial belum mendukung citra positif program studi secara optimal.	Media sosial menjadi sarana publikasi yang efektif dan mencerminkan citra positif program studi Pendidikan Seni Rupa.

### 3.3 Manfaat terselesaikannya Isu Utama

Beberapa manfaat dari terselesaikannya isu utama terkait optimalisasi pengelolaan media sosial sebagai sarana publikasi dan promosi Program Studi Pendidikan Seni Rupa Universitas Negeri Gorontalo ini, antara lain:

- a. Meningkatkan kompetensi dan mengembangkan diri dalam menjalankan tugas dan fungsi dosen dan tenaga kependidikan yang selalu berinteraksi dengan banyak orang.
- b. Menambah pemahaman dan keterampilan secara langsung terkait optimalisasi media sosial sebagai sarana publikasi dan promosi.
- c. Media sosial sebagai sarana publikasi dan promosi program studi menjadi lebih terstruktur, terencana, serta meningkatkan visibilitas dan citra positif dan efektif.

- d. Mempermudah akses informasi kegiatan program studi yang mendukung visi dan misi intitusi.
- e. Meningkatkan daya tarik program studi bagi calon mahasiswa, mitra, dan masyarakat umum.
- f. Stakeholders, seperti mahasiswa, alumni, dan mitra, mendapatkan informasi yang lebih relevan dan menarik melalui platform media sosial.
- g. Meningkatkan kesempatan kolaborasi dengan pihak luar karena citra profesional dan keterlibatan yang lebih aktif di media sosial.

#### 4. KESIMPULAN DAN SARAN

Optimalisasi pengelolaan media sosial sebagai sarana publikasi dan promosi Program Studi Pendidikan Seni Rupa di Universitas Negeri Gorontalo yang dilakukan oleh tim pengabdian ini memberi dampak positif terhadap program studi. Langkah praktis dan kreatif yang dilakukan sebagai upaya menangani persoalan atau penyelesaian isu utama optimalisasi media sosial sebagai sarana publikasi dan promosi Program Studi Pendidikan Seni Rupa Universitas Negeri Gorontalo telah berhasil meningkatkan efektivitas publikasi dan komunikasi. Capaian utamanya berupa terciptanya strategi konten yang terstruktur yang disusun berdasarkan preferensi audiens dan tren terkini, sehingga publikasi menjadi lebih terarah dan tepat sasaran. Peningkatan kualitas konten visual juga berhasil menarik perhatian audiens dan meningkatkan *engagement*, sementara keterlibatan audiens semakin meningkat melalui aktivitas interaktif.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pengabdian mengucapkan terima kasih dan apresiasi kepada pihak-pihak yang turut membantu pelaksanaan pengabdian ini, antara lain: ketua program studi, dosen, dan tenaga kependidikan pada lingkup Program Studi Pendidikan Seni Rupa Universitas Negeri Gorontalo. Terima kasih juga kami ucapkan kepada para mahasiswa yang turut membantu mensukseskan kegiatan pengabdian, serta terkhusus kepada pemateri yang telah meluangkan waktu, berbagi ilmu pengetahuan dan pengalaman kepada peserta pelatihan terkait optimalisasi pengelolaan media sosial sebagai sarana publikasi dan promosi.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] hamuddin, M. F., Rifqi, A. R., Setianingrum, V. M., & Najlah, N. N. (2022). Pelatihan pengelolaan media sosial sebagai media humas pondok pesantren al-falah plosa mojo kediri. *Transformasi Dan Inovasi : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 89-93. <https://doi.org/10.26740/jpm.v1n2.p89-93>
- [2] Widanti, N. P. T. (2022). Konsep good governance dalam perspektif pelayanan publik: sebuah tinjauan literatur. *Jurnal Abdimas Peradaban*, 3(1), 73-85. <https://doi.org/10.54783/ap.v3i1.11>
- [3] Putri, S. A. Z., & Samsudin, A. (2023). Optimalisasi Sosial Media Marketing untuk Meningkatkan Konversi Penjualan pada Usaha Catering Rumahan. *Sejahtera: Jurnal Inspirasi Mengabdikan Untuk Negeri*, 2(3), 165-170. <https://doi.org/10.58192/sejahtera.v2i3.1114>
- [4] Siswanto, T. (2018). Optimalisasi sosial media sebagai media pemasaran usaha kecil menengah. *Liquidity*, 2(1), 80-86. <https://doi.org/10.32546/lq.v2i1.134>
- [5] Ain, A. Q., Mirza, K., Caniago, M. F., & Faturohman, M. H. (2021). Fenomena buzzer dalam kontroversi omnibus law di media sosial. *Ijd-Demos*, 3(3). <https://doi.org/10.37950/ijd.v3i3.97>
- [6] Pebriani, M. and Darmiyanti, A. (2024). Pengaruh media sosial terhadap perkembangan anak usia dini. *Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 1(3), 9. <https://doi.org/10.47134/paud.v1i3.556>

- [7] Djatnika, T. and Gunawan, A. I. (2021). Perspektif adopsi media sosial sebagai implementasi teknologi manajemen hubungan pelanggan (crm) pada umkm. *Bhakti Persada*, 7(2), 78-87. <https://doi.org/10.31940/bp.v7i2.78-87>
- [8] Dipa, A. K., Hafiar, H., & Rahmat, A. (2022). Pola pengelolaan media komunikasi publik perguruan tinggi dalam membentuk online reputation. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO : Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi Dan Informasi*, 7(2), 292. <https://doi.org/10.52423/jikuho.v7i2.24561>
- [9] Coccia, M. (2020). Fishbone diagram for technological analysis and foresight. *International Journal of Foresight and Innovation Policy*, 14(2-4), 225-247. <https://doi.org/10.1504/IJFIP.2020.111221>
- [10] Rahmala, A., Ardhito, D., & Riska, L. (2022). Analitik big data: social media mining. *Journal Cerita*, 8(2), 164-170. <https://doi.org/10.33050/cerita.v8i2.2464>
- [11] Nirwana, A. (2023). Implementation of artificial intelligence in digital marketing development: A thematic review and practical exploration. *Jurnal Manajemen Bisnis, Akuntansi Dan Keuangan*, 2(1), 85-112. <https://doi.org/10.55927/jambak.v2i1.4034>
- [12] Mahatmi, M. W. M. W., Iswanti, S., & Hanafi, M. N. (2022). Pemanfaatan media sosial instagram sebagai sarana promosi di twinkle daycare & amp; courses. *Jurnal Pengabdian Masyarakat - Teknologi Digital Indonesia.*, 1(2), 57. <https://doi.org/10.26798/jpm.v1i2.596>