



STRATEGI PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA PROMOSI PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI DI UNIVERSITAS PAMULANG

Faiz Nurrohman¹, Kornelius Saputra Hutabarat², Tria Salsa Billa³

Universitas Pamulang

Email: faiznurrohman06@gmail.com

ABSTRAK

Media sosial adalah platform yang sangat efektif untuk meningkatkan kesadaran dan memperkenalkan program studi kepada khalayak luas. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi program gelar Sistem Informasi di Universitas Pamulang. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Data berasal dari wawancara, observasi, dan analisis dokumentasi dari berbagai platform media sosial antara lain Instagram (@sisteminformasi.unpam), TikTok (@sisteminformasi.unpam), website (sisteminformasi.unpam.ac.id), dan YouTube (@SistemInformasiUnpam). Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan konten yang kreatif, interaktif, dan informatif dapat meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap program studi ini dan membangun citra positif di masyarakat.

Kata Kunci: Media Sosial, Promosi, Program Studi Sistem Informasi, Universitas Pamulang

Article History

Received: Desember 2024

Reviewed: Desember 2024

Published: Desember 2024

Plagiarism Checker No 234

Prefix DOI : Prefix DOI :

10.8734/Kohesi.v1i2.365

Copyright : Author

Publish by : Kohesi



This work is licensed under

a [Creative Commons](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

[Attribution-](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

[NonCommercial 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

[International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

PENDAHULUAN

Media sosial telah menjadi bagian integral dari kehidupan masyarakat saat ini. Perkembangan teknologi yang pesat telah mendorong penggunaan media sosial sebagai alat komunikasi, hiburan, dan promosi yang efektif. Di Indonesia, platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube menjadi pilihan utama bagi individu maupun organisasi menjadikan media sosial sebagai alat untuk menjangkau audiens dengan target yang lebih luas. Dalam dunia pendidikan, media sosial memiliki kesempatan yang sangat besar untuk memaksimalkan strategi promosi program studi sistem informasi di Universitas Pamulang agar menarik minat calon mahasiswa.

Universitas Pamulang melalui Program Studi Sistem Informasi memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan aktivitas akademik dan non-akademik. Melalui akun Instagram (@sisteminformasi.unpam), TikTok (@sisteminformasi.unpam), dan YouTube (@SistemInformasiUnpam) platform – platform ini digunakan Program Studi Sistem Informasi untuk menyampaikan informasi dan membangun interaksi dengan calon mahasiswa maupun mahasiswa yang sudah terdaftar pada Program Studi Sistem Informasi di Universitas Pamulang. Selain itu, website resmi (sisteminformasi.unpam.ac.id) menjadi sumber utama untuk menyajikan informasi dan berita lengkap mengenai program studi Sistem Informasi.

Strategi promosi ini didesain untuk membuat gambaran positif dan relevan pada era digital. Melalui pendekatan yang kreatif, Program Studi Sistem Informasi berusaha



memanfaatkan karakteristik masing-masing platform untuk mengirimkan pesan yang menarik dan informatif. Sebagai contoh, Instagram digunakan untuk mengunggah poster dan video dengan tata letak yang teratur, TikTok untuk video pendek yang kreatif serta inovatif, dan YouTube untuk video dokumentasi kegiatan akademik dengan durasi yang lebih panjang.

Namun, meskipun media sosial memberikan banyak manfaat pada strategi promosi, tetap saja ada tantangan yang harus dilalui, seperti persaingan konten dan perubahan algoritma platform yang dapat mempengaruhi sasaran jangkauan promosi. Oleh karena itu, penting untuk merancang strategi yang fleksibel dan inovatif agar promosi dapat tetap relevan dan menarik perhatian audiens.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana Program Studi Sistem Informasi Universitas Pamulang memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi. Melalui analisis yang mendalam, penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi yang berguna untuk meningkatkan efektivitas promosi kelak di masa depan.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif merupakan metode penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena atau objek penelitian secara mendalam melalui pengamatan dan pengumpulan data deskriptif. Data ini kemudian diuraikan secara rinci untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai masalah yang diteliti.

Menurut Murdiyanto penelitian dengan metode kualitatif ini berfokus pada pemahaman mendalam, interpretasi, dan pengungkapan makna dari data yang dikumpulkan. Analisis dilakukan dengan cermat, di mana pemilihan kata dan struktur kalimat sangat berperan dalam menghasilkan deskripsi yang tajam dan terarah. Pendekatan ini membantu peneliti untuk mengeksplorasi inti makna dari setiap data yang diperoleh.

Metode ini menggunakan pendekatan deskriptif dengan tujuan untuk mengumpulkan data penelitian yang relevan dan menyusun deskripsi akurat terhadap fenomena yang sedang dipelajari. Data dan informasi yang digunakan diperoleh melalui:

1. Wawancara Mendalam, untuk menggali pengalaman, persepsi, dan pandangan subjek penelitian.
2. Observasi, untuk mengamati langsung fenomena yang terjadi, termasuk pola perilaku yang relevan.
3. Dokumentasi, yang meliputi sumber-sumber tertulis seperti artikel, buku, catatan harian, serta dokumen terkait lainnya.

Data yang dikumpulkan dianalisis untuk menemukan pola atau tema utama yang sesuai dengan tujuan penelitian. Penelitian ini juga melibatkan triangulasi data sebagai upaya untuk memastikan keakuratan informasi dan menghasilkan pemahaman yang komprehensif terhadap fenomena yang dikaji.

Metode ini memungkinkan peneliti untuk menjelaskan fenomena secara mendalam, memberikan gambaran yang jelas, dan memberikan kontribusi yang berarti terhadap pemahaman topik penelitian.



HASIL DAN PEMBAHASAN

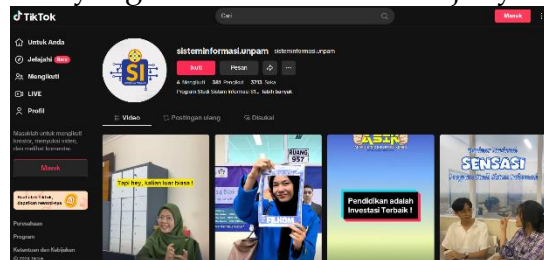
a. Media Promosi Program Studi Sistem Informasi Universitas Pamulang

Program Studi Sistem Informasi Universitas Pamulang memanfaatkan berbagai platform media sosial sebagai alat utama promosi. Akun Instagram (@sisteminformasi.unpam) digunakan untuk membagikan konten berupa foto dan video kegiatan akademik, seperti seminar, kunjungan industri, dan prestasi mahasiswa. Konten di Instagram dirancang dengan visual menarik dan menggunakan fitur interaktif seperti polling dan tanya jawab di Stories untuk meningkatkan keterlibatan mahasiswa.



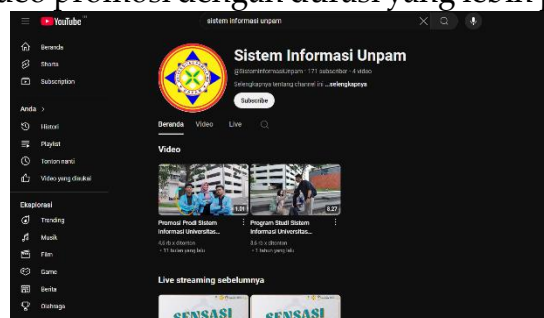
Gambar 1 akun instagram sistem informasi unpam

TikTok (@sisteminformasi.unpam) menjadi platform untuk menjangkau generasi muda melalui video pendek yang kreatif. Konten di TikTok mencakup tantangan viral bertema pendidikan, cuplikan kegiatan mahasiswa, dan tips belajar. Hal ini memberikan daya tarik tambahan bagi calon mahasiswa yang mencari suasana belajar yang dinamis.



Gambar 2 akun Tiktok Sistem Informasi Unpam

YouTube (@SistemInformasiUnpam) digunakan untuk menyajikan video dokumentasi kegiatan seperti webinar, video promosi dengan durasi yang lebih panjang dari platform lainnya



Gambar 3 Akun Youtube Sistem Informasi Unpam

Website resmi (sisteminformasi.unpam.ac.id) berfungsi sebagai pusat informasi yang memuat kurikulum, jadwal kegiatan, berita terkini, dan prosedur pendaftaran. Dengan integrasi yang baik antara media sosial dan website, calon mahasiswa dapat dengan mudah mendapatkan informasi yang mereka butuhkan.



Gambar 4 Website Sistem Informasi Unpam

b. Peran Mahasiswa dalam Promosi Program Studi

Mahasiswa memiliki peran penting dalam mempromosikan program studi melalui media sosial. Mereka sering kali menjadi "papan iklan berjalan" yang secara aktif membagikan pengalaman mereka di kegiatan mereka sehari-hari. Beberapa mahasiswa juga terlibat dalam pembuatan konten kreatif, seperti video pendek atau ulasan kegiatan kampus.

Selain itu, mahasiswa dilibatkan dalam kegiatan kolaborasi seperti webinar atau live streaming di media sosial. Keterlibatan mahasiswa ini memberikan kesan autentik kepada calon mahasiswa, karena mereka dapat melihat langsung bagaimana kehidupan akademik dan non-akademik di program studi ini.

Mahasiswa juga mendorong promosi dengan mengajak teman-teman mereka untuk mengikuti akun resmi program studi, memberikan ulasan positif, dan berbagi opininya mengenai kegiatan menarik di Universitas Pamulang.

c. Analisis Efektivitas Media Promosi Program Studi Sistem Informasi

Efektivitas promosi media sosial diukur melalui beberapa indikator, seperti peningkatan jumlah pengikut, interaksi di setiap unggahan, dan jumlah pendaftar baru. Data dari platform menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam jumlah pengikut dan tingkat keterlibatan sejak strategi promosi media sosial diimplementasikan.

Sebagai contoh, Di TikTok dan Instagram, beberapa video berhasil mencapai ribuan penonton dalam waktu singkat, menunjukkan bahwa platform ini sangat efektif untuk menjangkau generasi muda.

Website resmi juga mencatat peningkatan traffic, terutama selama masa penerimaan mahasiswa baru. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial berperan sebagai penghubung utama yang mengarahkan calon mahasiswa untuk mengakses informasi lebih lanjut melalui website.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa strategi Program Studi Sistem Informasi Universitas Pamulang dalam memanfaatkan media sosial telah menjadi langkah yang efektif untuk promosi. Selain menggunakan media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube, program studi ini juga mengoptimalkan website sebagai sumber informasi utama. Pendekatan kreatif dan interaktif melalui konten yang menarik berhasil meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap program studi ini.

Upaya lain yang dilakukan adalah melibatkan mahasiswa sebagai bagian dari promosi, yang memberikan autentisitas dan daya tarik lebih bagi calon mahasiswa. Kegiatan kolaboratif dan konten berbasis pengalaman yang relevan pada masa ini membantu membangun citra positif program studi di mata masyarakat.

Secara keseluruhan, strategi ini mampu memperkuat citra program studi, meningkatkan jumlah pendaftar, dan memperluas sasaran jangkauan promosi. Namun, tantangan seperti



persaingan konten dan perubahan algoritma memerlukan inovasi berkelanjutan untuk menjaga efektivitas promosi.

DAFTAR PUSTAKA

- Supriyatno, H. (2019). Strategi pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi perpustakaan: Studi analisis persepsi pemustaka tentang efektifitas pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi layanan Perpustakaan UIN Sunan Ampel. *Indonesia Journal of Academic Librarianship*, 3(3), 33-45.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan media sosial sebagai media promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71-80.+0
- Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). Media sosial instagram sebagai sarana promosi untuk meningkatkan minat beli konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*, 1(01), 25-32.
- Manurung, J., & Anom, E. (2023). Strategi Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Sekolah Musik Di Dotodo Music Edutainment. *Technomedia Journal*, 8(2 Oktober), 248-260.
- Tarihoran, J. E., Mardiani, M. I., Putri, N. D., Novareila, R. S., Sofia, A., & Prawira, I. F. A. (2021). Pentingnya Sosial Media Sebagai Strategi Marketing Start-Up di Indonesia. *J. Ilm. Kreat*, 9(1), 72-78.
- Murdiyanto, E. (2020). Penelitian Kualitatif (Teori dan Aplikasi disertai contoh proposal).
- Emi Sita Eriana, S. F. (2021). Sistem Informasi Manajemen.
- Zein, A., & Eriana, E. S. (2021). Pengantar Teknologi Web.
- Putri, R. E., Wasito, M., & Lestari, A. N. (2023). Sosialisasi Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi Produk UMKM Desa Suka Damai. *JURPIKAT (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 4(3), 667-675.
- Purbohastuti, A. W. (2017). Efektivitas media sosial sebagai media promosi. *Tirtayasa Ekonomika*, 12(2), 212-231.