

Strategi Promosi Program Studi Melalui Pembuatan Konten Edukatif Berbasis Media Sosial

Oktaviana Purnamasari^{1*}, Fitri nanda An Nur², Ida Ri'aeni³, Madi⁴, Rusli⁵, Jufri⁶, Harry Fajar Maulana⁷

¹Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jakarta, Indonesia

²Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Ahmad Dahlan, Indonesia

³Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Cirebon, Indonesia

^{4,5}Fakultas Agama Islam, Universitas Muhammadiyah Buton, Indonesia

⁶Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Buton, Indonesia

Email Koresponden: oktavianapurnamasari@gmail.com

ABSTRAK

Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mengembangkan strategi promosi program studi melalui pembuatan konten edukatif berbasis media sosial di Universitas Muhammadiyah Buton. Kegiatan ini dilatarbelakangi oleh masih terbatasnya pemanfaatan media sosial sebagai sarana edukasi dan penguatan citra akademik, serta belum optimalnya kapasitas sivitas akademika dalam mengelola komunikasi digital secara terencana. Metode pelaksanaan menggunakan pendekatan partisipatif melalui tahapan analisis kebutuhan, perancangan strategi konten, implementasi produksi konten, serta evaluasi dan refleksi. Peserta kegiatan melibatkan dosen, mahasiswa, dan pengelola program studi sebagai aktor utama dalam proses pengembangan konten. Hasil pengabdian menunjukkan peningkatan pemahaman dan keterampilan peserta dalam merancang serta memproduksi konten edukatif yang informatif, kontekstual, dan mencerminkan identitas keilmuan program studi. Konten yang dihasilkan mampu meningkatkan keterlibatan audiens dan memperkuat citra institusi sebagai pusat pembelajaran yang adaptif terhadap perkembangan digital. Selain itu, kegiatan ini mendorong terbentuknya budaya kolaboratif dan literasi digital yang berkelanjutan di lingkungan akademik. Dengan demikian, strategi promosi berbasis konten edukatif terbukti efektif sebagai pendekatan pengabdian kepada masyarakat yang mendukung transformasi komunikasi pendidikan tinggi dan penguatan daya saing institusi secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Strategi Promosi; Program studi; Konten edukatif; Berbasis media sosial.

ABSTRACT

This community service program aims to develop a strategic approach to promoting academic study programs through the creation of educational content based on social media at Universitas Muhammadiyah Buton. The initiative was motivated by the limited optimization of digital media as an educational communication tool and the insufficient capacity of academic communities to manage structured and meaningful digital content. The program employed a participatory approach consisting of needs analysis, content strategy design, content production implementation, and evaluation and reflection. Participants included lecturers, students, and study program administrators who were actively involved throughout the process. The results indicate a significant improvement in participants' understanding and skills in designing and producing educational content that is informative, contextual, and aligned with the academic identity of the institution. The produced content contributed to increased audience engagement and strengthened the institutional image as a learning-oriented and digitally adaptive university. Furthermore, the activity fostered collaborative practices and enhanced digital literacy among academic stakeholders. Overall, this community service initiative demonstrates that educational content-based promotion through social media can serve as an effective strategy to support higher education transformation. It not only enhances institutional visibility but also reinforces sustainable academic communication and community engagement in the digital era.

Keywords: Promotion Strategy; Department; Educational Content; Based on Social Media.

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan mendasar dalam cara masyarakat memperoleh informasi, membangun persepsi, serta menentukan pilihan pendidikan (Sadiyah, Kurniawan, and Anhar 2023; Sobirin, Ihsan, and Wahab 2023). Transformasi digital yang semakin masif menuntut institusi pendidikan tinggi tidak hanya berperan sebagai pusat pengembangan ilmu pengetahuan, tetapi juga sebagai aktor komunikasi publik yang mampu membangun citra akademik secara strategis dan berkelanjutan. Dalam konteks ini, promosi program studi tidak lagi dapat dipahami sebatas aktivitas administratif atau publikasi konvensional, melainkan sebagai bagian integral dari strategi penguatan daya saing institusi di tengah kompetisi pendidikan tinggi yang semakin terbuka dan dinamis. (A'yun, Awalluddin, and Hasan 2024; Irawan and Latifah 2023)

Kondisi tersebut menjadi semakin relevan bagi perguruan tinggi swasta, termasuk Universitas Muhammadiyah Buton (UM Buton), yang berada di wilayah kepulauan dan memiliki tantangan geografis serta keterbatasan akses informasi dibandingkan dengan perguruan tinggi di wilayah metropolitan. Di satu sisi, UM Buton memiliki potensi akademik, sosial, dan kultural yang kuat, termasuk kedekatan dengan masyarakat lokal serta nilai-nilai keislaman dan kemuhammadiyahannya yang menjadi ciri khas institusi. Namun di sisi lain, potensi tersebut belum sepenuhnya terepresentasikan secara optimal dalam ruang digital, khususnya melalui media sosial sebagai medium utama komunikasi generasi muda saat ini. (Gani, Arifin, and Zaini 2022)

Fenomena rendahnya visibilitas program studi di ruang digital tidak terlepas dari pola promosi yang masih bersifat konvensional, satu arah, dan kurang berbasis pada strategi komunikasi digital yang terencana. Banyak program studi masih mengandalkan penyebaran informasi administratif, seperti pengumuman penerimaan mahasiswa baru atau dokumentasi kegiatan seremonial, tanpa diiringi narasi edukatif yang mampu merepresentasikan keunggulan akademik, proses pembelajaran, maupun kontribusi keilmuan kepada masyarakat. Akibatnya, pesan yang disampaikan kurang mampu membangun keterikatan emosional dan intelektual dengan calon mahasiswa maupun pemangku kepentingan lainnya. Dalam konteks nasional, tantangan ini sejalan dengan agenda transformasi pendidikan tinggi sebagaimana dicanangkan melalui kebijakan Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM). (Chasannudin et al. 2024; Di, Satap, and Maros 2024; Suryaningsih et al. 2024) Kebijakan tersebut menuntut perguruan tinggi untuk lebih adaptif, kolaboratif, dan responsif terhadap perubahan sosial, teknologi, serta kebutuhan dunia kerja. Salah satu indikator keberhasilan transformasi tersebut adalah kemampuan institusi dalam membangun ekosistem komunikasi digital yang mendukung keterbukaan informasi, partisipasi publik, dan penguatan reputasi akademik. Oleh karena itu, penguatan strategi promosi program studi berbasis media sosial menjadi bagian tak terpisahkan dari upaya peningkatan mutu dan daya saing pendidikan tinggi di tingkat nasional. (Ridlo, Istighfarini, and Supeno 2022)

Secara global, praktik digital branding telah menjadi strategi utama dalam pengelolaan institusi pendidikan tinggi. Berbagai studi menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial secara strategis mampu meningkatkan visibilitas institusi, memperluas jejaring internasional, serta memperkuat kepercayaan publik terhadap kualitas pendidikan yang ditawarkan. Kaplan dan Haenlein (Darmawan, Fauzi, and Siregar 2024) menegaskan bahwa media sosial memungkinkan terciptanya komunikasi dua arah yang bersifat dialogis dan partisipatif, sehingga audiens tidak hanya menjadi penerima pesan, tetapi juga bagian dari proses pembentukan makna dan identitas institusi. Dalam konteks pendidikan, hal ini membuka ruang bagi pembelajaran sosial, kolaborasi, dan diseminasi nilai-nilai akademik

secara lebih luas dan inklusif. Berbagai penelitian juga menunjukkan bahwa konten edukatif yang dikemas secara visual, naratif, dan kontekstual memiliki daya tarik yang lebih tinggi dibandingkan konten informatif konvensional. Konten semacam ini tidak hanya meningkatkan keterlibatan audiens (engagement), tetapi juga membentuk persepsi positif terhadap kualitas dan kredibilitas lembaga pendidikan. Dalam konteks program studi, konten edukatif dapat mencakup penjelasan bidang keilmuan, praktik pembelajaran, profil dosen dan mahasiswa, kegiatan pengabdian masyarakat, hingga kontribusi riset terhadap penyelesaian persoalan sosial. Dengan demikian, media sosial berfungsi sebagai ruang pembelajaran publik sekaligus etalase akademik institusi. (Sunani 2010)

Meskipun demikian, realitas di lapangan menunjukkan bahwa banyak program studi, termasuk di lingkungan Universitas Muhammadiyah Buton, masih menghadapi sejumlah keterbatasan dalam mengelola media sosial secara strategis. Pertama, belum adanya perencanaan konten yang berbasis pada analisis kebutuhan audiens dan tujuan jangka panjang institusi. Konten sering diproduksi secara insidental tanpa peta jalan komunikasi yang jelas. Kedua, keterbatasan literasi digital dan keterampilan produksi konten di kalangan dosen dan tenaga kependidikan menyebabkan pemanfaatan media sosial belum optimal. Ketiga, belum terbangunnya kolaborasi yang sinergis antara dosen, mahasiswa, dan pengelola program studi dalam mengelola konten edukatif secara berkelanjutan. Kondisi ini menciptakan kesenjangan antara potensi media sosial sebagai sarana edukasi publik dengan praktik promosi yang berjalan saat ini. (Fikri 2023)

Berdasarkan kondisi tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang sebagai intervensi strategis untuk memperkuat kapasitas program studi di Universitas Muhammadiyah Buton dalam mengembangkan konten edukatif berbasis media sosial. Program ini tidak hanya berfokus pada aspek teknis produksi konten digital, tetapi juga pada penguatan pemahaman konseptual mengenai komunikasi pendidikan, branding akademik, dan etika literasi digital. Pendekatan partisipatif diterapkan dengan melibatkan dosen, mahasiswa, serta pengelola program studi sebagai aktor utama dalam seluruh tahapan kegiatan, mulai dari perencanaan, produksi, hingga evaluasi konten. Melalui kegiatan ini, peserta diarahkan untuk mampu merancang konten yang informatif, kontekstual, dan bernilai edukatif, sekaligus mencerminkan identitas keilmuan dan nilai-nilai institusi. Konten yang dihasilkan diharapkan tidak hanya berfungsi sebagai sarana promosi, tetapi juga sebagai media pembelajaran publik yang memperkuat peran perguruan tinggi dalam mencerdaskan kehidupan masyarakat. Dengan demikian, program pengabdian ini berkontribusi langsung pada penguatan kapasitas kelembagaan Universitas Muhammadiyah Buton dalam menghadapi tantangan transformasi digital pendidikan.

Secara akademik, pengabdian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian komunikasi pendidikan, khususnya dalam konteks pemanfaatan media sosial sebagai medium pembelajaran dan diseminasi pengetahuan. Secara sosial, kegiatan ini diharapkan mampu meningkatkan akses masyarakat terhadap informasi pendidikan yang berkualitas serta memperkuat kepercayaan publik terhadap institusi pendidikan tinggi lokal. Dengan demikian, strategi promosi program studi melalui pembuatan konten edukatif berbasis media sosial tidak hanya menjadi instrumen komunikasi, tetapi juga bagian dari upaya transformasi pendidikan tinggi yang berkelanjutan, inklusif, dan berorientasi pada kebutuhan masyarakat.

2. Metode Pelaksanaan

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dirancang secara sistematis dan partisipatif untuk memastikan ketercapaian tujuan program, yaitu

meningkatkan kapasitas promosi program studi melalui pengembangan konten edukatif berbasis media sosial di Universitas Muhammadiyah Buton. Pendekatan yang digunakan adalah participatory action learning, yang mengintegrasikan proses pelatihan, praktik langsung, pendampingan, serta refleksi berkelanjutan.(Aditya and Suranto 2024) Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan terjadinya transfer pengetahuan sekaligus pemberdayaan aktor internal institusi sebagai pelaku utama perubahan. Pelaksanaan kegiatan dibagi ke dalam empat tahapan utama, yang saling berkelanjutan dan terintegrasi dengan luaran yang diharapkan pada setiap tahap.

1. Tahap Analisis Kebutuhan dan Pemetaan Potensi

Tahap awal difokuskan pada identifikasi kondisi eksisting promosi program studi di Universitas Muhammadiyah Buton. Kegiatan dilakukan melalui observasi terhadap akun media sosial resmi program studi, analisis jenis konten yang telah dipublikasikan, serta diskusi terfokus (FGD) dengan dosen, mahasiswa, dan pengelola program studi. Analisis ini bertujuan untuk memetakan kekuatan, kelemahan, peluang, dan tantangan (SWOT) dalam praktik promosi digital yang selama ini berjalan. Pada tahap ini juga dilakukan pemetaan kebutuhan audiens sasaran, khususnya calon mahasiswa, orang tua, dan masyarakat umum, untuk memahami jenis konten edukatif yang relevan dan menarik. Hasil tahap ini menjadi dasar penyusunan strategi konten dan indikator keberhasilan program pengabdian, sehingga metode yang diterapkan bersifat kontekstual dan berbasis kebutuhan riil.

2. Tahap Perancangan Strategi dan Desain Konten Edukatif

Berdasarkan hasil analisis kebutuhan, tim pengabdian bersama peserta merancang strategi promosi program studi berbasis media sosial. Kegiatan ini mencakup penyusunan tema konten, pemilihan platform digital yang relevan (seperti Instagram, TikTok, dan YouTube), serta perancangan format konten edukatif seperti infografis, video pendek edukatif, microlearning, dan narasi visual akademik. Pada tahap ini diperkenalkan prinsip-prinsip komunikasi edukatif, storytelling akademik, dan branding institusional agar konten tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga mencerminkan identitas keilmuan dan nilai Universitas Muhammadiyah Buton. Hasil dari tahap ini berupa dokumen rencana konten (content plan) yang terstruktur dan selaras dengan visi program studi.

3. Tahap Implementasi dan Produksi Konten

Tahap implementasi dilakukan melalui pelatihan dan pendampingan teknis pembuatan konten edukatif berbasis media sosial. Peserta dilatih dalam proses produksi konten, mulai dari penulisan naskah edukatif, pengambilan gambar atau video, pengolahan visual, hingga publikasi konten pada platform digital. Pendekatan learning by doing diterapkan agar peserta memperoleh pengalaman praktis sekaligus meningkatkan keterampilan digitalnya. Selama proses ini, tim pengabdian berperan sebagai fasilitator dan mentor, memastikan bahwa setiap konten yang dihasilkan tetap selaras dengan tujuan akademik dan etika komunikasi publik. Output utama pada tahap ini adalah sejumlah konten edukatif siap publikasi yang merepresentasikan keunggulan program studi dan aktivitas akademik di Universitas Muhammadiyah Buton.

4. Tahap Evaluasi dan Refleksi

Tahap akhir difokuskan pada evaluasi efektivitas pelaksanaan kegiatan dan refleksi terhadap hasil yang dicapai. Evaluasi dilakukan melalui analisis keterlibatan audiens (engagement), umpan balik peserta, serta diskusi reflektif mengenai keberhasilan dan kendala selama proses pelaksanaan. Data evaluasi ini digunakan untuk menilai sejauh

mana metode yang diterapkan mampu meningkatkan kapasitas promosi program studi dan kualitas konten edukatif yang dihasilkan. Hasil evaluasi selanjutnya menjadi dasar penyusunan rekomendasi keberlanjutan program serta penguatan strategi promosi jangka panjang. Dengan demikian, metode pelaksanaan ini tidak hanya menghasilkan luaran berupa konten, tetapi juga membangun sistem dan kapasitas berkelanjutan yang dapat terus dikembangkan oleh Universitas Muhammadiyah Buton dalam mendukung transformasi digital pendidikan.

3. Hasil dan Pembahasan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa strategi promosi program studi melalui pembuatan konten edukatif berbasis media sosial di Universitas Muhammadiyah Buton menghasilkan sejumlah capaian yang signifikan, baik pada aspek peningkatan kapasitas sumber daya manusia, kualitas konten promosi akademik, maupun penguatan sistem komunikasi institusional. Hasil pengabdian ini diperoleh melalui rangkaian tahapan yang saling terintegrasi, sebagaimana dijelaskan pada metode pelaksanaan, dan dianalisis secara deskriptif-kualitatif berdasarkan data observasi, dokumentasi, serta refleksi peserta dan tim pelaksana.

Tahap awal pengabdian menghasilkan pemetaan komprehensif mengenai kondisi awal promosi program studi di lingkungan Universitas Muhammadiyah Buton. Hasil observasi menunjukkan bahwa aktivitas promosi sebelumnya masih bersifat informatif-administratif, seperti unggahan dokumentasi kegiatan seremonial, pengumuman akademik, dan informasi penerimaan mahasiswa baru. Konten tersebut belum sepenuhnya dikemas sebagai narasi edukatif yang mampu merepresentasikan keunggulan keilmuan, nilai institusional, serta kontribusi program studi terhadap masyarakat. Selain itu, ditemukan bahwa sebagian besar pengelola program studi dan mahasiswa belum memiliki pemahaman yang sistematis mengenai strategi komunikasi digital dan perencanaan konten berbasis tujuan. Media sosial diposisikan sebagai sarana publikasi, bukan sebagai medium pembelajaran publik dan penguatan branding akademik. Keterbatasan ini berdampak pada rendahnya konsistensi visual, pesan, dan identitas konten yang ditampilkan. Melalui diskusi kelompok terfokus (FGD), teridentifikasi pula bahwa terdapat potensi besar yang belum dimanfaatkan, seperti aktivitas akademik dosen, praktik pembelajaran inovatif, pengabdian masyarakat, serta karya mahasiswa yang sebenarnya bernilai edukatif tinggi. Potensi tersebut belum terkurasi dan terdokumentasi secara sistematis. Temuan ini menjadi dasar perumusan kebutuhan pengembangan konten edukatif yang lebih terarah dan strategis.

Berdasarkan hasil analisis kebutuhan, tim pengabdian bersama peserta menyusun strategi promosi program studi yang berorientasi pada edukasi publik dan penguatan identitas akademik. Strategi ini diwujudkan dalam bentuk perencanaan konten (content planning) yang memuat tema, tujuan komunikasi, sasaran audiens, serta format media yang digunakan. Hasil penting dari tahap ini adalah tersusunnya kerangka konten edukatif yang mencakup beberapa kategori utama, antara lain: (1) konten keilmuan yang menjelaskan bidang kajian dan keunggulan program studi; (2) konten pembelajaran yang menampilkan praktik pedagogis, metode pembelajaran, dan aktivitas akademik; (3) konten inspiratif yang menampilkan profil dosen, mahasiswa, dan alumni; serta (4) konten sosial-edukatif yang menunjukkan keterlibatan program studi dalam pengabdian kepada masyarakat. Kerangka ini menjadi acuan bersama dalam produksi konten berikutnya. Selain itu, peserta memperoleh pemahaman konseptual mengenai pentingnya storytelling akademik, yaitu kemampuan menyampaikan informasi ilmiah dalam bentuk narasi yang komunikatif, kontekstual, dan relevan dengan kebutuhan audiens. Pemahaman ini menjadi landasan dalam mengubah pola komunikasi dari sekadar informatif menjadi edukatif dan persuasif.

Hasil tahap ini menunjukkan adanya peningkatan kesadaran peserta terhadap pentingnya konsistensi pesan dan identitas visual dalam membangun citra program studi.

Tahap implementasi menghasilkan keluaran paling nyata dari kegiatan pengabdian ini. Melalui pendekatan *learning by doing*, peserta secara aktif terlibat dalam proses produksi konten edukatif berbasis media sosial. Berbagai konten berhasil dihasilkan, antara lain video edukatif berdurasi pendek, infografis tematik, dan narasi visual mengenai aktivitas akademik dan pengabdian masyarakat. Secara praktis, peserta mampu menerapkan teknik dasar produksi konten, mulai dari perencanaan naskah, pengambilan gambar, penyuntingan visual, hingga publikasi pada platform digital. Proses ini tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis, tetapi juga membangun kepercayaan diri peserta dalam mengelola media sosial sebagai ruang edukasi publik. Konten yang dihasilkan menunjukkan peningkatan kualitas dari segi kejelasan pesan, estetika visual, dan relevansi dengan identitas program studi. Lebih jauh, implementasi kegiatan ini mendorong terbangunnya kolaborasi lintas peran antara dosen, mahasiswa, dan pengelola program studi. Mahasiswa tidak lagi diposisikan sebagai objek promosi, tetapi sebagai subjek kreatif yang terlibat aktif dalam produksi konten. Hal ini memperkuat rasa kepemilikan (*sense of belonging*) terhadap program studi serta menumbuhkan budaya partisipatif dalam pengelolaan komunikasi institusional.

Evaluasi pelaksanaan dilakukan melalui refleksi bersama dan analisis respons terhadap konten yang telah dipublikasikan. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan keterlibatan audiens, yang ditandai dengan meningkatnya interaksi berupa komentar, tanggapan, dan jangkauan konten. Meskipun belum diukur secara kuantitatif dalam skala besar, indikator kualitatif ini menunjukkan bahwa konten edukatif lebih mampu menarik perhatian dibandingkan unggahan informatif konvensional. Dari sisi internal, peserta menunjukkan peningkatan pemahaman terhadap pentingnya perencanaan komunikasi dan konsistensi identitas digital. Mereka juga mampu mengidentifikasi tantangan yang masih dihadapi, seperti keterbatasan waktu pengelolaan konten dan perlunya pembagian peran yang lebih jelas dalam tim. Refleksi ini menjadi dasar perumusan strategi keberlanjutan, termasuk perlunya pembentukan tim pengelola media sosial program studi yang lebih terstruktur.

Hasil pengabdian menunjukkan bahwa pendekatan berbasis edukasi dan partisipasi mampu meningkatkan kualitas promosi program studi secara signifikan. Konten yang dihasilkan tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi, tetapi juga sebagai media pembelajaran publik yang merepresentasikan nilai-nilai akademik Universitas Muhammadiyah Buton. Hal ini menegaskan bahwa promosi berbasis konten edukatif memiliki potensi besar untuk memperkuat reputasi institusi sekaligus meningkatkan literasi masyarakat terhadap dunia pendidikan tinggi. Hasil pengabdian ini memberikan implikasi strategis bagi pengembangan program studi di Universitas Muhammadiyah Buton. Pertama, model promosi berbasis konten edukatif dapat dijadikan praktik baik (*best practice*) yang direplikasi oleh program studi lain. Kedua, penguatan kapasitas digital sivitas akademika berkontribusi pada kesiapan institusi dalam menghadapi tuntutan transformasi digital pendidikan. Ketiga, keterlibatan aktif mahasiswa dalam produksi konten membuka ruang pembelajaran kontekstual yang selaras dengan semangat Merdeka Belajar. Dengan demikian, hasil pengabdian ini tidak hanya berdampak pada aspek promosi, tetapi juga berkontribusi pada penguatan budaya akademik, peningkatan literasi digital, serta pengembangan identitas institusi secara berkelanjutan. Program ini menjadi fondasi awal bagi pengembangan strategi komunikasi pendidikan yang lebih terintegrasi dan berorientasi jangka panjang di Universitas Muhammadiyah Buton.



Gambar 1. Pembuatan Konten Promosi

Hasil pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat menunjukkan bahwa strategi promosi program studi melalui pembuatan konten edukatif berbasis media sosial memiliki relevansi yang kuat dalam menjawab tantangan komunikasi institusional di era digital. (Michel-villarreal, Vilalta-perdomo, and Salinas-navarro 2023) Temuan ini menguatkan pandangan bahwa promosi pendidikan tinggi tidak lagi dapat dipahami sebagai aktivitas informatif semata, melainkan sebagai proses edukatif yang melibatkan produksi makna, partisipasi sosial, dan pembentukan citra akademik secara berkelanjutan. Dalam konteks Universitas Muhammadiyah Buton, pendekatan ini menjadi penting mengingat posisi geografis dan kebutuhan untuk memperluas jangkauan visibilitas institusi di tingkat regional maupun nasional. Secara konseptual, hasil pengabdian ini sejalan dengan teori komunikasi pendidikan yang menekankan pentingnya interaksi dua arah antara institusi dan publik. Konten edukatif yang dikembangkan tidak hanya menyampaikan informasi tentang program studi, tetapi juga membangun narasi akademik yang mencerminkan nilai keilmuan, etika, dan kontribusi sosial perguruan tinggi. Hal ini memperkuat temuan bahwa media sosial, ketika dimanfaatkan secara strategis, dapat berfungsi sebagai ruang pembelajaran sosial (social learning space) yang mendukung pembentukan literasi publik terhadap pendidikan tinggi. (Manajemen et al. 2024)

Peningkatan kapasitas dosen dan mahasiswa dalam memproduksi konten edukatif menunjukkan adanya pergeseran peran sivitas akademika dari sekadar pengguna media menjadi produsen pengetahuan digital. (Iman, Studi, and Guru 2022; Xu et al. 2025; Zhao, Mayer, and Adamo-villani 2025) Proses ini memperkuat literasi digital sekaligus membangun kesadaran kolektif tentang pentingnya komunikasi akademik yang terencana. Temuan ini mendukung pandangan bahwa keberhasilan promosi institusional tidak hanya ditentukan oleh teknologi yang digunakan, tetapi oleh kesiapan sumber daya manusia dalam mengelola pesan dan makna secara strategis. Hasil pengabdian juga memperlihatkan bahwa pendekatan partisipatif mampu menciptakan rasa kepemilikan (sense of ownership) terhadap konten yang dihasilkan. Keterlibatan aktif dosen dan mahasiswa dalam seluruh tahapan kegiatan mulai dari perencanaan hingga evaluasi berkontribusi terhadap keberlanjutan praktik promosi yang lebih konsisten. (Masitho et al. 2023) Hal ini memperkuat argumen bahwa model promosi berbasis kolaborasi internal lebih

efektif dibandingkan pendekatan top-down yang cenderung bersifat temporer dan administratif. Selain itu, temuan menunjukkan bahwa konten edukatif memiliki daya tarik yang lebih tinggi dibandingkan konten informatif konvensional. Konten yang menampilkan proses pembelajaran, praktik akademik, dan kontribusi sosial program studi mampu membangun kedekatan emosional dengan audiens serta meningkatkan kepercayaan publik. Temuan ini relevan dengan literatur yang menyatakan bahwa kepercayaan dan keterlibatan audiens merupakan prasyarat penting dalam membangun reputasi institusi pendidikan di era digital. (Setyandari 2015)

Namun demikian, hasil pengabdian juga mengungkap sejumlah tantangan yang perlu mendapat perhatian. Keterbatasan waktu, konsistensi produksi konten, serta pembagian peran dalam tim pengelola media sosial masih menjadi kendala yang memerlukan strategi lanjutan. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan promosi digital tidak dapat bergantung pada kegiatan insidental, melainkan membutuhkan sistem pengelolaan yang terstruktur dan berkelanjutan. Oleh karena itu, integrasi pengelolaan media sosial ke dalam tata kelola program studi menjadi langkah strategis yang perlu dipertimbangkan. Secara keseluruhan, pembahasan ini menegaskan bahwa pengabdian kepada masyarakat melalui strategi promosi berbasis konten edukatif tidak hanya berdampak pada peningkatan visibilitas program studi, tetapi juga berkontribusi terhadap penguatan budaya akademik dan literasi digital sivitas akademika. Hasil ini memperkuat argumen bahwa pengabdian masyarakat dapat berfungsi sebagai medium transformasi institusional, bukan sekadar aktivitas pendukung, selama dirancang secara sistematis, reflektif, dan berorientasi pada keberlanjutan.

4. Kesimpulan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat melalui strategi promosi program studi berbasis konten edukatif di Universitas Muhammadiyah Buton menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial secara terencana dan partisipatif mampu menjadi instrumen efektif dalam memperkuat citra akademik dan meningkatkan keterlibatan publik. Pendekatan yang menempatkan konten sebagai media edukasi, bukan sekadar sarana promosi, terbukti mampu membangun narasi keilmuan yang lebih bermakna serta memperkuat hubungan antara institusi dan masyarakat. Hasil pengabdian menunjukkan adanya peningkatan kapasitas sivitas akademika dalam memahami dan memproduksi konten edukatif yang relevan, kontekstual, dan bernilai akademik. Keterlibatan dosen dan mahasiswa secara aktif dalam proses perencanaan hingga evaluasi konten mendorong terbentuknya budaya kolaboratif dan kesadaran akan pentingnya komunikasi digital yang strategis. Selain itu, pendekatan ini berkontribusi pada penguatan identitas program studi dan perluasan jangkauan informasi pendidikan kepada masyarakat. Pengabdian ini menegaskan bahwa strategi promosi berbasis media sosial dapat menjadi bagian integral dari transformasi pendidikan tinggi, khususnya dalam memperkuat literasi digital dan daya saing institusi. Ke depan, keberlanjutan program ini memerlukan dukungan kebijakan internal, pengelolaan yang terstruktur, serta integrasi dengan sistem penjaminan mutu agar manfaatnya dapat dirasakan secara jangka panjang dan berkelanjutan.

Daftar Pustaka

- A'yun, Qurroti, Awalluddin, and Ahmad Makki Hasan. 2024. "Optimizing Digital Pedagogy in Education: Exploring Human Resource Management Approaches." *Mimbar Ilmu*.
- Aditya, Rifqi Qadar, and S. Suranto. 2024. "The Role of Educational Transformation in the Digital Era in Improving Student Quality." *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*.
- Chasannudin, Arif, Hanik Malikhah, Aizzah Laily, and Ahmad Bastomi. 2024. "Pembuatan

- Pojok Baca Dan Pendampingan Literasi Membaca Awal Bagi Anak-Anak Usia Dini." 3. doi: 10.35878/kifah.
- Darmawan, Dadang, Ahmad Fauzi, and Herlina Siregar. 2024. "Pengembangan Kompetensi Literasi Digital Warga Belajar Pendidikan Kesetaraan Dalam Menghadapi Era Revolusi Industri 4.0." *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*.
- Di, Pengajaran, Smpn Satap, and K. A. B. Maros. 2024. "OPTIMALISASI PENINGKATAN LITERASI: PEMBERDAYAAN MAHASISWA KAMPUS MENGAJAR SEBAGAI FASILITATOR." 07(01):122–30.
- Fikri, Asyul. 2023. "Pengembangan LKPD Berbasis Android Untuk Mata Pelajaran Sejarah Kelas XII." *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*.
- Gani, Hatta, Y. F. Arifin, and Muhammad Zaini. 2022. "KEPRAKTIKAN MODUL BERBASIS ANDROID TERHADAP KEMAMPUAN BERPIKIR KRITIS SISWA SMA." *Journal of Banua Science Education*.
- Iman, Bagus Nurul, Program Studi, and Pendidikan Guru. 2022. "Budaya Literasi Dalam Dunia Pendidikan." 24–42.
- Irawan, M. F., and Alia Latifah. 2023. "The Implementation of Kahoot! Application as a Hots-Based Evaluation Media for Elementary School Students." *Al-Aulad: Journal of Islamic Primary Education*.
- Manajemen, J., Pendidikan Islam, Budi Haryanto, B. Wiyono, A. Supriyanto, Kata Kunci, Transformasi Digital, Budaya Kepemimpinan, Digitalisasi Organisasi, and Pelayanan. 2024. "Mapping the Path of Digital Transformation: The Role of Leadership in Building Adaptive Organizational Culture." *Al-Tanzim: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*.
- Masitho, Siti, Arman Paramansyah, Sri Yanih, Tri Sumarsih, Neni Yuningsih, and Deni Ramdhani. 2023. "Pengembangan Assesmen Pembelajaran PAI Pada Lembaga Pendidikan Madrasah Dan Pondok Pesantren Dalam Era Digital." *Jurnal Dirosah Islamiyah*.
- Michel-villarreal, Rosario, Eliseo Vilalta-perdomo, and David Ernesto Salinas-navarro. 2023. "Education Sciences Challenges and Opportunities of Generative AI for Higher Education as Explained by ChatGPT."
- Ridlo, Zainur Rasyid, Mela Dwi Istighfarini, and Supeno Supeno. 2022. "PENGARUH MEDIA APLIKASI BERBASIS ANDROID TERHADAP LITERASI SAINS DAN HASIL BELAJAR IPA SISWA SMP." *LENZA (Lentera Sains): Jurnal Pendidikan IPA*.
- Sadiyah, Kalimatus, Riza Yonisa Kurniawan, and Mochamad Sohibul Anhar. 2023. "Upaya Meningkatkan Hasil Belajar Peserta Didik Melalui Penerapan M-Learning Berbasis Android Dengan Pembelajaran Kontekstual." *Nusantara: Jurnal Pendidikan Indonesia*.
- Setyandari, Ana. 2015. "INOVASI PEMANFAATAN MEDIA FILM UNTUK PENINGKATAN KEMAMPUAN LISTENING DALAM PEMBELAJARAN BAHASA INGGRIS." (91):45–52.
- Sobirin, Sahrul, M. Ihsan, and Wahab Wahab. 2023. "Pemanfaatan Aplikasi Dan Software Digital Terhadap Kebutuhan Evaluasi Pembelajaran Pendidikan Agama Islam." *EDUKASIA: Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran*.
- Sunani, Nuning Hidayah. 2010. "Sistem Penilaian Berbasis Kelas Dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia (Studi Kebijakan Di SMP Negeri Kabupaten Karanganyar)." in *unknown*.
- Suryaningsih, Iin, Siti Rahmawati, Fakultas Psikologi, and Universitas Al-azhar Indonesia. 2024. "Optimalisasi Literasi Dasar Siswa-Siswi Sekolah Dasar Di Kampung Cahaya Melalui Kegiatan Membaca Kritis." (November):20–21.
- Xu, Tao, Yuan Liu, Yaru Jin, Yueyao Qu, and Jie Bai. 2025. "From Recorded to AI-Generated Instructional Videos: A Comparison of Learning Performance and Experience." (February 2024):1463–87. doi: 10.1111/bjet.13530.
- Zhao, Fangzheng, Richard E. Mayer, and Nicoletta Adamo-villani. 2025. "Role of Race and Gender of Pedagogical Agents in Multimedia Learning." 63(4):801–40. doi: 10.1177/07356331251322469.