


Open Access

EFEKTIVITAS PROMOSI MELALUI PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DI HOME EDUCATION INDONESIA

Dea Zahwa Ramadhan^{*1}, Muhadjir Anwar²

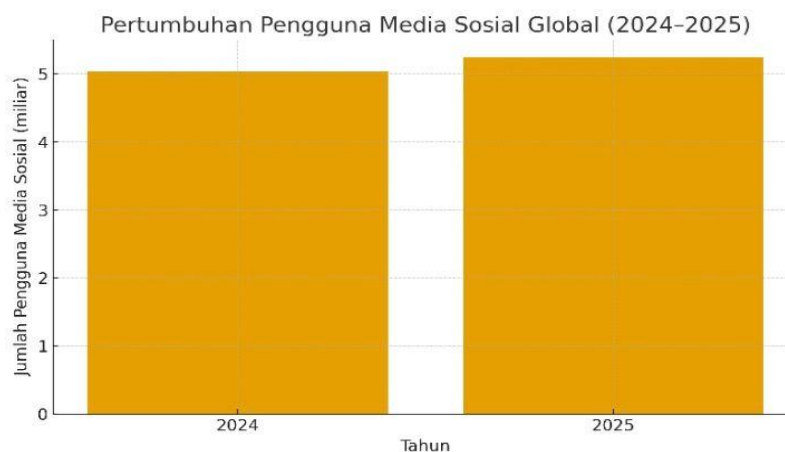
^{1,2} Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur, Surabaya, Indonesia

*Corresponding Author: muhadjira.ma@upnjatim.ac.id

<p>Info Article</p> <p>Received : 12 November 2025</p> <p>Revised : 09 Desember 2025</p> <p>Accepted : 06 Desember 2025</p> <p>Publication : 31 Januari 2025</p>	<p>Abstract: <i>This service activity has the goal to utilise social media by using a participatory method that involves partners in all activities such as observation, planning, implementation, and evaluation. This approach aims to understand the needs of the audience and recognise the right content characteristics. Accompaniment is done by improving visual quality, creating appropriate educational content, ensuring consistency in the posting schedule, and utilising interaction features such as stories, reels, and live broadcasts. The results of this guidance show a considerable increase in account performance, including growth in reach, impressions, interactions, and an organic increase in the number of followers. This proves that a planned, appropriate, and supported content strategy by insight analysis can increase the effectiveness of communication in the digital world. In addition, this activity also helps partners in managing social media sustainably.</i></p>
<p>Keywords: <i>Community Service, Social Media, Content Plan, Digital Communication</i></p> <p>Kata Kunci: Pengabdian masyarakat, Media sosial, Rencana Konten, Komunikasi digital</p>	<p>Abstrak: Kegiatan pengabdian ini memiliki tujuan untuk memanfaatkan media sosial dengan menggunakan metode partisipatif yang melibatkan mitra dalam semua kegiatan seperti, pengamatan, perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Pendekatan ini bertujuan untuk memahami kebutuhan audiens dan mengenali karakteristik konten yang tepat. Pendampingan dilakukan dengan meningkatkan kualitas visual, membuat konten edukatif yang sesuai, memastikan konsistensi dalam jadwal postingan, serta memanfaatkan fitur interaksi seperti story, reels, dan siaran langsung. Hasil dari pendampingan ini menunjukkan peningkatan yang cukup besar dalam performa akun, termasuk pertumbuhan dalam jangkauan, impresi, interaksi, dan penambahan jumlah pengikut secara organik. Ini membuktikan bahwa strategi konten yang terencana, sesuai, dan didukung oleh analisis wawasan dapat meningkatkan efektivitas komunikasi di dunia digital. Selain itu, kegiatan ini juga membantu mitra dalam mengelola media sosial secara berkelanjutan.</p>
<p>Licensed Under a Creative Commons Attribution 4.0 International License</p> 	

INTRODUCTION

Pada era sekarang, perkembangan teknologi digital yang pesat telah menjadi alat komunikasi yang sangat efisien untuk mencapai banyak orang. Jaringan sosial, dengan jutaan pengguna aktif di seluruh dunia, telah menjadi salah satu inovasi terbesar dalam dunia komunikasi dan informasi pada zaman digital ini. Pada awal tahun 2024, diperkirakan ada sekitar 5,04 miliar individu yang menggunakan media sosial secara global, yang setara dengan sekitar 62,3% dari total populasi dunia. Angka ini mencerminkan bahwa lebih dari separuh populasi dunia telah terhubung melalui platform-platform digital. Menjelang tahun 2025, jumlah pengguna media sosial diprediksi akan terus naik hingga mencapai 5,24 miliar, yang berhubungan dengan 63,9% dari populasi global. Kenaikan ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya berperan sebagai sarana komunikasi, melainkan juga telah menjadi bagian penting dari aktivitas sehari-hari masyarakat modern, baik dalam konteks informasi, pembelajaran, maupun interaksi sosial secara global.



Gambar 1. Jumlah Pengguna Sosial Media 2024-2025

Jaringan sosial merupakan kumpulan aplikasi berbasis internet yang mendukung pembuatan serta pertukaran konten yang dihasilkan oleh pengguna (*user-generated content*) (Kaplan & Haenlein, 2010). Dengan sifatnya yang interaktif dan mudah diakses, jaringan sosial telah menjadi salah satu sarana utama dalam kegiatan promosi karena mampu menjangkau audiens yang luas dengan biaya relatif terjangkau serta efisiensi waktu yang tinggi. Melalui jaringan sosial, perusahaan dapat memperkuat citra merek sekaligus meningkatkan interaksi dengan audiens melalui penyajian konten yang menarik dan bernilai informatif (Kotler & Keller).

Dalam konteks pemasaran digital, strategi yang efektif perlu memanfaatkan karakteristik unik dari setiap platform media sosial. Strategi tersebut mencakup

konsistensi dalam penerbitan konten, daya tarik visual, gaya penyampaian pesan, serta terciptanya interaksi dua arah antara organisasi dan pengguna (Tuten & Solomon, 2017). Namun, pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi tidak hanya bergantung pada frekuensi unggahan konten. Keberhasilan pemasaran digital sangat ditentukan oleh perencanaan konten yang tepat, pemahaman terhadap perilaku audiens, serta kemampuan menyampaikan pesan secara jelas dan relevan (Ryan, 2016). Konten yang tidak terarah, jadwal publikasi yang tidak konsisten, atau ketidaksesuaian dengan preferensi audiens dapat berdampak pada rendahnya tingkat keterlibatan (*engagement*) dan jangkauan (*reach*).

Evaluasi kinerja di media sosial sangat penting bagi keberhasilan promosi. Analisis data seperti jangkauan, interaksi, tampilan, dan peningkatan jumlah pengikut menjadi dasar untuk mengukur apakah strategi yang diterapkan berhasil. Mengetahui algoritma dari aplikasi seperti Instagram dapat membantu perusahaan menyesuaikan cara agar kontennya lebih mudah diterima oleh pengguna (Miles, 2019). Dalam konteks ini, tantangan yang dihadapi oleh Home Education Indonesia adalah mengoptimalkan penggunaan media sosial di akun Instagram @bumil_pintar, yang mengalami penurunan dalam hal wawasan dan tingkat partisipasi.

Keadaan ini menunjukkan bahwa konten yang dipublikasikan belum memadai untuk kebutuhan dan minat audiens. Oleh sebab itu, program pengabdian ini dirancang untuk membantu Home Education Indonesia dalam meningkatkan efektivitas promosi melalui manajemen media sosial yang lebih terencana. Tujuan dari kegiatan ini mencakup analisis kebutuhan audiens, perencanaan konten, pemanfaatan fitur Instagram seperti Story dan siaran langsung, serta penilaian rutin berdasarkan wawasan yang diperoleh. Diharapkan langkah-langkah ini dapat meningkatkan kualitas konten, memperluas jangkauan audiens, dan memperkuat citra sebagai penyedia layanan untuk keluarga.

METHOD

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di Home Education Indonesia menerapkan metode partisipatif dengan melibatkan mitra secara aktif pada setiap tahapan kegiatan. Melalui pendekatan partisipatif ini, mitra memiliki kesempatan untuk menyampaikan kebutuhan serta permasalahan yang dihadapi secara lebih tepat. Dengan demikian, seluruh komponen program, mulai dari tahap perencanaan, penyusunan materi, hingga evaluasi, dapat disesuaikan sehingga menghasilkan kegiatan

yang lebih efektif dan relevan. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini meliputi beberapa tahapan, antara lain perancangan, penjadwalan, dan pengunggahan konten pada akun Instagram @bumil_pintar yang bertujuan untuk memberikan informasi edukatif kepada ibu hamil. Metode pelaksanaan kegiatan menggunakan teknik observasi. Observasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang efektif karena memungkinkan peneliti memperoleh data yang akurat dan faktual berdasarkan kondisi nyata yang terjadi selama kegiatan berlangsung.

1. Langkah Observasi.

Pada langkah awal, kelompok pengabdian melakukan observasi terhadap aktivitas media sosial Home Education Indonesia, mencakup berbagai jenis konten yang diupload, tingkat posting, serta penggunaan fitur-fitur Instagram seperti story, reels, saluran, dan Live. Hasil pengamatan ini menjadi dasar untuk menyusun strategi yang lebih efisien.

2. Langkah Perencanaan.

Dalam tahap perencanaan, terdapat pemilihan ide konten, desain gambar yang menarik, penyusunan teks informatif, menulis hashtag yang relevan, serta mengatur waktu unggahan untuk memaksimalkan efektivitas postingan di Instagram.

3. Langkah Implementasi.

Pelaksanaan dilakukan dengan melaksanakan rencana yang telah dibuat. Aktivitas utama terdiri dari; pengembangan bahan pendidikan mengenai kehamilan yang disesuaikan dengan kebutuhan audiens, penjadwalan posting pada waktu tertentu, dan pemanfaatan fitur interaktif (story, polling, dan siaran langsung). Pelaksanaan ini bertujuan untuk meningkatkan partisipasi, memperluas jangkauan, dan memperbaiki citra akun sebagai sumber informasi yang dapat dipercaya bagi ibu hamil.

4. Penilaian (Evaluasi).

Tahapan penilaian dibuat untuk menilai seberapa berhasil strategi yang telah dilaksanakan dan untuk mengidentifikasi penyesuaian yang diperlukan.

RESULTS AND DISCUSSION

Result

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada bulan Juli hingga November 2025 dalam rangka kolaborasi dengan PT Naruna Karya Bersama. Kegiatan yang dilakukan oleh penulis difokuskan pada pengembangan pemanfaatan media sosial Instagram @bumil_pintar sebagai sarana promosi edukatif yang ditujukan

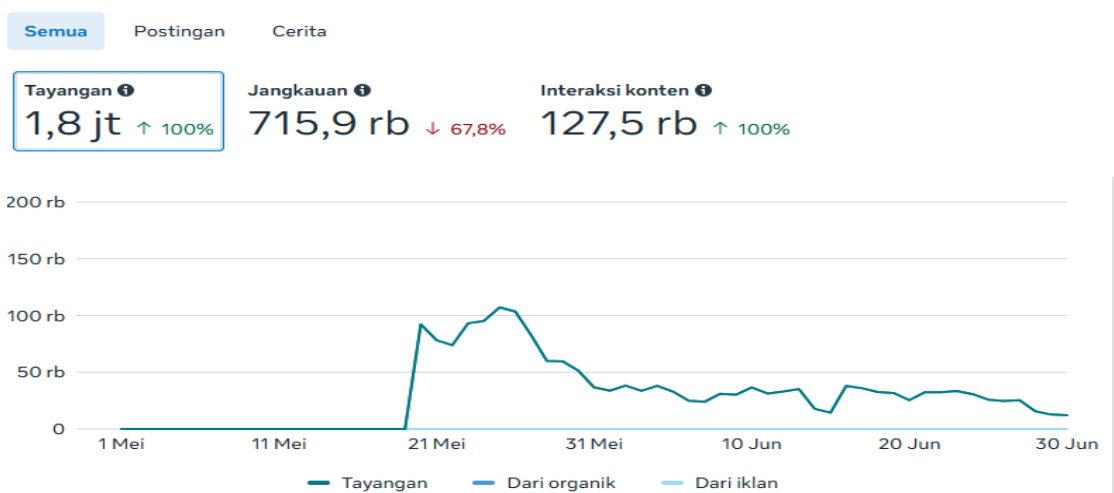
bagi ibu hamil. Media sosial merupakan salah satu platform penting yang memberikan peluang bagi organisasi untuk terhubung secara langsung dengan pengguna melalui penyajian konten yang menarik dan sesuai dengan kebutuhan audiens (Kaplan & Haenlein, 2010).



Gambar 2. Tampilan Profil Akun Instagram @bumil_pintar

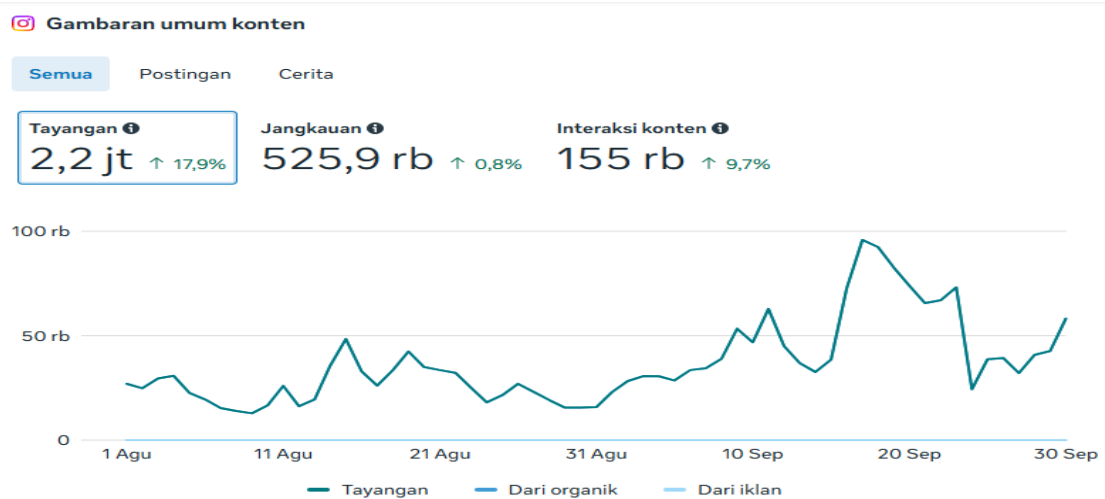
Bumil Pintar merupakan akun Instagram yang dikelola oleh PT Naruna Karya Bersama sebagai bagian dari strategi pelayanan dalam program Home Education Indonesia. Akun ini bertujuan menyediakan wadah informasi bagi ibu hamil agar dapat memperoleh pengetahuan serta berbagi pengalaman terkait perawatan dan perkembangan bayi.

Hasil pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial, khususnya Instagram, memberikan dampak positif terhadap efektivitas promosi Home Education Indonesia. Pada tahap awal, hasil observasi menunjukkan bahwa akun Instagram @bumil_pintar mengalami penurunan *insight*, yang ditandai dengan rendahnya jangkauan (*reach*), impresi (*impressions*), serta tingkat interaksi pengguna (*engagement*). Kondisi tersebut disebabkan oleh konten yang sebelumnya belum mampu menarik perhatian audiens secara optimal, baik dari segi kualitas visual, pemilihan tema, maupun teknik penyampaian pesan.



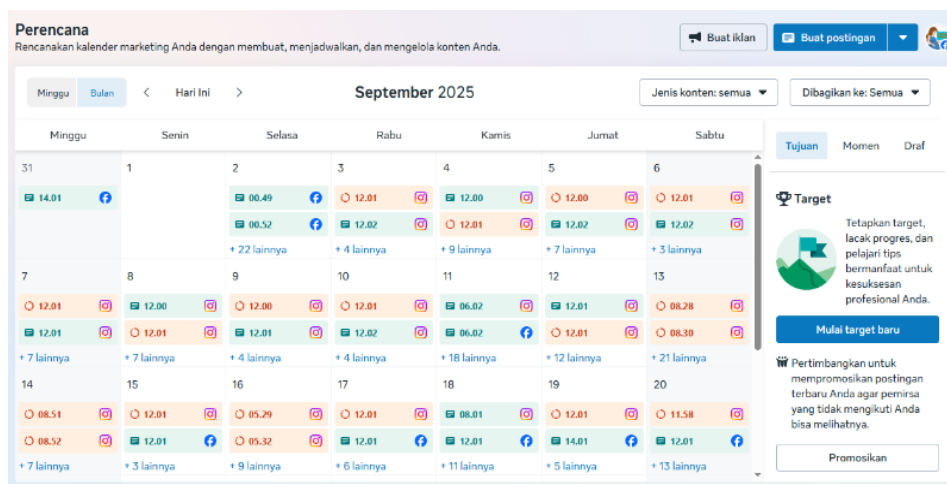
Gambar 3. Data insight akun Instagram @bumil_pintar sebelum pendampingan

Setelah pelaksanaan proses bimbingan yang meliputi penyusunan materi edukasi yang lebih relevan, perbaikan tampilan visual konten, penulisan deskripsi yang lebih menarik, serta pemanfaatan fitur interaktif Instagram seperti *Story*, *Reels*, dan *live streaming*, hasil analisis menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan. Peningkatan tersebut terlihat dari bertambahnya jangkauan (*reach*), meningkatnya jumlah tayangan (*impressions*) pada setiap unggahan, serta berkembangnya interaksi audiens yang ditunjukkan melalui jumlah suka, komentar, dan reaksi pada fitur *Story*.



Gambar 4. Data Insight Akun Instagram @bumil_pintar Setelah Pendampingan

Kegiatan pendampingan yang dilakukan menunjukkan bahwa peningkatan kualitas tampilan, penjadwalan konten yang teratur dalam melakukan posting, serta pemahaman mengenai karakteristik audiens dapat secara drastis meningkatkan kinerja akun.



Gambar 5. Penjadwalan Konten Menggunakan Meta Business Suite

Dengan mengikuti kegiatan ini, Mitra juga mendapatkan pemahaman baru mengenai cara-cara mengelola media sosial yang efisien, sehingga mampu

mempertahankan kinerja akun secara konsisten. Peningkatan kinerja akun Instagram @bumil_pintar setelah mendapatkan bimbingan mengindikasikan bahwa rencana komunikasi digital yang baik bisa meningkatkan efektivitas promosi dengan cara yang sangat signifikan. Media sosial berperan sebagai platform interaktif, membantu dalam pertukaran informasi secara cepat dan luas. Oleh karena itu, keberhasilan dalam komunikasi sangat dipengaruhi oleh kualitas, konsistensi, dan relevansi konten yang disajikan (Kaplan dan Haenlein, 2010). Pada awalnya, rendahnya wawasan dari akun menunjukkan bahwa konten yang diposting tidak memenuhi ekspektasi dan keinginan audiens. Sedikitnya interaksi, daya tarik visual yang kurang, serta ketidakteraturan dalam pengunggahan menyebabkan penurunan partisipasi, sebagaimana dijelaskan oleh Ryan (2016) bahwa konten yang kurang sesuai dan tidak konsisten dapat berdampak langsung pada rendahnya keterlibatan pengguna.

Dengan mengadakan bimbingan yang mencakup analisis audiens, perencanaan konten, dan pemanfaatan fitur-fitur Instagram secara maksimal, kinerja akan mengalami peningkatan. Analisis sebagai sarana pengumpulan data memberikan wawasan yang mendalam tentang kondisi, kebutuhan, dan perilaku audiens (Rahardjo, 2017). Berdasarkan wawasan ini, pembuatan konten yang bersifat edukatif menjadi lebih cocok, terutama bagi ibu hamil yang memerlukan informasi yang praktis, terpercaya, dan mudah dipahami. Hal ini menegaskan bahwa efektivitas dalam pemasaran digital akan meningkat ketika kontennya bersifat informatif dan dapat melibatkan audiens secara interaktif (Tuten dan Solomon, 2017).

Penggunaan elemen interaktif seperti Story, Reels, dan live streaming telah terbukti meningkatkan partisipasi karena memungkinkan komunikasi dua arah yang lebih efektif. Komunikasi dua arah menjadi faktor kunci dalam keberhasilan promosi di media sosial (Tuten dan Solomon, 2017). Selain itu, menjaga konsistensi dalam melakukan posting dan menggunakan teks yang meyakinkan dengan call to action (CTA) juga berkontribusi pada dorongan bagi pengguna untuk bertindak, sejalan dengan pendapat Kotler dan Keller (2016) yang menyatakan bahwa komunikasi pemasaran harus mampu memotivasi audiens untuk merespon.

Evaluasi secara rutin melalui analisis insight mengungkapkan pertumbuhan dalam jangkauan, impresi, dan interaksi setelah penerapan strategi. Ini sejalan dengan pandangan Miles (2019) yang menjelaskan bahwa analisis kinerja digital sangat penting untuk menilai sejauh mana strategi efektif dan melakukan perbaikan. Oleh karena itu, dukungan ini tidak hanya memperbaiki hasil di akun instagram @bumil_pintar dalam

waktu singkat, tetapi juga memperkuat kemampuan mitra untuk mengelola media sosial dengan cara yang strategis dan berkelanjutan. Hasil dari peningkatan ini juga menunjukkan bahwa konten berkualitas, visual yang menarik, serta strategi komunikasi yang sesuai, ditambah dengan pemanfaatan fitur media sosial, dapat secara signifikan meningkatkan efektivitas promosi Home Education Indonesia.

CONCLUSION

Kegiatan pengabdian masyarakat yang dilaksanakan di Home Education Indonesia melalui optimalisasi dan pemanfaatan platform media sosial, terutama di akun Instagram @bumil_pintar, telah mampu memberikan dampak positif yang sangat signifikan terhadap efektivitas promosi di ranah digital. Dari hasil observasi awal, akun tersebut menunjukkan performa yang menurun, terlihat dari rendahnya jangkauan, impresi, dan interaksi audiens. Namun, setelah melalui serangkaian pengamatan, planing, penciptaan konten, serta penggunaan fitur interaktif (Story, Reels, Live), performa akun telah mengalami peningkatan yang berkelanjutan.

Peningkatan ini ditunjukkan melalui bertambahnya jangkauan, meningkatnya impresi, serta peningkatan interaksi audiens (seperti likes, komentar, dan tanggapan terhadap Story), dan pertumbuhan pengikut secara alami. Ini mengindikasikan bahwa penerapan strategi konten yang Diperhitungkan, relevan, dan konsisten merupakan faktor penting pada mencapai kesuksesan dalam promosi lewat media sosial. Selain itu, kegiatan pendampingan memberikan manfaat tambahan berupa peningkatan pemahaman bagi mitra tentang pengelolaan media sosial yang strategis, sehingga mereka dapat menjaga kinerja akun dalam jangka waktu yang panjang.

Secara keseluruhan, kegiatan ini berhasil mengatasi permasalahan yang awalnya dihadapi oleh mitra serta memberikan pengaruh positif yang berarti terhadap peningkatan komunikasi di ruang digital, mutu konten edukatif, dan reputasi Home Education Indonesia sebagai penyedia layanan pendidikan yang berhubungan dengan keluarga dan kehamilan yang bersifat informatif. Home Education Indonesia disarankan untuk terus menerapkan strategi manajemen media sosial yang terencana, konsisten, dan sesuai dengan kebutuhan audiens dengan memanfaatkan fitur interaktif di Instagram seperti Story, Reels, dan Live. Melakukan evaluasi kinerja konten secara rutin dengan memanfaatkan data analitik media sosial sangatlah penting sebagai dasar untuk mengambil keputusan dalam mengembangkan strategi pemasaran digital.

REFERENCES

- Tewu, D., Destine, D., & Gunawan, I. (2024). ANALYSIS OF SOCIAL MEDIA USER GROWTH AND ITS IMPLICATIONS FOR DIGITAL MARKETING STRATEGIES IN INDONESIA.
- DataReportal. (2024). GLOBAL DIGITAL REPORT 2024: SOCIAL MEDIA USERS WORLDWIDE. <https://datareportal.com/>
- The Global Statistics. (2025). GLOBAL SOCIAL MEDIA USERS STATISTICS 2025. <https://www.theglobalstatistics.com>
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). USERS OF THE WORLD, UNITE! THE CHALLENGES AND OPPORTUNITIES OF SOCIAL MEDIA. *Business Horizons*, 53(1), 59–68.
- Park, S. (2020). MARKETING MANAGEMENT (Vol. 3). Seohee Academy.
- Yousuf, G. B. Y. (2025). STRATEGI SOCIAL MEDIA MARKETING DALAM MEMBANGUN BRAND ENGAGEMENT PADA MEDIA SOSIAL MY BURGER.
- Tuten, T. L. (2023). SOCIAL MEDIA MARKETING.
- Ryan, D. (2016). UNDERSTANDING DIGITAL MARKETING: MARKETING STRATEGIES FOR ENGAGING THE DIGITAL GENERATION. Kogan Page Publishers.
- Miles, J. (2013). INSTAGRAM POWER: BUILD YOUR BRAND AND REACH MORE CUSTOMERS WITH THE POWER OF PICTURES. McGraw Hill Professional.
- Rahardjo, M. (2017). STUDI KASUS DALAM PENELITIAN KUALITATIF: KONSEP DAN PROSEDURNYA.