

Sosialisasi Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Jurusan Arsitektur Istp Ke Sma Wr Supratman 2 Medan

Harlen Sihotang^{*)}, Endy M Mulia, Paterson HP Sibarani dan Isniar TL Ritonga

Teknik Arsitektur Institut Sains dan Teknologi TD Pardede, Medan, Indonesia

*) *Cooresponding* : harlenshtg@gmail.com

Abstract

In the digital era, social media plays an important role in communication and promotion strategies, including in higher education. This community service activity aims to increase students' understanding and interest in the ISTP Architecture Department through the socialization of the use of Instagram social media as a communicative promotional medium that is in accordance with the characteristics of the younger generation. The target of the activity is grade XII students of SMA WR Supratman 2 Medan. The implementation method includes socialization, training in the use of social media, observation, and production of visual content in the form of student architectural designs, documentation of academic activities, and information about career prospects for graduates. The evaluation results showed an increase in students' understanding of the ISTP Architecture study program and the emergence of interest in continuing their studies in architecture. Instagram has proven to be an effective medium in conveying information in a more interesting, fast, and easily accessible way. This activity is proof that the digital approach can be used as a relevant and efficient promotional strategy in increasing the competitiveness of higher education institutions.

Abstrak

Di era digital, media sosial memainkan peran penting dalam strategi komunikasi dan promosi, termasuk dalam bidang pendidikan tinggi. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan ketertarikan siswa terhadap Jurusan Arsitektur ISTP melalui sosialisai penggunaan media sosial Instagram sebagai sarana promosi yang komunikatif dan sesuai dengan karakteristik generasi muda. Sasaran kegiatan adalah siswa kelas XII SMA WR Supratman 2 Medan. Metode pelaksanaan meliputi sosialisasi, pelatihan pemanfaatan media sosial, observasi, serta produksi konten visual berupa desain arsitektur mahasiswa, dokumentasi kegiatan akademik, dan informasi seputar prospek karier lulusan. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan pemahaman siswa terhadap program studi Arsitektur ISTP serta munculnya ketertarikan untuk melanjutkan studi di bidang arsitektur. Instagram terbukti menjadi media yang efektif dalam menyampaikan informasi dengan cara yang lebih menarik, cepat, dan mudah diakses. Kegiatan ini menjadi bukti bahwa pendekatan digital dapat dimanfaatkan sebagai strategi promosi yang relevan dan efisien dalam meningkatkan daya saing institusi pendidikan tinggi.

Keywords: *Architecture, Community service, education promotion, Instagram social media*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan besar dalam cara manusia berinteraksi, memperoleh informasi, dan membuat keputusan, termasuk dalam dunia pendidikan. Media sosial kini menjadi salah satu saluran komunikasi utama yang digunakan oleh generasi muda, terutama siswa tingkat SMA. Media sosial adalah sekelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas fondasi ideologis dan teknologi Web 2.0 yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran konten buatan pengguna [1]. Dengan demikian, media sosial berperan sebagai sarana komunikasi dua arah yang interaktif, cepat, dan luas jangkauannya.

Instagram, sebagai salah satu platform media sosial yang berbasis visual, memiliki keunggulan dalam menyampaikan informasi secara menarik dan komunikatif. Data dari We Are Social (2023) menunjukkan bahwa Instagram merupakan salah satu platform yang paling banyak digunakan oleh kelompok usia 16–24 tahun di Indonesia [2]. Dengan fitur-fitur seperti feed, story, reels, dan live, Instagram memungkinkan penyajian konten promosi yang tidak hanya informatif tetapi juga kreatif dan engaging. Dalam konteks promosi institusi pendidikan tinggi, pemanfaatan Instagram menjadi strategi yang relevan untuk menjangkau calon mahasiswa secara lebih efektif [3].

Jurusan Arsitektur ISTP memiliki berbagai potensi akademik, kegiatan kreatif, dan hasil karya mahasiswa yang dapat ditampilkan secara menarik melalui media sosial. Namun demikian, masih terdapat keterbatasan dalam penyebaran informasi promosi yang mampu menjangkau langsung calon mahasiswa dari kalangan siswa SMA. Berdasarkan observasi awal, banyak siswa yang belum mengenal lebih dalam tentang program studi arsitektur maupun peluang karier di bidang tersebut.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memanfaatkan Instagram sebagai media promosi yang sesuai dengan karakteristik generasi digital-native. Siswa SMA WR Supratman 2 Medan dipilih sebagai mitra sasaran karena merupakan salah satu sekolah yang memiliki potensi besar dalam menjaring calon mahasiswa baru. Melalui pelatihan, pembuatan konten visual, serta interaksi langsung melalui media sosial, diharapkan terjadi peningkatan minat dan pemahaman siswa terhadap jurusan Arsitektur ISTP.

Dengan pendekatan berbasis teknologi digital dan komunikasi visual, kegiatan ini tidak hanya berkontribusi dalam promosi institusi, tetapi juga dalam penguatan relasi antara pendidikan tinggi dan masyarakat sebagai bagian dari tanggung jawab sosial institusi akademik [4]. Penelitian lain juga menunjukkan bahwa strategi promosi digital yang menjangkau media sosial terbukti lebih efisien dan berdampak dalam menjangkau calon mahasiswa dibandingkan metode konvensional [5]. Selain itu, media sosial mendukung pembentukan citra institusi yang dinamis dan responsif terhadap kebutuhan informasi generasi muda [6].

Generasi Z yang mendominasi populasi siswa saat ini memiliki kecenderungan kuat terhadap visualisasi, konten singkat, serta interaktivitas, sehingga strategi promosi melalui media sosial seperti Instagram dapat menjadi pendekatan yang sangat strategis [7]. Keberhasilan komunikasi promosi dalam pendidikan juga dipengaruhi oleh seberapa baik konten tersebut dikemas sesuai tren digital, dan bagaimana institusi mampu mempertahankan keterlibatan audiensnya secara konsisten [8]. “Media sosial merupakan media yang didesain berbasis internet yang memungkinkan penggunaannya untuk saling berinteraksi, berbagi, dan memproduksi konten” [9].

“Strategi konten visual yang menarik di Instagram terbukti dapat meningkatkan persepsi positif terhadap citra lembaga pendidikan” [10].

METODE

Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan partisipatif, khususnya dalam bentuk kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM). Kualitatif Metode ini digunakan karena kegiatan fokus pada pemaparan proses, observasi respon, dan deskripsi perubahan pemahaman serta ketertarikan siswa setelah dilakukan intervensi promosi melalui media sosial Instagram. Sedang pendekatan partisipatif tim dosen terlibat langsung dengan mitra (siswa SMA) melalui: Koordinasi dan pertemuan langsung, Penyampaian materi promosi, Interaksi dan diskusi dua arah dan Pemanfaatan akun Instagram dalam praktik nyata.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Masyarakat sosialisasi penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Jurusan Arsitektur ISTP di SMA WR Supratman 2 Medan dilakukan di ruang kelas pada kelas XII. Kegiatan ini dilakukan dalam 2 kali pertemuan (2 hari): Adapun rundown acara yang akan dilakukan adalah sebagai berikut:

Tabel 1. *Rundown* acara Kegiatan Pengabdian Masyarakat sosialisasi penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Jurusan Arsitektur ISTP di SMA WR Supratman 2 Medan.

Waktu	Kegiatan
HARI KE-1	
08.30 – 08.45	Melaksanakan koordinasi awal dengan pihak Sma WR SUPRATMAN 2
08.45 – 09.00	Menentukan peserta adalah murid kelas XII
09.00 – 10.00	Permohonan surat tugas PkM dari pihak LPPM ISTP medan.
HARI KE-2	
08.30 – 08.45	Pembukaan - Sambutan dari pihak sekolah - Sambutan dari Ketua Tim Pengabdian ISTP
08.45 – 09.00	Koordinasi teknis pelaksanaan kegiatan - Penjelasan tujuan kegiatan kepada peserta - Penentuan alur ses
09.00 – 09.45	Sesi 1: Pengenalan Instagram sebagai Media Sosial dan Media Promosi - Paparan konsep dasar Instagram - Penjelasan tentang akun @arsitekturistp - Penayangan contoh konten (tugas studio, maket, kegiatan akademik)
09.45 – 10.30	Sesi 2: Presentasi Karya Mahasiswa Arsitektur ISTP - Penjelasan portofolio digital (desain, maket, proyek tugas studio) - Tampilan visual melalui akun Instagram
10.30 – 11.00	Diskusi interaktif dan tanya jawab - Tanya jawab seputar jurusan, karya, sistem pembelajaran, peluang karier - Siswa mencoba langsung akses akun Instagram jurusan
11.00 – 11.15	Penutup - Kesimpulan kegiatan - Harapan dan tindak lanjut promos

11.15 – selesai | Dokumentasi bersama & penyerahan cenderamata

1. Melaksanakan koordinasi awal dengan pihak Sma Wr Supratman 2 Medan untuk menentukan waktu pelaksanaan dan peserta pada kegiatan tersebut, adapun peserta yang adalah kelas XII, serta membuat surat tugas dari pihak LPPM ISTP medan.



Gambar 1. Koordinasi awal dengan pihak SMA WR Supratman 2 Medan.

2. Pengenalan Instagram sebagai media sosial dan promosi, dimana pada kegiatan ini melibatkan tenaga pendidik Dosen Arsitektur yang berasal dari Kampus ISTP Medan. Kegiatan ini bertujuan mengenalkan Instagram sebagai media sosial sekaligus sebagai media promosi. Berikut sebagian materi yang disampaikan pada kegiatan tersebut terdapat pada Gambar 1, untuk lebih lengkapnya materi https://www.youtube.com/results?search_query=arsitektur+istp tersebut dapat dilihat pada tautan berikut:



Gambar 2. Dokumentasi Memperkenalkan Jurusan Arsitektur ke kelas XII SMA 2 WR Supratman oleh Dosen Arsitektur ISTP Medan melalui akun sosial media @arsitekturistp

Adapun bentuk realisasi kegiatan pengabdian yang dilaksanakan oleh tim dosen Arsitektur ISTP di SMA WR Supratman 2 Medan adalah memperkenalkan Program Studi Arsitektur ISTP secara langsung kepada `siswa kelas XII yang berada pada tahap akhir masa studi dan sedang mempertimbangkan pilihan perguruan tinggi. Kegiatan promosi ini dilakukan melalui pendekatan

visual dan digital dengan memanfaatkan platform media sosial Instagram sebagai sarana penyampaian informasi.

Tim pengabdian menampilkan karya-karya mahasiswa Arsitektur ISTP yang telah dipublikasikan melalui akun resmi Instagram jurusan @arsitekturistp. Konten yang ditampilkan meliputi dokumentasi tugas-tugas studio desain, maket, presentasi digital, dan kegiatan akademik lainnya yang mencerminkan proses pembelajaran serta kualitas hasil kerja mahasiswa.

Hasil berisi deskripsi tentang hasil dari proses pengabdian masyarakat, yaitu penjelasan tentang dinamika proses pendampingan (ragam kegiatan yang dilaksanakan, bentuk-bentuk aksi yang bersifat teknis atau aksi program untuk memecahkan masalah komunitas) dan menjelaskan munculnya perubahan sosial yang diharapkan. Pembahasan berisi deskripsi tentang diskusi hasil pengabdian masyarakat, diskusi teoritik yang relevan dengan temuan hasil pengabdian masyarakat. Juga mendiskusikan tentang temuan teoritis dari proses pengabdian mulai awal sampai terjadinya perubahan sosial. Pembahasan hasil pengabdian masyarakat ini dikuatkan dengan referensi dan perspektif teoretik yang didukung dengan *literature review* yang relevan.



Gambar 3. Dokumentasi memperkenalkan tugas-tugas studio desain, maket, presentasi digital ke siswa kelas XII

Melalui pemaparan tersebut, siswa SMA diberikan gambaran nyata mengenai kegiatan akademik di jurusan Arsitektur, sekaligus memunculkan ketertarikan dan motivasi untuk melanjutkan pendidikan tinggi di bidang arsitektur.

Pendekatan ini dinilai efektif karena menyesuaikan dengan pola konsumsi informasi siswa generasi digital-native yang lebih responsif terhadap konten visual di media sosial. Selain itu, promosi berbasis karya juga menjadi sarana pembuktian kualitas dan potensi akademik yang dimiliki oleh Program Studi Arsitektur ISTP.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di SMA WR Supratman 2 Medan telah berjalan dengan baik dan mendapat respon positif dari pihak sekolah maupun para siswa. Fokus utama kegiatan ini adalah memperkenalkan Program Studi Arsitektur ISTP kepada

siswa kelas XII melalui pendekatan digital berbasis media sosial, khususnya Instagram, dengan menampilkan karya-karya mahasiswa sebagai media promosi utama.

Selama kegiatan berlangsung, tim pengabdian menyampaikan informasi terkait profil jurusan Arsitektur, sistem pembelajaran, peluang karier, serta memperlihatkan hasil karya mahasiswa ISTP seperti desain arsitektur, maket, dan proyek tugas studio lainnya yang telah dipublikasikan melalui akun resmi Instagram jurusan (@arsitekturistp). Kegiatan dilaksanakan secara langsung di kelas XII, dalam bentuk presentasi interaktif, diskusi terbuka, dan demonstrasi pemanfaatan Instagram sebagai media eksplorasi informasi.

Dari observasi lapangan dan tanggapan langsung yang dikumpulkan selama kegiatan, terlihat bahwa sebagian besar siswa menunjukkan antusiasme dan ketertarikan terhadap jurusan Arsitektur setelah melihat karya visual mahasiswa. Beberapa siswa juga aktif bertanya mengenai proses belajar, jenjang karier, serta fasilitas yang tersedia di ISTP. Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan promosi berbasis media sosial yang menampilkan portofolio mahasiswa memiliki daya tarik tersendiri bagi calon mahasiswa dari kalangan siswa SMA.



Gambar 4. Suasana penyampaian materi promosi jurusan Arsitektur ISTP dan diskusi interaktif antara siswa dan tim dosen di kelas XII.

Dokumentasi kegiatan (Gambar 4) menunjukkan antusiasme siswa selama sesi berlangsung, termasuk saat mereka mengakses dan menjelajahi akun Instagram jurusan secara langsung melalui perangkat masing-masing. Hal ini mengindikasikan bahwa media sosial bukan hanya efektif sebagai sarana promosi, tetapi juga mampu membangun komunikasi dua arah antara institusi pendidikan tinggi dan calon mahasiswa.

Hasil Observasi: Antusiasme dan Partisipasi Siswa Kelas XII

Berdasarkan hasil observasi selama kegiatan pengabdian masyarakat di SMA WR Supratman 2 Medan, siswa kelas XII menunjukkan antusiasme dan partisipasi aktif sepanjang kegiatan berlangsung. Hal ini tercermin dari keikutsertaan mereka dalam sesi diskusi, tanya jawab, serta keterlibatan langsung saat mengakses konten Instagram @arsitekturistp melalui perangkat masing-masing.

Beberapa pertanyaan yang diajukan siswa sebagai bentuk antusiasme dan ketertarikan terhadap materi, antara lain:

- **“Bagaimana cara membuat maket arsitektur yang bagus untuk tugas sekolah, Pak?”**
(Siswa menunjukkan minat pada aspek teknis pembuatan maket dan dosen arsitektur langsung menjelaskannya.)
- **“Di ISTP diajarkan juga nggak, Pak, pakai software buat desain rumah 3D?”**
(Siswa ingin mengetahui keterkaitan pembelajaran arsitektur dengan teknologi desain, dosen menjaelskan software apa saja yang digunakan.)
- **“Kalau lulus Arsitektur, bisa kerja jadi apa aja ya, Pak?”**
(Siswa menunjukkan perhatian terhadap prospek karier lulusan Arsitektur.)

- **“Kalau mau daftar ke Arsitektur ISTP, harus bisa gambar dulu nggak, Pak?”**
(Siswa menanyakan persyaratan masuk sebagai bentuk kesiapan diri.)
- **“Itu maket dan desain yang di-Instagram, mahasiswa kerjakan sendiri atau kelompok, Pak?”**
(Siswa ingin memahami dinamika pengerjaan tugas di perkuliahan.)

Selain pertanyaan, observasi juga mencatat bahwa para siswa secara aktif membuka dan menelusuri akun Instagram jurusan Arsitektur ISTP, berdiskusi antarsesama mengenai karya yang ditampilkan, dan memberikan tanggapan positif terhadap visualisasi konten. Beberapa siswa tampak antusias berkomentar secara langsung seperti:

- **“Keren kali ya hasil maketnya, kayak nyata!”**
- **“Aku jadi mau belajar gambar biar bisa masuk Arsitektur nanti.”**

Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan promosi berbasis media sosial, terutama dengan menampilkan portofolio karya mahasiswa, efektif dalam menarik perhatian dan membangun komunikasi dua arah dengan calon mahasiswa dari kalangan siswa SMA.

Secara keseluruhan, kegiatan ini memberikan dampak positif dalam meningkatkan visibilitas Jurusan Arsitektur ISTP dan diharapkan dapat menjadi strategi berkelanjutan dalam menjaring mahasiswa baru dengan cara yang lebih relevan, kreatif, dan sesuai dengan karakteristik generasi muda saat ini.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian ini menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media promosi terbukti efektif dalam meningkatkan minat dan pemahaman siswa SMA terhadap Program Studi Arsitektur ISTP. Melalui penyajian karya-karya mahasiswa dalam bentuk visual yang menarik dan mudah diakses, siswa mendapatkan gambaran yang lebih konkret tentang aktivitas akademik serta prospek jurusan Arsitektur. Pendekatan promosi yang berbasis konten digital dan media sosial sangat relevan dengan karakteristik generasi muda saat ini yang cenderung aktif dalam platform daring.

Interaksi langsung yang dilakukan di SMA WR Supratman 2 Medan juga memperkuat komunikasi antara perguruan tinggi dan calon mahasiswa, serta membuka ruang diskusi yang informatif. Kegiatan ini memberikan kontribusi positif dalam membangun citra program studi dan dapat dijadikan strategi promosi berkelanjutan bagi institusi pendidikan tinggi di era digital.

Berisi deskripsi tentang kesimpulan hasil pengabdian masyarakat dalam bentuk refleksi teoritis dan rekomendasi.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terima kasih kami sampaikan kepada pihak SMA WR Supratman 2 Medan yang telah memberikan kesempatan dan dukungan penuh dalam pelaksanaan kegiatan ini. Terima kasih juga kami sampaikan kepada seluruh siswa kelas XII yang telah berpartisipasi secara aktif dan antusias selama kegiatan berlangsung. Kami juga mengapresiasi Program Studi Arsitektur ISTP serta Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) ISTP Medan atas dukungan dan fasilitasi yang diberikan dalam merealisasikan kegiatan pengabdian ini. Semoga sinergi ini dapat terus berlanjut dalam bentuk kegiatan kolaboratif lainnya yang memberi manfaat nyata bagi masyarakat dan dunia pendidikan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68.
- [2] We Are Social & Hootsuite. (2023). Digital 2023: Indonesia. <https://datareportal.com>
- [3] Susanto, H., & Wijaya, D. (2021). Strategi Promosi Pendidikan Menggunakan Media Sosial di Era Digital. *Jurnal Ilmiah Komunikasi*, 10(2), 150–162.
- [4] Trisnawati, E. (2020). Peran Media Sosial dalam Strategi Komunikasi Perguruan Tinggi di Masa Pandemi. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 25–32.
- [5] Putri, M. D., & Pratama, A. R. (2022). Efektivitas Media Sosial Instagram dalam Promosi Penerimaan Mahasiswa Baru. *Jurnal Administrasi Pendidikan*, 29(1), 45–54.
- [6] Rahmawati, D. (2021). Strategi Branding Institusi Pendidikan Melalui Media Sosial. *Jurnal Komunikasi Pendidikan*, 5(2), 67–76.
- [7] Salsabila, R. N., & Nur, M. A. (2023). Perilaku Digital Generasi Z dan Pengaruhnya terhadap Pilihan Pendidikan Tinggi. *Jurnal Psikologi Sosial*, 8(1), 12–23.
- [8] Wulandari, F., Handayani, R., & Fitriani, D. (2022). Pengaruh Konten Visual Instagram terhadap Minat Siswa Memilih Perguruan Tinggi Swasta. *Jurnal Manajemen dan Inovasi Pendidikan*, 3(2), 105–115.
- [9] Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Jakarta: Kencana.
- [10] Purwanto, A., Pramono, R., & Yuliansyah, Y. (2021). Pengaruh Strategi Konten Instagram terhadap Peningkatan Citra Lembaga Pendidikan. *Jurnal Komunikasi dan Digital*, 4(1), 35–44.