



Optimalisasi Pengelolaan Media Sosial untuk Penguatan Citra dan Promosi Layanan Birojasa.official

Nasya Avrilia Herista¹, Rama Adi Wajaya², Ainur Rochmaniah³

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

e-mail: ainur@umsida.ac.id

Abstrak

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan mengoptimalkan pengelolaan media sosial Biro Jasa Official untuk memperkuat citra dan promosi layanan. Permasalahan utama mitra meliputi kurangnya konsistensi unggahan, belum tersusunnya perencanaan konten yang terstruktur, serta performa akun Instagram yang rendah. Metode pengabdian dilaksanakan melalui pendekatan pendampingan dengan lima tahapan: observasi, perencanaan, produksi dan editing konten, penjadwalan dan publikasi, serta evaluasi. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan jumlah postingan dari 374 menjadi 392, pengikut bertambah dari 49 menjadi 57, serta meningkatnya konsistensi unggahan dan interaksi audiens. Temuan ini menegaskan bahwa strategi media sosial yang terstruktur berkontribusi pada penguatan citra digital dan pemberdayaan mitra secara mandiri serta berkelanjutan.

Kata Kunci: *Media sosial, Optimalisasi, Citra digital, Promosi layanan, Birojasa.*

Abstract

This community service activity aims to optimize the management of the Official Service Bureau's social media accounts to strengthen its image and promote its services. The main issues faced by partners included a lack of consistent posting, a lack of structured content planning, and low Instagram account performance. The community service method was implemented through a five-stage mentoring approach: observation, planning, content production and editing, scheduling and publication, and evaluation. The results showed an increase in the number of posts from 374 to 392, an increase in followers from 49 to 57, and an increase in posting consistency and audience interaction. These findings confirm that a structured social media strategy contributes to strengthening the digital image and empowering partners independently and sustainably.

Kata Kunci: *Social Media, Optimization, Digital Image, Service Promotion, Service Bureau.*

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam pola komunikasi, strategi pemasaran, dan pembangunan citra organisasi di era modern. Media sosial kini menjadi ruang publik baru yang memungkinkan terjadinya interaksi dua arah antara penyedia layanan dan audiens. Melalui media sosial, organisasi dapat menyampaikan informasi secara cepat, memperkuat citra, serta memperluas jangkauan promosi tanpa batasan geografis. Menurut (Arianto

et al. 2023), media sosial merupakan bentuk komunikasi digital yang memungkinkan partisipasi aktif, keterhubungan, serta kolaborasi antarpengguna dalam membangun dan menyebarkan makna. Selain itu, media sosial kini memainkan peran strategis dalam pembentukan reputasi digital, peningkatan *engagement*, serta penguatan branding melalui penyajian konten visual yang menarik dan terstruktur (Sentosa and Diniari 2022). Perkembangan fitur seperti video pendek, *carousel*, hingga reels turut memperkuat efektivitas penyebaran pesan dan jangkauan audiens (Syahid and Setyawan 2024).

Birojasa.official merupakan mitra jasa yang bergerak di bidang pengurusan legalitas usaha, seperti pembuatan PT atau CV, penyewaan *virtual office*, serta penyewaan *private office*. Di tengah kompetisi digital yang semakin ketat, mitra ini berupaya memperkuat citra profesionalnya melalui pemanfaatan media sosial, khususnya Instagram (@birojasa.official). Platform tersebut menjadi saluran utama untuk menyampaikan informasi layanan, membangun kepercayaan publik, serta meningkatkan jangkauan audiens secara lebih efektif terhadap layanan yang ditawarkan. Adapun cara untuk meningkatkan jangkauan audiens yaitu dengan menunjukkan bahwa konsistensi pesan, kualitas visual, serta kejelasan identitas digital dapat menimbulkan berpengaruh besar terhadap persepsi dan kepercayaan publik terhadap penyedia layanan (Dewi Warda Wibowo et al. 2025). Sebelum pelaksanaan Abdimas, akun memiliki 374 postingan, 49 pengikut, dan mengikuti 14 akun.

Namun, hasil observasi awal menunjukkan bahwa pengelolaan media sosial Birojasa.official belum berjalan optimal. Beberapa permasalahan yang ditemukan meliputi ketidakteraturan jadwal unggahan, kurangnya variasi visual, minimnya struktur perencanaan konten, serta belum maksimalnya konsistensi dalam publikasi konten. Kondisi tersebut berdampak pada lambatnya pertumbuhan pengikut, rendahnya *engagement*, serta kurang maksimalnya efektivitas promosi layanan. Situasi ini sejalan dengan temuan (Fadilla 2025), yang menegaskan bahwa kualitas konten, konten terjadwal, dan konsistensi unggahan sangat berpengaruh terhadap algoritma dan jangkauan pesan digital.

Penelitian terdahulu mengenai optimalisasi media sosial sebelumnya telah banyak membuktikan efektivitas platform digital dalam meningkatkan citra dan promosi. Devi, Yulanda, and Ida (2022) membahas mengenai strategi komunikasi digital mampu meningkatkan *engagement* dan awareness publik pada sektor pariwisata. Adhani dan Prihatiningrum (2021) menjelaskan bahwa Instagram berpengaruh besar terhadap pembentukan citra dan loyalitas konsumen pada UKM. Sementara itu, penelitian Fauzia et al. (2025) menegaskan bahwa pengelolaan media sosial secara profesional dapat memperkuat citra lembaga pemerintah di mata publik. Temuan-temuan tersebut menunjukkan bahwa media sosial memiliki potensi besar untuk membangun reputasi dan mendorong interaksi yang produktif dengan audiens.

Berdasarkan dari permasalahan pada Birojasa.official, kegiatan pengabdian kepada masyarakat (Abdimas) bertujuan untuk pendampingan

pengelolaan media sosial sebagai strategi penguatan citra dan efektivitas promosi layanan.

Adapun tujuan Pengabdian masyarakat (Abdimas) ini adalah untuk proses optimalisasi pengelolaan media sosial di Birojasa.official sekaligus menggambarkan implementasi strategi Observasi, Perencanaan, Produksi, Penjadwalan, dan Evaluasi sebagai rangkaian kegiatan Abdimas. Pengabdian masyarakat (Abdimas) ini juga bertujuan memberikan rekomendasi strategis guna meningkatkan kualitas konten serta efektivitas komunikasi digital mitra di masa mendatang. Dengan demikian, program Abdimas tidak hanya memberikan manfaat praktis bagi mitra, tetapi juga memperkuat pemahaman mahasiswa terhadap penerapan langsung strategi komunikasi digital di lapangan (Hidayatullah et al. 2025).

METODE

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (Abdimas) dilaksanakan di Biro Jasa *Official* yang berlokasi di Kecamatan Candi dengan pendekatan pendampingan, di mana tim magang berperan sebagai fasilitator dan mentor bagi pihak Biro Jasa Official. Metode ini menekankan keterlibatan aktif masyarakat dalam setiap tahapan kegiatan sehingga mereka tidak hanya menerima hasil, tetapi juga memperoleh pemahaman dan keterampilan baru terkait komunikasi digital (Simonigar, Rotty, and Setijadi 2023).

Kegiatan Abdimas terdiri dari lima tahapan utama, yaitu observasi. Dilakukan dengan mendampingi tim Biro Jasa Official untuk memahami kebutuhan komunikasi dan promosi mereka. Tim magang terlibat aktif dalam diskusi dan membantu pihak Biro Jasa menyampaikan kendala serta peluang dalam pengelolaan media sosial. Selain itu, tim juga mendampingi proses identifikasi kompetitor agar pihak Biro Jasa memperoleh gambaran praktik terbaik di bidang serupa.

Perencanaan. Melibatkan Biro Jasa Official secara langsung dalam menyusun strategi konten dan kalender unggahan. Tim magang memberikan bimbingan dan arahan, menjelaskan bagaimana menyusun content planning yang terarah dan sesuai dengan target audiens. Partisipasi aktif pihak Biro Jasa memastikan mereka memahami setiap langkah perencanaan dan mampu menerapkannya secara mandiri.

Produksi dan Editing Konten. Dilakukan secara kolaboratif. Tim magang mendampingi pihak Biro Jasa dalam pembuatan konten, mulai dari penulisan teks, pengambilan gambar, hingga editing. Pendampingan ini bertujuan agar konten memenuhi standar profesional sekaligus meningkatkan keterampilan teknis.

Penjadwalan dan Publikasi. Dilakukan dengan melibatkan pihak Biro Jasa secara langsung. Tim magang menunjukkan cara menjadwalkan unggahan agar konsisten dan tepat sasaran, sekaligus mendampingi penggunaan *platform* media sosial untuk memaksimalkan jangkauan audiens

Evaluasi. Dilakukan bersama untuk menilai efektivitas strategi komunikasi digital yang diterapkan. Tim magang mendampingi pihak Biro Jasa dalam membaca respons audiens, menganalisis data publikasi, serta menyusun rekomendasi perbaikan ke depan. Dengan metode pendampingan ini, kegiatan Abdimas tidak hanya menghasilkan konten digital yang siap digunakan, tetapi juga memberdayakan Biro Jasa Official agar mampu mengelola komunikasi digital secara mandiri dan berkelanjutan.

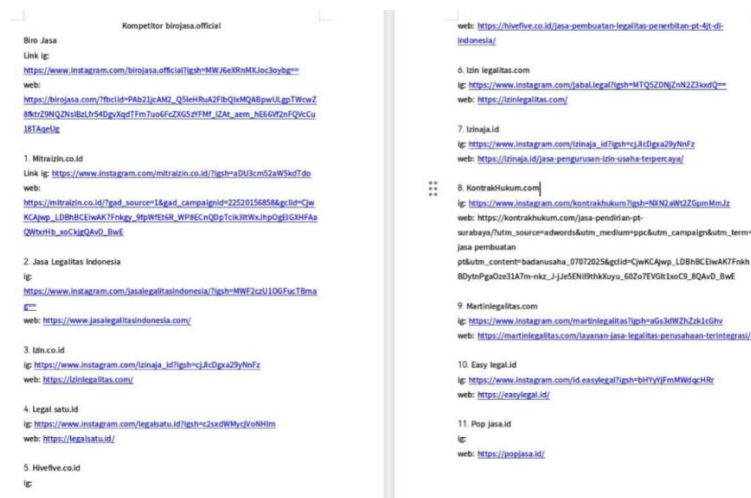
HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengelolaan media sosial Birojasa.official dilaksanakan mulai tanggal 22 September hingga 14 November 2025 sebagai bagian dari upaya optimalisasi pengelolaan media sosial untuk penguatan citra dan promosi layanan. Selama periode tersebut, berbagai langkah optimalisasi dilakukan secara sistematis, mulai dari observasi awal, penyusunan perencanaan konten, produksi dan editing konten, penjadwalan publikasi, hingga evaluasi mingguan. Serangkaian tahapan ini menunjukkan peningkatan yang jelas dalam performa media sosial Birojasa.official serta mendukung tujuan utama penelitian, yaitu memperkuat citra profesional dan efektivitas promosi layanan melalui media sosial.

1. Tahap Observasi

Tahap observasi awal dilakukan melalui diskusi dengan tim internal birojasa.official serta pemantauan langsung terhadap akun Instagram @birojasa.official. Pada proses diskusi, mendapatkan gambaran mengenai kebutuhan komunikasi digital mitra, tujuan penguatan citra, serta hambatan yang selama ini muncul dalam pengelolaan media sosial. Dari hasil diskusi tersebut, penulis mengetahui bahwa pengelolaan media sosial belum berjalan secara konsisten., Ketidakteraturan jadwal unggahan, minimnya variasi konten visual, serta kurangnya struktur perencanaan konten dan *copywriting* menjadi masalah utama yang perlu diperbaiki.

Selain observasi internal tersebut, penulis melanjutkan kegiatan dengan melakukan riset kompetitor sebagai bentuk pemetaan posisi Birojasa.official di tengah persaingan digital.



Gambar 1. Hasil riset brand kompetitor

Gambar 1, menunjukkan bahwa hasil riset yang dilakukan dengan mengamati dan menganalisis beberapa akun media sosial dari biro jasa lain yang menawarkan layanan serupa, terutama pada platform media sosial akun Instagram. Tim abdimas mencari sekitar 10 kompetitor yang aktif di media sosial dan mengidentifikasi performa mereka melalui beberapa aspek seperti jumlah pengikut, jenis konten yang ditampilkan, visualisasi konten, hingga gaya komunikasi yang digunakan dalam menyampaikan informasi. Seluruh akun kompetitor kemudian dikumpulkan dalam bentuk tautan untuk memudahkan proses analisis.

Selanjutnya, hasil riset kompetitor ini kemudian dibandingkan dengan performa akun Birojasa.official untuk melihat kelebihan dan kekurangan masing-masing. Perbandingan tersebut membantu penulis menemukan peluang pengembangan strategi pengelolaan media sosial yang lebih efektif, terutama dalam hal format konten, konsistensi unggahan, dan gaya komunikasi yang lebih relevan dengan kebutuhan audiens. Temuan pada tahap observasi ini menjadi dasar penting untuk merancang strategi optimalisasi pada tahap-tahap selanjutnya.

2. Tahap Perencanaan

Setelah proses riset kompetitor dilakukan, tahapan selanjutnya adalah perencanaan yang dilakukan melalui penyusunan *content planning*. Pada tahap ini, kegiatan difokuskan pada pembuatan rancangan konten yang sistematis agar strategi pengelolaan media sosial *Birojasa Official* menjadi lebih terarah, konsisten, dan sesuai dengan tujuan komunikasi perusahaan.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
1	2																																						

memungkinkan tim untuk mengelola waktu produksi secara lebih efisien, menghindari pengulangan tema, serta memastikan variasi konten tetap terjaga. Penentuan format konten seperti feed, corousel dan reels, juga dilakukan pada tahap ini sehingga proses produksi dapat berjalan lebih terarah. Dengan adanya perencanaan yang terstruktur, setiap konten yang akan dipublikasikan memiliki tujuan strategis yang jelas, baik untuk meningkatkan brand awareness, membangun kredibilitas perusahaan, maupun memperkuat hubungan dengan audiens.

Secara keseluruhan, tahap perencanaan menjadi penghubung antara hasil observasi pada tahap riset dan implementasi nyata pada tahap produksi konten. Melalui penyusunan content planning yang komprehensif, strategi komunikasi digital Birojasa Official dapat dirancang secara lebih efektif, terukur, dan selaras dengan kebutuhan perkembangan perusahaan di media sosial.

3. Produksi dan Editing Konten

Tahap produksi dan editing konten merupakan proses lanjutan setelah perencanaan disusun secara matang dan disetujui oleh tim media sosial Birojasa.official. Pada tahap ini, seluruh rancangan konten yang telah dituangkan dalam content planning mulai direalisasikan dalam bentuk visual maupun desain grafis yang siap untuk dipublikasikan. Proses produksi dilakukan berdasarkan jadwal yang telah ditetapkan agar setiap konten dapat terunggah secara konsisten dan sesuai dengan kebutuhan strategi komunikasi digital yang ingin dicapai.



Gambar 3. Pengambilan Gambar

Gambar 3, menunjukkan Kegiatan produksi konten meliputi pengambilan gambar, pembuatan desain grafis, penyusunan naskah caption, serta pembuatan video pendek yang relevan dengan identitas dan layanan Birojasa.official. Dalam proses ini, pemilihan elemen visual seperti warna, font, ikon, serta tata letak desain disesuaikan dengan karakteristik brand agar menjaga konsistensi citra perusahaan di media sosial. Selain itu, setiap materi konten dirancang untuk memiliki nilai informasi, estetika, dan daya tarik yang mampu meningkatkan minat audiens terhadap layanan yang ditawarkan.



Gambar 4. Editing Visual Reels



Gambar 5. Editing Desain Grafis

Gambar 4 dan gambar 5, menjelaskan setelah produksi selesai, tahap selanjutnya adalah melakukan proses editing. Editing konten dalam bentuk video maupun desain grafis dilakukan untuk memastikan kualitas konten tetap profesional, rapi, dan sesuai standar tim media sosial. Pada tahap ini, konten diperiksa dari berbagai aspek seperti ketepatan informasi, kejelasan pesan, kualitas visual, keseimbangan komposisi desain, hingga kesesuaian tone brand. Jika ditemukan elemen yang belum optimal, konten akan diperbaiki terlebih dahulu sebelum akhirnya disetujui untuk dipublikasikan. Proses editing ini juga mencakup penyempurnaan caption agar lebih komunikatif, relevan, dan persuasif sehingga mampu menarik minat pengguna media sosial.

Secara keseluruhan, tahap produksi dan editing konten menjadi bagian penting dalam menjembatani proses perencanaan dengan publikasi. Melalui pengerjaan yang terarah dan teliti, setiap konten yang dihasilkan tidak hanya memenuhi standar kualitas visual, tetapi juga mampu mendukung tujuan utama pengelolaan media sosial, yaitu memperkuat citra dan meningkatkan efektivitas promosi layanan Birojasa.official.

4. Penjadwalan dan Publikasi

Tahap penjadwalan dan publikasi merupakan proses penting yang dilakukan setelah seluruh konten melalui tahap produksi serta mendapat persetujuan akhir dari atasan tim media sosial Birojasa.official. Pada tahap ini, fokus utama adalah memastikan bahwa setiap konten yang telah disusun dapat dipublikasikan secara konsisten, teratur, dan sesuai dengan strategi komunikasi yang telah dirancang sebelumnya. Konsistensi unggahan menjadi faktor kunci dalam menjaga kehadiran brand di media sosial, sehingga proses penjadwalan perlu dilakukan secara sistematis dan terorganisir dengan baik.

A1	Hari/Tanggal	Pilar Konten	Jenis Konten	Ide/Konten	Caption
2	Wednesday, 1/10/25	UPLOAD	Edukasi	Carousel	Bagaimana cara mendirikan PT? Mulai dari mana dulu?
3	Thursday, 2/10/25	UPLOAD	Informasi	Feed	Hari Batik Nasional
4	Wednesday, 22/10/25	UPLOAD	Informasi	Feed	Selamat Memperingati Hari santri 2025
5	Tuesday, 28/10/25	UPLOAD	Informasi	Feed	Selamat Memperingati Hari sumpah Pemuda 28 Oktober 2025
6	Tuesday, 28/10/25	UPLOAD	Informasi	Reels	Selamat Memperingati Hari sumpah Pemuda 28 Oktober 2025
7	Thursday, 30/10/25	UPLOAD	Edukasi	Carousel	Kesalahan fatal saat mau bikin PT Sendiri
8	Friday, 31/10/25	UPLOAD	Informasi	Feed	Siap jadi pengusaha? Ini Tantangannya!!
9	Saturday, 3/11/25	UPLOAD	Hiburan	Reels	Solusi Kebingungan Legalitas Awal
10	Sunday, 2/11/25	BELUM	Hiburan	Feed	Komik strip singkat: "Klien vs birokrasi"
11	Monday, 3/11/25	UPLOAD	Edukasi	Carousel	Manfaat punya Virtual Office
12	Tuesday, 4/11/25	UPLOAD	Promosi	Reels	Solusi Kebingungan Waktu & Delegasi Penuh
13	Wednesday, 5/11/25	UPLOAD	Informasi	Carousel	FAQ seputar OSS (Online Single Submission)
14	Thursday, 6/11/25	UPLOAD	Edukasi	Feed	Solusi legalitas lengkap dan cepat
15	Friday, 7/11/25	BELUM	Promosi	Reels	Paket layanan Virtual Office "Solusi Virtual Office untuk Citra Profesional"

Gambar 6. Penjadwalan Upload Konten

Gambar 11, menjabarkan mengenai penjadwalan yang merupakan kegiatan finalisasi konten setelah dilakukan proses produksi dan mendapatkan persetujuan dari Tim media sosial. Dalam kegiatan ini, Tim abdimas menggunakan kalender unggahan yang telah disusun pada tahap perencanaan. Kalender ini berisi waktu dan tanggal publikasi untuk setiap konten, termasuk platform yang akan digunakan, seperti Instagram, TikTok, atau Facebook. Dengan adanya penjadwalan yang jelas, tim dapat menghindari penumpukan unggahan pada satu hari atau kekosongan konten dalam jangka waktu tertentu. Penjadwalan juga mempertimbangkan jam tayang yang paling efektif, yaitu waktu ketika audiens cenderung lebih aktif berinteraksi di media sosial, sehingga peluang untuk mendapatkan engagement seperti likes, komentar, dan share dapat meningkat.



Gambar 6. Proses Publikasi

Selain itu gambar 6 menafsirkan, publikasi konten dilakukan dengan memperhatikan ketepatan sasaran. Setiap konten dipastikan telah sesuai dengan tujuan komunikasinya, apakah untuk memperkenalkan layanan, membangun kepercayaan, memberikan edukasi, atau mendorong interaksi dengan audiens. Pada tahap ini, caption dan elemen visual juga kembali diperiksa untuk memastikan tidak ada kesalahan teknis sebelum konten diunggah. Proses publikasi biasanya menggunakan fitur schedule post pada platform tertentu atau melalui aplikasi pihak ketiga agar unggahan dapat diposting secara otomatis sesuai jadwal yang telah ditentukan.

Secara keseluruhan, tahap penjadwalan dan publikasi berperan penting dalam menjaga stabilitas aktivitas media sosial Birojasa.official. Melalui proses ini, konten dapat tersampaikan kepada audiens dengan tepat waktu, terstruktur, dan sesuai sasaran, sehingga mendukung upaya optimalisasi citra serta efektivitas promosi layanan perusahaan.

5. Evaluasi

Tahap terakhir dalam proses optimalisasi pengelolaan media sosial di Birojasa.official adalah evaluasi akhir kegiatan, yang dilakukan oleh Tim abdimas sebagai bentuk peninjauan menyeluruh terhadap perkembangan akun Instagram Birojasa.official sebelum dan sesudah pelaksanaan kegiatan Abdimas. Evaluasi ini bertujuan untuk melihat efektivitas strategi pengelolaan media sosial yang telah diterapkan serta mengukur dampaknya terhadap citra dan promosi layanan mitra.



Gambar 7. Sebelum Pelaksanan Abdimas Gambar 8. Sesudah Pelaksanan Abdimas

Gambar 7 dan gambar 8 menerangkan berdasarkan data awal, sebelum pelaksanaan Abdimas, akun Instagram Birojasa.official memiliki 374 postingan, 49 pengikut, dan mengikuti 14 akun. Angka tersebut menunjukkan aktivitas yang cukup banyak, namun belum diimbangi dengan perkembangan jumlah pengikut yang signifikan karena kurangnya konsistensi unggahan dan belum optimalnya strategi konten. Setelah kegiatan Abdimas berlangsung selama 10 Minggu, terjadi perubahan positif yang menunjukkan adanya peningkatan performa akun. Data evaluasi akhir menunjukkan bahwa jumlah postingan naik menjadi 392 unggahan, pengikut meningkat menjadi 57 followers, sementara jumlah akun yang diikuti tetap 14 akun.

Peningkatan ini tidak hanya terlihat dari penambahan angka pengikut dan unggahan, tetapi juga dari konsistensi postingan yang semakin terjaga berkat penerapan content planning dan penjadwalan teratur. Selain itu, terdapat peningkatan pada jumlah views dan impresi konten, terutama pada konten informatif mengenai layanan serta konten dengan visual yang lebih menarik. Stabilitas jadwal unggahan membuat audiens lebih mudah mengenali keberadaan akun dan meningkatkan kemungkinan interaksi.

Secara keseluruhan, hasil evaluasi akhir menunjukkan bahwa strategi optimalisasi media sosial yang diterapkan selama program Abdimas memberikan dampak positif terhadap perkembangan akun Birojasa.official. Meskipun peningkatan jumlah pengikut belum terlalu besar, namun konsistensi unggahan, pertumbuhan engagement, serta kenaikan views menjadi bukti bahwa pengelolaan media sosial yang terarah dapat memperkuat citra digital mitra dan meningkatkan efektivitas promosi layanan.

SIMPULAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan di Birojasa.official menunjukkan bahwa optimalisasi pengelolaan media sosial mampu berkontribusi secara signifikan dalam memperkuat citra digital dan efektivitas promosi layanan mitra. Melalui serangkaian tahapan mulai dari observasi, perencanaan, produksi konten, penjadwalan, hingga evaluasi akhir, proses pengelolaan media sosial menjadi lebih terarah, konsisten, dan strategis. Hasil evaluasi menunjukkan adanya peningkatan performa akun Instagram, ditandai dengan bertambahnya jumlah postingan dari 374 menjadi 392, peningkatan pengikut dari 49 menjadi 57, serta meningkatnya konsistensi unggahan dan interaksi audiens. Perbaikan ini mencerminkan bahwa penerapan strategi media sosial yang tepat dapat meningkatkan visibilitas, kepercayaan publik, dan citra profesional Birojasa.official. Dengan demikian, kegiatan ini menegaskan pentingnya pengelolaan media sosial yang terstruktur sebagai bagian dari strategi komunikasi digital bagi pelaku jasa di era modern.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhani, Rizki, and RR Yulianti Prihatiningrum. 2021. Determinan Kepuasan, Kepercayaan Dan Loyalitas Pelanggan UKM Sasirangan Melalui Media Sosial Instagram (Studi Pada Pelanggan Yang Merupakan Followers/Pengikut Kasasiur_Banjar). *Jurnal Riset Inspirasi Manajemen dan Kewirausahaan* 5(1): 14-30.
- Arianto, Bambang, Bakti Handayani, Sekolah Tinggi, and Ilmu Ekonomi Dwimulya. 2023. Media Sosial Sebagai Saluran Komunikasi Digital Kewargaan: Studi Etnografi Digital. *ARKANA: Jurnal Komunikasi dan Media* 2(02): 220-36. <https://ojs.unsiq.ac.id/index.php/arkana/article/view/5813>.
- Devi, Handayani, Yohanes Yulanda, and Sutarini A Ida. 2022. Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Brand Awareness Desa Wisata Lantan Kabupaten Lombok Tengah. *Ilmu Komunikasi* (8.5.2017): 2003-5.
- Dewi Warda Wibowo, Avizatuz Zahro, Pratiwi Yuni Rahayu, and Miftahul Huda.

2025. Brand Dan Public Relation: Sebuah Kajian Konseptual Dalam Konteks Indonesia. *Journal of Administrative and Social Science* 6(2): 32-44.
- Fadilla, Y. Z. (2025). *Strategi Pengembangan Konten Digital Kreator Pemula pada Media Sosial* [Institut Agama Islam Negeri Curup]. <https://e-theses.iaincurup.ac.id/8440/>.
- Fauzia, Hannisa, Norma Putri Sejati, Fahyumi Fadhilah, and Resty Mustika Pratiwi. 2025. Peran Humas Dalam Pengelolaan Media Sosial Instagram @Chocodot.Official Pada Pt Tama Cokelat Indonesia Untuk Meningkatkan Citra Perusahaan. *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi dan Sosial* 9(1): 26-39. <https://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/KOMUNIKOLOGI/article/view/25387>.
- Hidayatullah, Khalish Nur et al. 2025. Optimalisasi Pemanfaatan Daun Rumbia Untuk Pemberdayaan Ekonomi Di Desa Teungoh Kuta Batee Kecamatan Meurah Mulia. *Ibrah: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat* 4(1): 52-64. <https://journal.iainlhokseumawe.ac.id/index.php/ibrah/article/view/4844>.
- Sentosa, A, and R Diniari. 2022. Strategi Personal Branding Mahasiswa Melalui LinkedIn. *Jurnal Komunikasi* 14(2): 120-35.
- Simonigar, Jhimshy, Geraldo Valentino Rotty, and Naniek N. Setijadi. 2023. Membangun Masyarakat 5.0 Di Era Digital Melalui Pendidikan Dan Komunikasi Berkelanjutan. *Jurnal Cahaya Mandalika* 4(3): 1665-76.
- Syahid, Khansa Umma, and Heri Setyawan. 2024. "Pengaruh Penggunaan Instagram Sebagai Media Promosi Event Pasar Kaget Banget Vol . 3 Tahun 2024." 3(2021): 121-30.