

Enhancing Social Media Content Management in a Public Service Institution through Collaborative Community Service

^{1*}Muhammad Ashdaq, ²Nur Fitriayu Mandasari, ³Valentino Aris, ⁴Muhammad Taufik, ⁵Andi Ruslan

^{1,3,4,5}Program Studi Bisnis Digital, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Makassar, Indonesia

²Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Sulawesi Barat, Indonesia

ARTICLE INFO

Article History

Received: Juni 25, 2025

Revised: July 20, 2025

Accepted: July 27, 2025

Corresponding author:

Muhammad Ashdaq

Email:

muhammad_ashdaq@unm.ac.id

DOI:

doi.org/10.61220/sipakatau

Copyright © 2025 The Authors



This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license

ABSTRACT

This community engagement initiative was carried out through collaboration between a religious service organization responsible for pilgrimage operations and faculty members from a digital business study program at a public university. The program was motivated by the organization's challenges in managing its social media content, which included unstructured information flow, inconsistent distribution, and suboptimal visual design. The intervention involved a structured mentoring process covering content documentation, content creation, and news script development. The results demonstrated a noticeable improvement in social media engagement, reflected in higher interaction and responsiveness from the audience. Indirectly, the activity also enhanced the quality of service delivery by ensuring that information for the families of pilgrims was communicated more quickly, clearly, and reliably. These outcomes highlight the value of collaborative capacity-building in digital communication for public and religious service organizations. The study contributes practical insights into how community-based interventions can strengthen digital media strategies to support transparency, trust, and service quality in the era of digital information.

Keywords: digital content, social media, public service organization, community engagement, communication, information delivery

ABSTRAK

Inisiatif pelibatan masyarakat ini dilaksanakan melalui kolaborasi antara sebuah organisasi layanan keagamaan yang bertanggung jawab atas operasional ziarah dan para dosen dari program studi bisnis digital di sebuah universitas negeri. Program ini dimotivasi oleh tantangan organisasi dalam mengelola konten media sosialnya, yang meliputi alur informasi yang tidak terstruktur, distribusi yang tidak konsisten, dan desain visual yang kurang optimal. Intervensi ini melibatkan proses pendampingan terstruktur yang mencakup dokumentasi konten, pembuatan konten, dan pengembangan naskah berita. Hasilnya menunjukkan peningkatan yang nyata dalam pelibatan media sosial, tercermin dalam interaksi dan respons yang lebih tinggi dari audiens. Secara tidak langsung, kegiatan ini juga meningkatkan kualitas penyampaian layanan dengan memastikan bahwa informasi bagi keluarga jemaah dikomunikasikan dengan lebih cepat, jelas, dan andal. Hasil ini menyoroti nilai pengembangan kapasitas kolaboratif dalam komunikasi digital bagi organisasi layanan publik dan keagamaan. Studi ini memberikan wawasan praktis tentang bagaimana intervensi berbasis masyarakat dapat memperkuat strategi media digital untuk mendukung transparansi, kepercayaan, dan kualitas layanan di era informasi digital.

Kata Kunci: Konten Digital, Media Sosial, Organisasi Layanan Publik, Pelibatan Masyarakat, Komunikasi, Penyampaian Informas

1. PENDAHULUAN

Transformasi digital dalam beberapa waktu terakhir telah membawa perubahan mendasar pada pola komunikasi publik, termasuk dalam penyelenggaraan layanan haji oleh pemerintah. Media sosial, dengan sifatnya yang cepat, interaktif, dan berdaya jangkauan luas, kini menjadi salah satu sarana utama penyampaian informasi kepada masyarakat. (Qadir & Ramli, 2024) menyatakan bahwa media sosial adalah kumpulan aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas prinsip Website dan memungkinkan penciptaan serta pertukaran konten oleh pengguna (*user-generated content*). Dalam konteks Ibadah Haji, media sosial tidak hanya menjadi kanal informasi, tetapi juga sarana membangun kepercayaan dan keterhubungan emosional antara penyelenggara dan masyarakat.

Panitia Penyelenggara Ibadah Haji (PPIH) Embarkasi Makassar memiliki mandat untuk memastikan tersampainya informasi terkait proses keberangkatan, layanan di Arab Saudi, hingga pemulangan jamaah secara akurat dan tepat waktu. Namun, hasil observasi menunjukkan bahwa terdapat sejumlah permasalahan yang menghambat optimalisasi peran media sosial, diantaranya (1) Konten yang dipublikasikan belum sepenuhnya

terstruktur sesuai kebutuhan informasi jamaah dan keluarga mereka, (2) Distribusi konten digital belum memanfaatkan strategi publikasi yang konsisten dan terukur, (3) Penggunaan desain visual dan narasi digital yang menarik masih terbatas, sehingga potensi keterlibatan (*engagement*) audiens belum maksimal. Wijaya, (2025) menegaskan bahwa efektivitas komunikasi publik sangat bergantung pada kesesuaian antara pesan, media, dan karakteristik audiens. Dengan demikian, diperlukan intervensi strategis untuk meningkatkan kualitas pengelolaan media sosial PPIH agar mampu menyampaikan pesan dengan lebih efektif.

Berdasarkan permasalahan tersebut, dilaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat bertema *Penguatan Konten Digital Media Sosial PPIH Embarkasi Makassar*, yang merupakan kolaborasi antara dosen Program Studi Bisnis Digital Universitas Negeri Makassar dan Tim Publikasi PPIH Embarkasi Makassar. Kegiatan ini bertujuan untuk (1) Meningkatkan keterampilan tim humas dalam merancang dan mengelola konten digital yang informatif, menarik, dan sesuai kebutuhan audiens, (2) Mengoptimalkan pemanfaatan strategi publikasi dan distribusi konten di platform media social Instagram, (3) Memperkenalkan penggunaan data analitik sebagai dasar evaluasi kinerja komunikasi digital, (4) Memperkuat peran media sosial PPIH sebagai saluran informasi publik yang transparan, cepat, dan kredibel.

Hasil kolaborasi diharapkan memberi dampak positif berupa meningkatnya konsistensi publikasi, meningkatnya keterlibatan pengguna, dan terbentuknya kesan citra profesional PPIH di mata masyarakat. Hal ini menjadi bukti bahwa penguatan kapasitas digital tidak hanya relevan untuk efektivitas komunikasi, tetapi juga penting bagi keberlanjutan pelayanan publik di era digital (Ashdaq & Mandasari, 2022). Dengan demikian kolaborasi ini menjadi urgent untuk dilaksanakan.

2. METODE

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan melalui pendekatan partisipatif (*participatory approach*), di mana tim dosen Program Studi Bisnis Digital Universitas Negeri Makassar dan bagian Humas PPIH Embarkasi Makassar terlibat secara aktif dalam setiap tahapan. Pendekatan ini dipilih karena dinilai efektif untuk memastikan transfer pengetahuan, keterampilan, dan praktik terbaik dapat diterapkan langsung pada lingkungan kerja PPIH.

Secara garis besar, pelaksanaan kegiatan dilakukan melalui lima tahapan utama sebagai berikut:

2.1. Analisis Kebutuhan

Tahap awal difokuskan pada identifikasi kondisi aktual pengelolaan media sosial PPIH Embarkasi Makassar. Kegiatan meliputi wawancara dengan tim humas, peninjauan konten yang telah dipublikasikan, analisis pola distribusi informasi, serta evaluasi interaksi audiens. Hasil analisis kebutuhan ini menjadi dasar perancangan pendekatan yang relevan.

2.2. Perancangan Program

Berdasarkan temuan analisis kebutuhan, tim pengabdian menyusun rancangan program penguatan konten digital, mencakup: 1) Strategi komunikasi digital untuk penyelenggaraan ibadah haji, 2) Teknik penulisan naskah dan narasi konten yang efektif, 3) Desain visual dan pemanfaatan *branding* digital, dan 4) Pemanfaatan analitik media sosial untuk evaluasi kinerja.

2.3. Pendampingan dan Implementasi

Pada pelaksanaan kegiatan pengabdian, tim dosen memberikan pendampingan intensif kepada tim humas dalam pelaksanaan kegiatan produksi konten. Pendampingan meliputi koreksi konten sebelum publikasi, saran teknis terkait visualisasi informasi, dan evaluasi awal terhadap peningkatan performa media sosial.

2.4. Evaluasi

Evaluasi dilakukan melalui dua pendekatan: 1) Evaluasi kualitatif, dengan mengumpulkan umpan balik dari Bagian Humas PPIH Embarkasi Makassar terkait pengembangan konten, dan 2) Evaluasi kuantitatif, dengan membandingkan indikator kinerja media sosial sebelum dan sesudah pelaksanaan kegiatan pendampingan, seperti frekuensi publikasi, tingkat keterlibatan (*engagement rate*), dan jangkauan audiens.

Metode ini diharapkan dapat meningkatkan kompetensi tim humas PPIH dalam mengelola media sosial secara profesional, sehingga informasi terkait penyelenggaraan ibadah haji dapat tersampaikan kepada masyarakat secara cepat, tepat, dan menarik.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat yang merupakan pendampingan tim Dosen FEB Universitas Negeri Makassar terhadap tim informasi PPIH Embarkasi Makassar bertema *Penguatan Konten Digital Media Sosial PPIH Embarkasi Makassar* menghasilkan sejumlah capaian yang dapat diidentifikasi dari aspek peningkatan kompetensi tim informasi, kualitas konten yang dipublikasikan, serta kinerja media sosial secara keseluruhan. Pendampingan dilaksanakan secara simultan dengan organizing penyusunan konten yang dilakukan. Terlihat terdapat peningkatan kompetensi tim informasi PPIH dalam menyusun naskah konten yang singkat, jelas, dan sesuai kebutuhan informasi jamaah.

Berdasarkan identifikasi permasalahan, salah satu permasalahan yang dihadapi adalah kualitas informasi dan desain visual konten yang kurang informatif. Dimana, konten yang ditampilkan hanya berupa video kegiatan jamaah tanpa penjelasan yang memadai. Berdasarkan permasalahan tersebut maka langkah untuk mengatasi diantaranya menyusun template visual konten dan informasi disampaikan yang terstandarisasi. Dengan demikian, dengan metode pendampingan dan sharing yang dilakukan dapat tercipta desain konten visual yang konsisten dengan identitas PPIH Embarkasi Makassar serta informasi pada narasi yang memadai. Hal ini terlihat dari desain beberapa konten sebagaimana pada gambar 1.



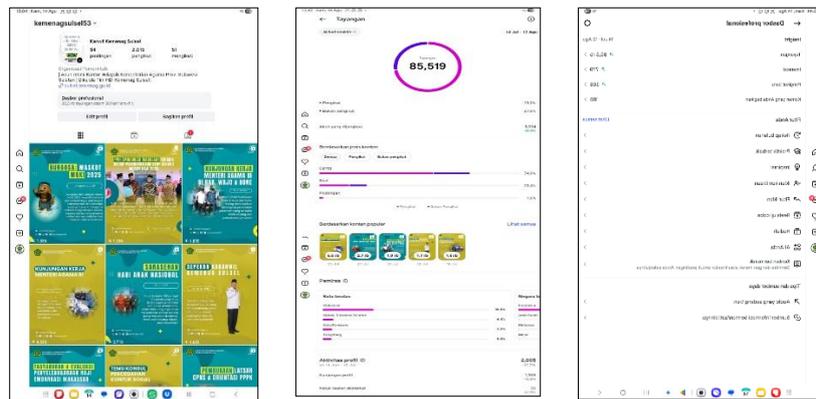
Gambar 1. Desain konten PPIH Embarkasi Makassar

Permasalahan lainnya adalah distribusi konten yang tidak teratur dimana hal memberikan kesan yang kurang profesional terhadap tim PPIH Embarkasi Makassar. Setelah mempelajari jadwal penerimaan jamaah haji pada Asrama Haji Sudiang Makassar beserta insight akun media sosial Instagram, maka ditetapkan satu waktu untuk melakukan posting konten penerimaan jamaah haji di Asrama Haji Sudiang yaitu setiap hari pada pukul 10.00 wita. Dengan demikian, konsistensi waktu upload konten diharapkan akan tercipta kesan profesional pada PPIH Embarkasi Makassar. Berdasarkan wawancara yang dilakukan terhadap tim informasi PPIH menunjukkan bahwa pendampingan langsung yang dilakukan mulai dari tahap pengambilan gambar, perancangan konten, penyusunan narasi, hingga publikasi membantu mereka memahami teknis dan strategi publikasi dengan baik. Metode pengabdian ini sejalan dengan salah satu strategi pembelajaran tentang *learning by doing*, dimana pembelajaran menjadi lebih efektif ketika peserta mempraktikkan langsung pengetahuan yang baru diperoleh (Jufri et al., 2023). Dengan demikian proses pembelajaran yang dilakukan diharapkan berlangsung dengan efektif. Beberapa rangkaian kegiatan pendampingan publikasi yang dilakukan ditunjukkan pada gambar 2.



Gambar 2. Proses publikasi PPIH Embarkasi Makassar

Hasil evaluasi terhadap akun media sosial PPIH Embarkasi Makassar menunjukkan peningkatan dalam konsistensi dan kualitas publikasi. Konten yang dipublikasikan telah mengikuti pedoman yang disusun selama pendampingan, yaitu memadukan unsur informatif, template visual yang menarik, dan narasi yang membangun kedekatan dengan jamaah. Hal ini terlihat dari insight akun Instagram resmi dengan kinerja yang baik, sebagaimana ditunjukkan pada gambar 3.



Gambar 3. Insight Instagram PPIH Embarkasi Makassar

Pada gambar 3 menunjukkan jumlah postingan kegiatan sebanyak 94 postingan dan 2.015 pengikut, dimana jumlah tersebut menunjukkan kinerja yang baik dalam periode penyelenggaraan Ibadah Haji 2025. Terdapat jumlah tayangan sebanyak 85.519 dimana yang mengikuti tayangan tersebut terdiri atas 73.0% follower dan 27.0% bukan follower. Hal ini menunjukkan bahwa desain dan narasi informasi yang disampaikan pada konten sesuai dengan preferensi follower akun media sosial ini. Selain itu pada periode 30 hari terakhir terdapat 8.904 akun yang dijangkau, atau mengalami peningkatan sebesar 9.9% disbanding periode sebelumnya. Pada sisi engagement terdapat 779 interaksi serta konten yang dibagikan sebanyak 188 kali, hal ini menunjukkan keterlibatan follower yang cukup baik dengan demikian konten telah dirancang sesuai dengan profil follower. Hal ini tercapai dengan desain visual template konten dan narasi informatif yang konsisten. Hal ini sejalan dengan (Yudhyani, 2024) bahwa kualitas dan konsistensi pesan merupakan faktor penting dalam membangun citra positif di benak audiens. Disamping itu, konsistensi ini akan menjaga hubungan yang baik antara PPIH Embarkasi Makassar dengan followernya. Pengelolaan konten yang relevan dan konsisten dapat meningkatkan hubungan jangka panjang antara organisasi dan audiensnya (Shania et al., 2024).

Keberhasilan program ini tidak terlepas dari model kolaborasi yang digunakan, di mana Dosen sebagai fasilitator memberikan keahlian akademik dan metodologi pelatihan, sementara tim publikasi PPIH menyediakan konteks lapangan dan kebutuhan praktis. Kombinasi ini selaras dengan konsep *co-creation* dalam manajemen layanan (Alfita et al., 2024), yang menekankan pentingnya keterlibatan semua pihak dalam menciptakan nilai bersama. Selain indikator kuantitatif, terdapat dampak kualitatif berupa peningkatan persepsi publik terhadap profesionalisme PPIH Embarkasi Makassar. Umpan balik dari jamaah dan keluarga mereka menunjukkan bahwa informasi yang disampaikan melalui media sosial kini lebih mudah diakses, dipahami, dan dipercaya. Transparansi informasi ini memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap kinerja PPIH sebagai penyelenggara layanan haji. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini tidak hanya memberikan manfaat langsung dalam bentuk peningkatan keterampilan teknis, tetapi juga membangun sistem komunikasi digital yang lebih efektif dan berkelanjutan pada PPIH Embarkasi Makassar.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat bertema *Penguatan Konten Digital Media Sosial PPIH Embarkasi Makassar* yang dilaksanakan melalui kolaborasi antara Dosen Program Studi Bisnis Digital Universitas Negeri Makassar dan Tim Publikasi PPIH Embarkasi Makassar telah berhasil mencapai tujuan yang ditetapkan. Program ini memberikan peningkatan signifikan terhadap kompetensi tim publikasi dalam merancang, mengelola, dan mengevaluasi konten digital yang ditunjukkan dengan:

- Peningkatan pemahaman dan keterampilan teknis peserta pendampingan dalam strategi komunikasi digital, desain konten, serta pemanfaatan data analitik media sosial.
- Perbaikan konsistensi dan kualitas publikasi konten, sehingga informasi penyelenggaraan ibadah haji dapat tersampaikan secara cepat, tepat, dan menarik.
- Perbaikan kinerja media sosial, antara lain *engagement rate*, jangkauan konten, dan interaksi positif dari audiens.
- Terbangunnya citra positif dan kepercayaan publik terhadap PPIH Embarkasi Makassar sebagai tim profesional yang menyediakan informasi penyelenggaraan haji terpercaya dan transparan.

Hasil ini menunjukkan bahwa sinergi antara keahlian akademik dan praktik lapangan dapat menghasilkan penguatan sistem komunikasi digital yang berdampak langsung pada kualitas layanan informasi publik di era digital. Berdasarkan capaian tersebut, beberapa saran yang dapat diberikan antara diantaranya (1) Pendampingan serupa sebaiknya dilakukan secara berkala untuk memastikan Tim Publikasi selalu mengikuti perkembangan tren dan teknologi komunikasi digital dari tahun ke tahun, (2) PPIH dapat mempertimbangkan penggunaan *social*

media management tools untuk menjadwalkan publikasi, memantau kinerja, dan memudahkan pengelolaan konten secara efisien, (3) Perlu konsistensi penggunaan identitas visual dan gaya bahasa yang sesuai dengan karakteristik lembaga, guna membangun *brand image* yang kuat, (4) Distribusi konten sebaiknya dilakukan secara terintegrasi di berbagai platform digital untuk memperluas jangkauan informasi, (5) Evaluasi berbasis data analitik harus menjadi bagian dari siklus kerja Tim Publikasi, sehingga strategi komunikasi dapat terus disesuaikan dengan kebutuhan dan perilaku audiens. Dengan demikian diharapkan PPIH Embarkasi Makassar dapat meningkatkan kualitas komunikasi digitalnya untuk pelayanan yang lebih baik kepada Masyarakat kedepannya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim pelaksana pengabdian menyampaikan apresiasi dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada Rektor Universitas Negeri Makassar, Ketua LPPM UNM, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNM, Ketua Jurusan Bisnis dan Kewirausahaan UNM, serta Koordinator Program Studi Bisnis Digital UNM atas dukungan dan arahan yang telah diberikan selama pelaksanaan kegiatan. Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada mitra pengabdian, Panitia PPIH Embarkasi Makassar, atas fasilitas serta dukungan yang memungkinkan kegiatan ini terlaksana dengan baik.

REFERENSI

- Alfita, A., Mubaraq, B. S., & Fajarwati, N. K. (2024). Inovasi Pelayanan Publik Menggunakan Co Creation: Studi Kasus Kota Bandung. *Filosofi: Publikasi Ilmu Komunikasi, Desain, Seni Budaya*, 1(2), 92–102.
- Ashdaq, M., & Mandasari, N. F. (2022). Pengaruh Kompetensi Digital dan Penempatan Kerja terhadap Efektivitas Kerja Sumber Daya Manusia pada Institusi Publik. *MANDAR: Management Development and Applied Research Journal*, 5(1), 131–138.
- Isma, A., Dewantara, H., Alisyahbana, A. N. Q. A., & Diarra, S. (2025). Digital Literacy, Environment, and E-Commerce Use Toward Digital Entrepreneurial Intentions via Social Media among Generation Z Students. *Quantitative Economics and Management Studies*, 6(1), 57-68.
- Jufri, A. P., Asri, W. K., Mannahali, M., & Vidya, A. (2023). *Strategi pembelajaran: Menggali potensi belajar melalui model, pendekatan, dan metode yang efektif*. Ananta Vidya.
- Qadir, A., & Ramli, M. (2024). Media sosial (definisi, sejarah dan jenis-jenisnya). *Al-Furqan: Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya*, 3(6), 2713–2724.
- Shania, S., Ismail, F., & Karoma, K. (2024). Optimalisasi Media Digital dalam Pengelolaan Public Relations. *Jurnal Inovatif Manajemen Pendidikan Islam*, 3(2), 129–140.
- Wijaya, A. S. (2025). Efektivitas Penggunaan Instagram sebagai Media Komunikasi Publik di PT Pertamina (Persero). *NIVEDANA: Jurnal Komunikasi Dan Bahasa*, 6(2), 327–338.
- Yudhyani, E. (2024). Strategi Pemasaran Berbasis Media Sosial dan Dampaknya terhadap Brand Awareness. *Prosiding FRIMA (Festival Riset Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi)*, 1(7), 1559–1568.