

DISPLAYING SOCIAL MEDIA ADS DI PKBM SAHABAT CENDIKIA

Displaying Social Media Ads at PKBM Sahabat Cendikia

Koko Handoko

Universitas Putera Batam, Batam, Indonesia
e-mail: kokohandoko01@gmail.com

Pastima Simanjuntak

Universitas Putera Batam, Batam, Indonesia
e-mail: p.lastria@gmail.com

Erlin Elisa

Universitas Putera Batam, Batam, Indonesia
e-mail: elin210110@gmail.com

Sri Zetli

Universitas Putera Batam, Batam, Indonesia
e-mail: zetli.sri@gmail.com

Abstract

The purpose of this Community Service is to see how PKBM Sahabat Cendikia uses social media advertising to increase the visibility of the institution and increase community participation in non-formal education programs. In today's internet era, using social media is one of the effective ways to reach a larger audience, especially the younger generation who are active on websites such as Facebook and Instagram. This service uses a qualitative descriptive approach and data collection through documentation, interviews, and observations. The service shows that displaying social media ads increases the number of students and improves the reputation of the institution in the community. Visual ad design, frequency of display, and audience segmentation are important components that determine the effectiveness of a digital campaign. These findings are expected to be a reference for other non-formal educational institutions to use social media wisely to promote themselves.

Keywords-- Social media advertising, PKBM, non-formal education, digital marketing, institutional promotion

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah banyak aspek kehidupan, termasuk pendidikan. Salah satu perkembangan terbesar adalah penggunaan media sosial sebagai alat untuk berkomunikasi, mempromosikan, dan menyebarkan informasi. Media sosial tidak hanya digunakan untuk kepentingan pribadi; itu juga telah menjadi alat strategis untuk membangun citra dan menjangkau masyarakat umum, termasuk lembaga pendidikan nonformal seperti PKBM (Anggraini et al., n.d.; Ilhadi et al., 2024).

PKBM Sahabat Cendikia adalah lembaga pendidikan nonformal yang memiliki peran penting dalam menyediakan pendidikan alternatif bagi orang-orang di sekitar mereka yang belum menerima pendidikan formal. Namun, lembaga ini menghadapi tantangan untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dan jangkauan informasinya. Iklan media sosial, atau iklan media sosial, adalah salah satu pendekatan yang dapat digunakan dalam situasi ini (Simanjuntak et al., 2025).

Iklan media sosial memungkinkan organisasi untuk menampilkan informasi secara visual, menarik, dan tersegmentasi sesuai dengan target audiens yang diinginkan. Dimungkinkan untuk menggunakan fitur periklanan yang disediakan oleh platform seperti Facebook dan Instagram untuk memperkenalkan program PKBM, menarik siswa baru, dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga. Diharapkan PKBM Sahabat Cendikia dapat meningkatkan visibilitas dan meningkatkan partisipasi belajar masyarakat dengan menampilkan iklan yang tepat sasaran (Ilhadi et al., 2024; Simanjuntak et al., 2025).

Karena itu, kegiatan ini dilakukan untuk membantu PKBM Sahabat Cendikia dalam membuat, mengelola, dan menayangkan iklan media sosial dengan baik. Selain itu, kegiatan ini merupakan bagian dari upaya untuk meningkatkan kapasitas institusi pendidikan nonformal untuk menjadi lebih beradaptasi dengan kemajuan teknologi dan tuntutan komunikasi digital saat ini. (Anggraini et al., n.d.; Pemanfaatan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Pada Masyarakat Pulau Temoyong Batam Kepulauan Riau Pastima Simanjuntak et al., 2019).

2. METODE

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan melalui beberapa tahapan sistematis, dimulai dari observasi dan identifikasi kebutuhan di PKBM Sahabat Cendikia untuk memahami permasalahan dalam promosi dan pemanfaatan media sosial. Selanjutnya, dilakukan perancangan strategi konten dan iklan yang sesuai dengan karakteristik layanan dan target audiens PKBM. Setelah strategi dirumuskan, tim pengabdian memberikan pelatihan kepada pengelola PKBM mengenai pembuatan konten, pengelolaan iklan di platform seperti Facebook dan Instagram, serta analisis performa iklan. Implementasi dilakukan dengan pendampingan langsung dalam pembuatan dan penayangan iklan, yang kemudian dievaluasi berdasarkan jangkauan, interaksi, dan respon dari masyarakat. Kegiatan ditutup dengan monitoring selama dua minggu pasca-penayangan iklan dan pemberian masukan tambahan untuk pengelolaan berkelanjutan. Seluruh proses ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas PKBM dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi yang efektif (Handoko et al., n.d.; Simanjuntak et al., 2019).

Proses penyeleksian masalah dimulai dengan mengunjungi lokasi PKBM secara langsung untuk mengetahui kondisi aktual. Ini terutama berkaitan dengan strategi promosi dan penyebaran informasi kepada masyarakat. Selain itu, tim pengabdian mewawancara pengelola PKBM secara informal untuk mempelajari masalah yang mereka hadapi. Hal ini termasuk partisipasi masyarakat yang rendah, pemahaman yang buruk tentang penggunaan media sosial yang efektif, dan keterbatasan dalam membuat dan mengelola iklan digital. Selanjutnya, data dari observasi dan wawancara dianalisis untuk menentukan masalah utama yang berkontribusi terhadap keterbatasan jangkauan layanan PKBM. Hasilnya menunjukkan bahwa penggunaan media sosial yang tidak efektif sebagai alat

untuk mendorong pendidikan nonformal adalah masalah utama yang dipilih untuk diselesaikan. Masalah ini dipilih karena dianggap paling mendesak dan berdampak besar pada keberadaan PKBM. Selain itu, dapat diselesaikan melalui metode pelatihan dan pendampingan yang efektif dalam pembuatan dan pengelolaan iklan digital (Elisa et al., 2024; Handoko & Simanjuntak, 2022).

Kegiatan pengabdian masyarakat ini dimulai dengan pengumpulan data hasil penayangan iklan melalui fitur analitik media sosial seperti Instagram Analytics dan Facebook Insights, yang mencakup interaksi, jangkauan, dan respons audiens terhadap iklan. Data ini kemudian dianalisis untuk mengevaluasi seberapa efektif iklan mencapai target audiens dan seberapa besar pengaruh mereka terhadap kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam layanan PKBM. Tim yang berdedikasi memberikan saran strategis untuk perbaikan lanjutan seperti penyesuaian konten, target audiens, dan pengelolaan iklan yang lebih baik berdasarkan analisis dan komentar tersebut. Penyusunan laporan dan dokumentasi kegiatan adalah tahap akhir dari review ini. Ini berfungsi sebagai evaluasi menyeluruh dan dasar untuk pengembangan program serupa di masa mendatang (Handoko & Simanjuntak, 2023; Manajemen et al., 2023).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Pengabdian diadakan di PKBM Sahabat Cendikia Batam dan berlangsung selama sebulan, dimulai dari 12 Maret 2024 hingga 10 April 2024. Anak-anak dari PKBM Sahabat Cendikia berjumlah empat belas orang yang hadir. Kegiatan pengabdian masyarakat ini dilaksanakan dalam beberapa tahap terstruktur. Pertama, tim pengabdian melakukan kunjungan ke lokasi PKBM Sahabat Cendikia untuk mengidentifikasi masalah yang terkait dengan promosi dan pemanfaatan media sosial. Setelah itu, perencanaan dan perancangan strategi konten iklan yang relevan dengan layanan yang ditawarkan oleh PKBM dilakukan. Tahap berikutnya adalah pelaksanaan program pengabdian masyarakat. Pelatihan ini diberikan secara langsung dan dilengkapi dengan sesi praktik sehingga peserta dapat langsung menerapkan pengetahuan yang diberikan. Setelah pelatihan, tim mendapatkan bimbingan khusus dalam pembuatan dan penayangan iklan di sosial media. Kegiatan diakhiri dengan menilai hasil penayangan iklan dan melacak selama beberapa minggu untuk mengetahui bagaimana iklan tersebut berdampak pada interaksi masyarakat dan jangkauan informasi yang lebih besar. Secara keseluruhan, tujuan dari semua kegiatan adalah untuk meningkatkan kemampuan PKBM untuk melakukan promosi digital secara mandiri dan berkelanjutan.

Hasil dari kegiatan pengabdian menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman dan keterampilan pengelola PKBM Sahabat Cendikia tentang promosi media sosial. Setelah mengikuti pelatihan dan bimbingan, pengelola sekarang dapat membuat konten iklan secara mandiri dan menayangkannya di platform seperti Facebook dan Instagram. Selama masa implementasi, iklan tersebut berhasil menjangkau lebih dari 5.000 pengguna dalam waktu satu minggu, dengan tingkat insertif yang tinggi. Selain itu, ada peningkatan kunjungan langsung ke PKBM dan pertanyaan tentang program pendidikan melalui media sosial. Menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial secara strategis dapat menjadi cara yang efektif untuk meningkatkan visibilitas PKBM di tengah persaingan informasi digital. Pembelajaran dari kegiatan ini menunjukkan bahwa penggunaan iklan digital tidak hanya dapat memperluas jangkauan promosi, tetapi juga dapat membangun komunikasi dua arah antara lembaga dan masyarakat. Evaluasi pengelola PKBM menunjukkan bahwa mereka puas

dengan kegiatan yang mereka lakukan, serta komitmen mereka terhadap organisasi.



Gambar 1. Foto Bersama Kegiatan Pengabdian

4. KESIMPULAN

Pengabdian masyarakat ini meningkatkan kemampuan PKBM Sahabat Cendikia dalam menggunakan media sosial untuk mendorong pendidikan nonformal. Pengelola PKBM memperoleh pemahaman dan keterampilan baru dalam membuat konten digital dan mengelola iklan berbayar secara mandiri melalui proses observasi, pelatihan, pendampingan, dan evaluasi. Penayangan iklan di platform seperti Facebook dan Instagram telah terbukti efektif dalam meningkatkan interaksi, menyebarkan informasi, dan mendorong minat siswa terhadap kursus yang ditawarkan. Hasil ini menunjukkan bahwa lembaga pendidikan nonformal dapat meningkatkan visibilitas dan daya saing mereka dengan menggunakan strategi digital marketing sederhana. Selain itu, acara ini menunjukkan betapa pentingnya kerja sama antara perguruan tinggi dan masyarakat untuk mengatasi tantangan transformasi digital di sektor pendidikan.

5. SARAN

Pengelola PKBM Sahabat Cendikia disarankan untuk memperbarui konten media sosial mereka dengan informasi yang menarik, mendidik, dan relevan dengan kebutuhan masyarakat agar hasil pengabdian terus berlanjut. Untuk membuat strategi promosi yang lebih efektif, pengelola juga harus terus meninjau kinerja iklan digital secara berkala. Untuk meningkatkan ide dan metode promosi, disarankan agar PKBM bekerja sama dengan orang lain, seperti relawan digital, siswa, atau komunitas kreatif. Agar PKBM dapat bersaing di era digital yang terus berkembang, pelatihan khusus akan diperlukan terkait pengelolaan media sosial yang lebih mendalam, seperti pengelolaan akun bisnis,

optimasi algoritma platform, dan penggunaan video pendek. Terakhir, lembaga pendidikan nonformal lainnya perlu didukung secara digital melalui dukungan kebijakan dari lembaga terkait.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tim Pengabdian mengucapkan terima kasih kepada LPPM Universitas Putera Batam karena telah memberikan izin untuk kegiatan pengabdian ini. Mereka juga berterima kasih kepada PKBM Sahabat Cendikia Batam karena telah memberikan tempat untuk kegiatan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, F., Lestari, P., & Lestari, D. (n.d.). *PENGGUNAAN TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI SEBAGAI MEDIA PEMBELAJARAN DI MTS AL-QUR'ANIYAH ULUJAMI JAKARTA SELATAN*.
- Dorrestein, M., Nutley, S.B. & Thorell, L.B. Screen Time, Addictive Use of Social Media, Motives for Social Media Use and Social Media Content: Interrelations and Associations with Psychosocial Problems. *Int J Ment Health Addiction* (2025). <https://doi.org/10.1007/s11469-025-01491-5>
- Dorrestein, M., Nutley, S.B. & Thorell, L.B. Screen Time, Addictive Use of Social Media, Motives for Social Media Use and Social Media Content: Interrelations and Associations with Psychosocial Problems. *Int J Ment Health Addiction* (2025). <https://doi.org/10.1007/s11469-025-01491-5>
- Elisa, E., Harman, R., Simanjutak, P., Handoko, K., & Zetli, S. (2024). PELATIHAN KONTEN PEMBELAJARAN KREATIF DAN INTERAKTIF PADA HIMPUNAN GURU KOTA BATAM Creative and Interactive Learning Content Training at the Batam City Teachers Association. In *Edisi Juli* (Vol. 6, Issue 1).
- Ghalavand, H., Panahi, S. & Nouri, M. Opportunities and challenges of social media for oral health literacy improvement: a qualitative investigation based on Iranian dentists' perspectives. *BMC Health Serv Res* 25, 673 (2025). <https://doi.org/10.1186/s12913-025-12845-z>
- Gomes, A.B., Sultan, A. Problematizing content moderation by social media platforms and its impact on digital harm reduction. *Harm Reduct J* 21, 194 (2024). <https://doi.org/10.1186/s12954-024-01104-9>
- Handoko, K., Elisa, E., Arista, A., Wangdra, Y., Ilmu Sosial dan Humaniora, F., Putera Batam, U., & Soeprarto Muka Kuning -Batam, J. R. (n.d.). *Volume 4 Nomor 2 Tahun 2022 Koko Handoko Digital Marketing dan Prospek Bisnis Era Covid-19 di Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Hang Nadim Batam*.
- Handoko, K., & Simanjuntak, P. (2022). PEMBINAAN TEKNOLOGI INFORMASI DAN SISTEM OPERASIONAL BANK SYARIAH. In *Edisi Januari* (Vol. 3, Issue 2).
- Handoko, K., & Simanjuntak, P. (2023). SOSIAL MEDIA ADVERTISING PADA SMK HANG NADIM BATAM. In *Edisi Januari* (Vol. 4, Issue 2).
- Ilhadi, V., Karima, A., Afra, L., Ulya, A., Maulani, E., & Amna, K. (2024). PKM Strategi Pengembangan Teknologi Informasi (Veri Ilhadi dkk. *Jurnal Malikussaleh Mengabdi*, 3(2), 2829–6141. <https://doi.org/10.29103/jmm>
- Jabeen, R., Khan, K.U., Zain, F. et al. Investigating the impact of social media advertising and risk factors on customer online buying behavior: a trust-based perspective. *Futur Bus J* 10, 123 (2024). <https://doi.org/10.1186/s43093-024-00411-8>

- Manajemen, P., Dan, K., Siagian, M., Handoko, K., & Simanjuntak, P. (2023). The Role of Entrepreneurship and Information Technology Management in Hang Nadim Batam Vocational School Students. In *Edisi Juli* (Vol. 5, Issue 1).
- Montag, C., Markett, S. Social media use and everyday cognitive failure: investigating the fear of missing out and social networks use disorder relationship. *BMC Psychiatry* 23, 872 (2023).
<https://doi.org/10.1186/s12888-023-05371-x>
- Pemanfaatan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Pada Masyarakat Pulau Temoyong Batam Kepulauan Riau Pastima Simanjuntak, P., Handoko, K., Author, C., Batam, P., & Soeprapto Muka Kuning Batam, J. R. (2019). *MATAPPA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat History Artikel*.
- Simanjuntak, P., Handoko, K., Zetly, S., & Elisa, E. (2025). PENERAPAN CLOUD COMPUTING DALAM MENUNJANG PEMBELAJARAN Implementation of Cloud Computing to Support Learning. In *Edisi Januari* (Vol. 6, Issue 2).
- Simanjuntak, P., Realize, R., & Handoko, K. (2019). PEMBINAAN ADMINISTRASI DAN DOKUMENTASI DENGAN MEMANFAATKAN SOFTWARE APPLICATION. *Jurdimas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)* Royal, 2(2), 133–136.
<https://doi.org/10.33330/jurdimas.v2i2.335>