

ABSTRAK

Tugas akhir ini bertujuan untuk menganalisis strategi dan praktik pengelolaan media sosial yang efektif sebagai media promosi untuk program studi ilmu komunikasi di Universitas Dharma Andalas (UNIDHA). Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, dengan metode pengumpulan data melalui wawancara mendalam, analisis konten, dan observasi kegiatan media sosial yang dilakukan oleh program studi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang mengintegrasikan konten visual yang menarik, interaksi yang konsisten dengan audiens, dan pemanfaatan platform media sosial yang sesuai berhasil meningkatkan kesadaran dan citra positif program studi di kalangan calon mahasiswa. Selain itu, hasil evaluasi menunjukkan bahwa penerapan strategi promosi ini juga berdampak signifikan dalam memperluas jangkauan informasi terkait program studi.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa pengelolaan media sosial yang terencana dan tepat sasaran dapat menjadi alat promosi yang efektif dalam meningkatkan visibilitas dan menarik minat calon mahasiswa. Rekomendasi yang diberikan meliputi peningkatan kolaborasi antar pemangku kepentingan dan penyesuaian strategi konten agar lebih relevan dengan tren digital saat ini.

Kata Kunci: Pengelolaan Media Sosial, Promosi Pendidikan, Ilmu Komunikasi, UNIDHA

ABSTRAK

This final project aims to analyze effective social media management strategies and practices as a promotional medium for the communication science study program at Dharma Andalas University (UNIDHA). This study uses a qualitative descriptive approach, with data collection methods through in-depth interviews, content analysis, and observation of social media activities carried out by the study program.

The results of the study indicate that a strategy that integrates attractive visual content, consistent interaction with the audience, and the use of appropriate social media platforms has succeeded in increasing awareness and a positive image of the study program among prospective students. In addition, the evaluation results show that the implementation of this promotional strategy also has a significant impact on expanding the reach of information related to the study program.

The conclusion of this study is that planned and targeted social media management can be an effective promotional tool in increasing visibility and attracting the interest of prospective students. Recommendations provided include increasing collaboration between stakeholders and adjusting content strategies to be more relevant to current digital trends.

Keywords: *Social Media Management, Education Promotion, Communication Science, UNIDHA*