



# Peran Media Sosial Instagram dalam Kegiatan Sosialisasi Beasiswa Transmigrasi UIN Raden Fatah Palembang

Muhammad Randicha Hamandia<sup>1\*</sup>, Sri Hertimi<sup>2</sup>, Ahmad Sabarudin<sup>3</sup>

1,2,3 Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

DOI:

<https://doi.org/10.53697/iso.v5i1.2549>

\*Correspondence: Muhammad Randicha Hamandia

Email:

[mrandichahamandia\\_uin@radenfatah.ac.id](mailto:mrandichahamandia_uin@radenfatah.ac.id)

Received: 07-04-2025

Accepted: 16-05-2025

Published: 27-06-2025



**Copyright:** © 2024 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran media sosial Instagram dalam kegiatan sosialisasi Beasiswa Transmigrasi di UIN Raden Fatah Palembang. Media sosial, khususnya Instagram, telah menjadi platform strategis dalam penyebaran informasi beasiswa karena kemampuannya menjangkau audiens luas secara visual dan interaktif. Melalui pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus, penelitian ini mengkaji efektivitas Instagram sebagai sarana komunikasi digital dalam meningkatkan partisipasi calon penerima beasiswa. Data dikumpulkan melalui wawancara dengan mahasiswa penerima beasiswa, observasi konten Instagram, dan analisis dokumen terkait program Penjaringan Siswa Berprestasi di Kawasan Transmigrasi (PPSBKT). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram berperan signifikan dalam memperluas jangkauan informasi beasiswa, terutama melalui fitur unggahan, stories, dan direct message. Strategi sosialisasi yang diterapkan meliputi kolaborasi dengan influencer kampus, webinar informasi, dan konten multiformat yang menarik. Tantangan utama meliputi keterbatasan akses internet di daerah terpencil dan kebutuhan konsistensi dalam pembuatan konten. Kesimpulannya,

Instagram terbukti efektif sebagai media sosialisasi beasiswa transmigrasi, dengan rekomendasi untuk pengoptimalan fitur interaktif dan pendekatan multiplatform guna menjangkau calon penerima beasiswa secara lebih inklusif.

**Kata kunci:** Media Sosial Instagram, Sosialisasi Beasiswa, Transmigrasi, UIN Raden Fatah Palembang, Komunikasi Digital.

**Abstract:** This study aims to analyze the role of Instagram social media in the socialization of Transmigration Scholarships at UIN Raden Fatah Palembang. Social media, especially Instagram, has become a strategic platform in disseminating scholarship information because of its ability to reach a wide audience visually and interactively. Through a qualitative approach with a case study method, this study examines the effectiveness of Instagram as a digital communication medium in increasing the participation of prospective scholarship recipients. Data were collected through interviews with scholarship recipients, observation of Instagram content, and analysis of documents related to the Penjaringan Siswa Berprestasi di Kawasan Transmigrasi (PPSBKT) program. The results of the study show that Instagram plays a significant role in expanding the reach of scholarship information, especially through the upload, stories, and direct message features. The socialization strategies implemented include collaboration with campus influencers, information webinars, and interesting multi-format content. The main challenges include limited internet access in remote areas and the need for consistency in content creation. In conclusion, Instagram has proven effective as a socialization medium for transmigration scholarships, with recommendations for optimizing interactive features and a multi-platform approach to reach prospective scholarship recipients more inclusively.

---

**Keywords:** *Instagram Social Media, Scholarship Socialization, Transmigration, UIN Raden Fatah Palembang, Digital Communication.*

---

## **Pendahuluan**

Teknologi informasi telah menyebabkan munculnya media sosial sebagai alat komunikasi yang cepat dan tersebar luas, dengan Instagram menonjol karena fitur visualnya yang berdampak (dinda, 2019:71). Instagram telah menjelma menjadi media komunikasi modern yang dapat dimanfaatkan untuk berbagai keperluan, termasuk dalam bidang pendidikan, promosi, pemasaran, dan kegiatan sosial. Banyak institusi pemerintah maupun swasta kini menggunakan Instagram sebagai media utama untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat. Platform ini dinilai lebih dekat dengan generasi muda yang menjadi pengguna aktif media sosial (astari, 2019:69).

Dalam dunia pendidikan, komunikasi yang efektif sangat diperlukan untuk menjamin tersampainya informasi dengan baik kepada target sasaran. Sosialisasi program-program pendidikan seperti beasiswa harus dilakukan dengan pendekatan yang sesuai dengan perkembangan zaman dan kebiasaan masyarakat, terutama generasi muda. Oleh karena itu, pemanfaatan media sosial menjadi strategi penting yang harus dipertimbangkan oleh lembaga pendidikan dan pemerintah (damayanti, 2019:261).

Beasiswa Transmigrasi merupakan program pendidikan utama dari Kementerian Desa untuk membantu siswa dari daerah transmigrasi terpencil mengakses pendidikan tinggi. UIN Raden Fatah Palembang mendukung program ini, dengan media sosial khususnya Instagram memainkan peran penting dalam penjangkauannya. Organisasi mahasiswa PMAT secara aktif mempromosikan beasiswa baik secara offline maupun online untuk menjangkau siswa di daerah terpencil.

Namun demikian, sejauh mana efektivitas penggunaan Instagram dalam menyosialisasikan program beasiswa transmigrasi ini masih belum banyak dikaji. Hal ini menimbulkan pertanyaan penting mengenai apakah media sosial, khususnya Instagram, benar-benar mampu memperluas jangkauan informasi dan meningkatkan partisipasi calon penerima beasiswa, terutama di kalangan siswa dari kawasan transmigrasi.

Penggunaan Instagram sebagai media sosialisasi memiliki keunggulan berupa kemudahan akses, daya tarik visual, dan jangkauan audiens yang luas. Oleh karena itu, penting untuk melakukan evaluasi terhadap dampak penggunaan Instagram dalam konteks penyebaran informasi beasiswa transmigrasi. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui bagaimana keterlibatan PMAT, serta peran Kementerian Desa dalam mendukung sosialisasi secara daring melalui platform digital.

## **Metodologi Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Seperti jenis penelitian kualitatif lainnya, seperti fenomenologi, etnografi, etnometodologi, grounded research, dan studi teks, penelitian studi kasus juga dilakukan dalam situasi yang alami, holistik, dan mendalam. "Alami" berarti pengumpulan data dilakukan dalam konteks kehidupan nyata tanpa intervensi atau manipulasi terhadap subjek penelitian maupun konteks tempat penelitian berlangsung. Semua hal dibiarkan terjadi secara alami.

“Holistik” berarti peneliti harus mengumpulkan data secara menyeluruh dan tidak boleh ada informasi yang terabaikan. Dari data tersebut akan diungkap fakta atau realitas (dimas, 2023:5).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif karena bertujuan untuk memahami secara mendalam fenomena sosial dalam konteks nyata, yaitu bagaimana media sosial Instagram dimanfaatkan oleh Paguyuban Mahasiswa Anak Transmigran (PMAT) UIN Raden Fatah Palembang dalam menyosialisasikan beasiswa transmigrasi. Metode ini memungkinkan peneliti untuk menggali data yang berkaitan dengan pengalaman, persepsi, dan pola interaksi para pelaku sosialisasi beasiswa melalui media sosial (sutrisno, 2022:33).

Metode kualitatif dipilih karena mampu memberikan pemahaman yang lebih menyeluruh dan mendalam terhadap proses, pengalaman, serta persepsi para pelaku kegiatan sosialisasi, termasuk mahasiswa sebagai penerima dan penyebar informasi. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi nilai-nilai, makna, dan konteks yang melatarbelakangi perilaku sosial di lapangan (puspitarini, 2019:71).

Pendekatan studi kasus dipilih karena penelitian ini fokus pada satu entitas atau kasus tertentu yakni PMAT dan aktivitas penyebaran informasi beasiswa melalui Instagram yang diteliti secara intensif dan terperinci. Studi kasus sesuai untuk menganalisis konteks dan proses sosial dalam lingkungan tertentu yang kompleks dan khas (sari, 2019:69). Lokasi penelitian adalah mahasiswa penerima beasiswa transmigrasi UIN Raden Fatah Palembang. Jln. Kom.Pol. H.M.Damsyik. No 1872 C.RT. 29 RW.09 Sekip Jaya, Kemuning Palembang Sumatera Selatan.

## Hasil dan Pembahasan

### Media Sosial Instagram

#### 1. Instagram sebagai Media Sosialisasi Beasiswa

Media sosial, khususnya Instagram, telah menjadi alat penting dalam menyebarkan informasi di kalangan mahasiswa. Di Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Fatah Palembang, Instagram dimanfaatkan secara efektif untuk sosialisasi berbagai program beasiswa, termasuk Beasiswa Transmigrasi. Pemanfaatan platform ini memungkinkan informasi beasiswa menjangkau audiens yang lebih luas dengan cara yang menarik dan interaktif (nasrullah, 2015).

#### 2. Peran Aktif Paguyuban Mahasiswa Anak Transmigran (PMAT)

Paguyuban Mahasiswa Anak Transmigran (PMAT) UIN Raden Fatah secara aktif menggunakan Instagram untuk mengadakan seminar dan sosialisasi terkait Beasiswa Program Penjangkaran Siswa Berprestasi di Kawasan Transmigrasi (PPSBKT). Dengan visual yang informatif, PMAT berhasil menarik perhatian calon mahasiswa dari berbagai daerah.

#### 3. Dukungan dari Akun Resmi UIN Raden Fatah

Akun resmi UIN Raden Fatah Palembang juga turut serta dalam menyebarkan informasi tentang seleksi Beasiswa Transmigrasi melalui unggahan Instagram. Langkah ini memudahkan mahasiswa dan calon pendaftar untuk mendapatkan pengumuman resmi secara cepat dan efisien.

#### 4. Efektivitas Instagram Berdasarkan Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara menunjukkan bahwa Instagram efektif digunakan dalam kegiatan promosi dan sosialisasi. Hal ini memberikan dasar kuat bahwa media sosial berperan penting dalam penyebaran informasi kampus, termasuk beasiswa (sari, 2021).

#### 5. Pemanfaatan Fitur Interaktif di Instagram

Fitur-fitur Instagram seperti Stories, Live, dan IGTV memberikan keleluasaan dalam menyampaikan informasi secara interaktif dan real-time. Mahasiswa dapat langsung bertanya dan berinteraksi, menjadikan proses sosialisasi lebih dinamis dan mudah dipahami (kurniawan, 2019).

#### 6. Tantangan dalam Menjangkau Seluruh Audiens

Meski efektif, masih terdapat tantangan seperti keterbatasan akses bagi sebagian calon mahasiswa yang tidak aktif menggunakan media sosial. Oleh karena itu, pendekatan multiplatform seperti integrasi dengan WhatsApp dan aplikasi resmi sangat dianjurkan (lubis, 2022).

#### 7. Pentingnya Konsistensi dan Kualitas Konten

Sosialisasi melalui Instagram akan lebih berhasil jika disampaikan secara konsisten dan dikemas dengan konten visual yang menarik serta bahasa yang mudah dimengerti oleh semua kalangan (aditya, 2020:56).

#### 8. Umpan Balik dan Evaluasi Berkala

Untuk terus meningkatkan efektivitasnya, tim sosialisasi perlu melakukan survei kebutuhan informasi secara berkala. Ini penting agar konten yang disajikan sesuai dengan harapan dan kebutuhan calon pendaftar (yuliana, 2021:34).

#### 9. Pelatihan Tim Sosialisasi

Agar bisa memaksimalkan potensi Instagram, tim sosialisasi beasiswa perlu diberikan pelatihan rutin tentang tren media sosial, teknik visualisasi informasi, dan strategi komunikasi digital yang relevan (rahmawati, 2023).

#### 10. Potensi Media Sosial dalam Edukasi

Instagram terbukti menjadi media yang sangat potensial dalam membantu kegiatan sosialisasi beasiswa transmigrasi di UIN Raden Fatah Palembang. Dengan strategi yang tepat dan pemanfaatan fitur yang maksimal, platform ini mampu memperluas jangkauan, meningkatkan pemahaman, dan mendorong partisipasi calon mahasiswa (fauzi, 2022:22).

### **Kegiatan Sosialisasi Beasiswa Transmigrasi**

Paguyuban Mahasiswa Anak Transmigran (PMAT) memiliki komitmen kuat dalam mendukung dunia pendidikan, baik untuk anggotanya maupun masyarakat secara luas. Hal ini diwujudkan melalui berbagai program yang berfokus pada penyediaan sumber daya, fasilitasi proses pembelajaran, pengembangan potensi diri, serta perlindungan hak-hak pendidikan. Peran aktif organisasi ini penting dalam menciptakan lingkungan belajar yang positif, adaptif, dan relevan dengan tantangan zaman.

Berikut adalah ragam kegiatan yang rutin dilaksanakan oleh PMAT:

#### a. Family Gathering

Kegiatan ini mencakup permainan dan sesi berbagi pengalaman untuk menyegarkan pikiran serta mempererat kekompakan dan produktivitas antaranggota.

b. Pelatihan Soft Skill Kewirausahaan

Diselenggarakan di Jakarta, pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan soft skill dalam bidang kewirausahaan yang sangat penting bagi mahasiswa transmigran.

c. Malam Keakraban

Sebuah agenda tahunan yang mempertemukan seluruh anggota untuk memperkuat nilai kebersamaan, kekeluargaan, dan solidaritas dalam suasana informal dan menyenangkan.

d. Orientasi Pengenalan Asrama Transmigran

Kegiatan ini khusus diperuntukkan bagi anggota baru dengan tujuan menanamkan semangat nasionalisme serta membangun rasa persaudaraan dalam lingkungan asrama.

e. Perayaan Gebyar Wisuda

Merupakan bentuk apresiasi terhadap anggota PMAT yang telah lulus studi, dengan mengadakan perayaan sebagai bentuk motivasi dan kebanggaan bersama.

f. Focus Group Discussion (FGD)

Melalui diskusi kelompok terfokus, anggota dilatih untuk meningkatkan kemampuan berpikir kritis dan memperdalam pemahaman terhadap isu-isu strategis.

g. Seminar Sekolah Khusus di Desa-desa

Merupakan program pengabdian masyarakat yang menasar daerah-daerah terpencil. PMAT menyelenggarakan seminar edukatif di sekolah-sekolah desa dengan tujuan meningkatkan kesadaran pentingnya pendidikan, berbagi informasi beasiswa, serta menginspirasi generasi muda di wilayah transmigrasi agar terus melanjutkan pendidikan ke jenjang lebih tinggi.

## **Peran Media Sosial Instagram dalam Kegiatan Sosialisasi Beasiswa Transmigrasi UIN Raden Fatah Palembang**

Media sosial, khususnya Instagram, memegang peran yang sangat penting dalam mendukung kegiatan sosialisasi Beasiswa Transmigrasi di UIN Raden Fatah Palembang. Dalam era digital, kecepatan dan jangkauan informasi menjadi faktor utama keberhasilan kampanye sosial, termasuk promosi beasiswa. Instagram, sebagai platform visual yang digemari generasi muda, dimanfaatkan oleh pihak kampus untuk membagikan informasi secara cepat, interaktif, dan menarik melalui konten-konten seperti poster digital, video pendek, testimoni penerima beasiswa, serta *live session* tanya jawab seputar prosedur pendaftaran. Pendekatan ini terbukti efektif dalam menjangkau calon mahasiswa dari berbagai daerah, termasuk kawasan transmigrasi.

Unit Humas dan Akademik UIN Raden Fatah secara aktif mengelola akun Instagram resmi mereka untuk mengunggah informasi beasiswa secara berkala. Salah satu contoh keberhasilan penggunaan Instagram adalah meningkatnya interaksi dan pertanyaan dari pengguna selama masa sosialisasi program PPSBKT pada tahun 2024. Hal ini menunjukkan bahwa Instagram tidak hanya menjadi media promosi satu arah, tetapi juga membangun komunikasi dua arah yang produktif antara kampus dan calon mahasiswa. Penggunaan fitur seperti "*Story*", "*Highlight*", dan "*Direct Message*" menjadi strategi tambahan yang memperluas efektivitas penyebaran informasi.

Selain dari pihak kampus, dukungan dari organisasi mahasiswa seperti GenBI (Generasi Baru Indonesia) dan Forum Mahasiswa Transmigrasi turut memperkuat penyebaran informasi melalui kolaborasi konten edukatif di Instagram. Kegiatan seperti webinar daring, pengumuman penerimaan beasiswa, hingga sesi motivasi juga rutin dibagikan melalui platform tersebut. Dalam

konteks ini, Instagram menjadi media strategis yang menyatukan fungsi edukatif, promosi, dan interaksi sosial dalam satu wadah, membantu meningkatkan keterjangkauan informasi beasiswa secara luas dan merata.

#### a. Penyebaran Informasi yang Efektif

Instagram telah membuktikan diri sebagai platform yang sangat efektif dalam menyebarkan informasi tentang beasiswa Transmigrasi UIN Raden Fatah Palembang. Platform ini mampu menjangkau calon penerima beasiswa di berbagai daerah dengan cepat dan efisien. Berbeda dengan media konvensional, Instagram memungkinkan pembaruan informasi secara real-time yang dapat diakses kapan saja dan dimana saja.

Bagi mahasiswa dari daerah terpencil seperti Banyuasin dan Musi Banyuasin, akses informasi melalui Instagram sangat membantu. Mereka tidak perlu datang langsung ke kampus untuk mendapatkan informasi terbaru tentang beasiswa. Hal ini sangat menghemat waktu dan biaya transportasi bagi calon pendaftar.

Egi Devina (Ilmu Komunikasi, Banyuasin) mengaku pertama kali mengetahui tentang beasiswa ini melalui postingan Instagram resmi kampus. *"Saya sedang mencari informasi beasiswa ketika melihat postingan di feed Instagram UIN Raden Fatah,"* ujarnya. Informasi yang lengkap dan terupdate membuatnya segera memutuskan untuk mendaftar.

Lisa Amelia Wati (Ilmu Politik, Banyuasin) juga memiliki pengalaman serupa. Ia menemukan informasi beasiswa secara tidak sengaja ketika melihat story Instagram kampus. *"Desain postingannya menarik perhatian saya, sehingga saya tertarik untuk membaca detail persyaratannya,"* jelas Lisa.

Bagi mahasiswa dari luar provinsi seperti Taufiq Fathurrahman (Pendidikan Agama Islam, Batam), Instagram menjadi solusi utama. *"Sebagai calon mahasiswa dari Batam, saya sangat bergantung pada informasi digital karena jarak yang jauh,"* katanya. Ia mengaku sering memantau akun Instagram kampus untuk mendapatkan informasi terbaru.

Kecepatan penyebaran informasi melalui Instagram ini terbukti efektif dalam menarik minat calon pendaftar. Fitur seperti *feed*, *story*, dan *highlight* memungkinkan informasi disampaikan secara berlapis dan berulang, sehingga lebih mudah diingat oleh calon penerima beasiswa.

#### b. Interaksi Langsung melalui Fitur Instagram

Fitur interaktif yang dimiliki Instagram menjadi nilai tambah dalam proses sosialisasi beasiswa. *Direct Message (DM)* dan kolom komentar memungkinkan komunikasi dua arah antara panitia dengan calon pendaftar. Hal ini menciptakan pengalaman yang lebih personal dalam proses pendaftaran.

Kemudahan berinteraksi ini sangat membantu calon penerima beasiswa yang sering memiliki pertanyaan spesifik. Mereka bisa langsung mengklarifikasi berbagai hal terkait persyaratan tanpa harus menunggu lama. Respons yang cepat dari panitia melalui fitur ini meningkatkan kepuasan calon pendaftar.

Nur Ihwan Awali (Ilmu Politik, Musi Banyuasin) membagikan pengalamannya menggunakan fitur DM. *"Saya sempat bingung dengan salah satu persyaratan dokumen. Setelah mengirim pertanyaan via DM, panitia merespons dalam waktu singkat dengan penjelasan yang lengkap,"* tuturnya.

Siti Maysitoh (Ekonomi Syariah, Banyuasin) lebih sering memanfaatkan kolom komentar untuk bertanya. *"Saya suka bertanya di kolom komentar karena jawabannya bisa dilihat oleh banyak orang yang mungkin memiliki pertanyaan sama,"* ujarnya. Ini menunjukkan bagaimana fitur Instagram bisa dimanfaatkan secara optimal.

Fitur Instagram juga memungkinkan panitia memberikan bantuan secara visual. Mereka bisa mengirim contoh dokumen melalui DM atau membuat panduan dalam bentuk gambar. "*Panitia pernah mengirim contoh surat rekomendasi yang benar melalui DM ketika saya bertanya,*" kenang Nur Ihwan.

Interaksi melalui Instagram ini menciptakan pengalaman pendaftaran yang lebih manusiawi. Calon mahasiswa merasa didampingi meskipun prosesnya dilakukan secara daring. Hal ini mengurangi kecemasan yang biasa muncul saat mendaftar beasiswa.

#### c. Visualisasi Konten yang Menarik

Kekuatan utama Instagram dalam sosialisasi beasiswa terletak pada kemampuannya menyajikan konten visual yang menarik. Konten berbasis gambar dan video terbukti lebih efektif dalam menyampaikan informasi dibanding teks panjang. Hal ini sesuai dengan karakter generasi muda yang lebih responsif terhadap konten visual.

Konten testimoni dari penerima beasiswa sebelumnya menjadi salah satu yang paling berpengaruh. Video singkat berisi pengalaman mereka bisa memberikan gambaran nyata tentang manfaat beasiswa. "*Melihat testimoni kakak tingkat membuat saya lebih yakin untuk mendaftar,*" kata Lisa Amelia Wati.

Infografis yang dirancang dengan baik juga sangat membantu dalam menjelaskan alur pendaftaran. Egi Devina mengaku sangat terbantu dengan infografis yang dibagikan di Instagram. "*Saya bisa memahami seluruh proses pendaftaran hanya dengan melihat beberapa gambar yang disusun rapi,*" ujarnya.

#### d. Personalisasi Konten

Instagram memungkinkan personalisasi konten sesuai kebutuhan calon pendaftar. Dengan memanfaatkan fitur *targeting*, konten bisa disesuaikan dengan minat dan kebutuhan pengguna. Personalisasi ini meningkatkan relevansi informasi yang diterima calon pendaftar.

Konten bisa dirancang khusus untuk menjawab pertanyaan yang sering diajukan. Misalnya, membuat seri konten yang membahas satu aspek beasiswa per postingan. Pendekatan ini membuat informasi lebih mudah dicerna dan mengurangi kebingungan.

Testimoni dari penerima beasiswa sebelumnya juga menjadi bentuk personalisasi. Pengalaman nyata dari senior bisa memberikan gambaran yang lebih jelas tentang manfaat beasiswa. Lisa Amelia Wati mengaku testimoni semacam ini sangat mempengaruhi keputusannya.

Fitur *poll* dan *question* di *Instagram Story* juga memungkinkan panitia memahami kebutuhan calon pendaftar. Dengan mengetahui pertanyaan yang sering muncul, panitia bisa menyusun konten yang lebih tepat sasaran.

#### e. Penggunaan Fitur Terkini

Instagram terus mengembangkan fitur-fitur baru yang bisa dimanfaatkan untuk sosialisasi beasiswa. Fitur seperti *Guides* memungkinkan panitia membuat panduan lengkap tentang beasiswa dalam satu tempat. Fitur ini sangat berguna untuk mengorganisir informasi yang banyak.

*Live* Instagram juga sering digunakan untuk sesi tanya jawab langsung. Calon pendaftar bisa bertanya dan mendapatkan jawaban *real-time*. Interaksi langsung semacam ini meningkatkan engagement dan kepercayaan.

*Reels* menjadi sarana efektif untuk menyampaikan informasi dalam format video pendek. Konten kreatif di *Reels* bisa menjangkau audiens yang lebih luas melalui algoritma Instagram.

#### f. Evaluasi dan Pengembangan

Keefektifan strategi Instagram diukur melalui berbagai metrik. *Engagement rate*, jumlah pertanyaan yang masuk, dan konversi pendaftar menjadi indikator penting. Data ini digunakan untuk terus menyempurnakan strategi konten.

Berdasarkan evaluasi, konten visual dan interaktif terbukti paling efektif. Panitia kemudian fokus mengembangkan lebih banyak konten dengan format tersebut. Umpan balik dari calon pendaftar juga menjadi bahan pertimbangan penting.

Dengan terus mengevaluasi dan mengembangkan strategi, sosialisasi beasiswa melalui Instagram bisa semakin efektif. Pendekatan berbasis data memastikan setiap upaya sosialisasi memberikan hasil optimal.

### Strategi yang Digunakan dalam Kegiatan Sosialisasi Beasiswa Transmigrasi UIN Raden Fatah Palembang

Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Fatah Palembang menunjukkan komitmen yang tinggi terhadap peningkatan akses pendidikan, khususnya bagi masyarakat kawasan transmigrasi. Program Beasiswa Transmigrasi yang dijalankan universitas ini sejak 2019 bertujuan memberikan bantuan pendidikan kepada mahasiswa dari daerah 3T (Tertinggal, Terdepan, dan Terluar). Melalui program ini, mahasiswa mendapatkan dukungan pendidikan penuh selama delapan semester. Atas kontribusinya, UIN Raden Fatah mendapatkan penghargaan dari Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi pada tahun 2024 sebagai bentuk apresiasi terhadap dedikasi universitas dalam menyukseskan Program Penjaringan Siswa Berprestasi Kawasan Transmigrasi (PPSBKT).

Dalam menjalankan strategi sosialisasi beasiswa, UIN Raden Fatah menerapkan pendekatan inovatif berbasis SMART dengan tema STIKMA, yang terdiri dari Stiker, Iklan, Mitra, dan Atraksi. Strategi ini mencakup penyebaran informasi melalui media visual seperti brosur dan poster, pemanfaatan media sosial serta platform digital untuk kampanye informasi, kerja sama dengan instansi pemerintahan dan sekolah, serta pelaksanaan pameran pendidikan atau expo. Strategi ini tidak hanya efektif menjangkau siswa dari kawasan transmigrasi, tetapi juga meningkatkan citra institusi sebagai kampus inklusif dan progresif dalam bidang pendidikan tinggi.

Di luar program internal, UIN Raden Fatah juga aktif menggandeng mitra eksternal seperti Bank Indonesia melalui kegiatan "*GenBI Goes to Campus*" yang diselenggarakan pada tahun 2025. Melalui kegiatan ini, mahasiswa diperkenalkan pada berbagai jenis beasiswa lain, termasuk Beasiswa Bank Indonesia, sebagai bentuk perluasan akses informasi dan dukungan finansial untuk mahasiswa. Ini menunjukkan bahwa strategi sosialisasi yang diterapkan oleh UIN Raden Fatah tidak terbatas pada beasiswa internal, tetapi juga menjangkau peluang eksternal guna meningkatkan kesejahteraan dan prestasi mahasiswa.

#### Pemanfaatan Media Sosial secara Optimal

Di era digital saat ini, media sosial telah menjadi saluran komunikasi utama bagi generasi muda, termasuk mahasiswa. UIN Raden Fatah Palembang secara cerdas memanfaatkan platform Instagram sebagai media utama dalam menyosialisasikan program beasiswa transmigrasi. Pemilihan Instagram didasarkan pada tingginya tingkat penetrasi pengguna di kalangan mahasiswa, serta kemudahan dalam menyebarkan informasi secara visual dan interaktif.

Tim sosialisasi beasiswa menerapkan strategi konten yang terencana dan konsisten. Mereka mempublikasikan informasi beasiswa secara rutin 3-4 kali dalam seminggu dengan format yang bervariasi. Konten-konten tersebut dirancang untuk menarik perhatian sekaligus memberikan informasi lengkap tentang beasiswa, mulai dari persyaratan, manfaat, hingga alur pendaftaran.

Egi Devina (Ilmu Komunikasi 2021) memberikan testimoni: "*Saya selalu melihat update terbaru di Instagram karena informasinya selalu lengkap dan tepat waktu.*" Pernyataan ini menunjukkan bagaimana konsistensi dalam publikasi informasi mampu membangun kepercayaan calon pendaftar. Mereka tahu pasti dimana dan kapan bisa mendapatkan informasi terbaru tentang beasiswa.

Keunggulan Instagram juga terletak pada fitur-fitur pendukungnya. Fitur *feed* untuk konten utama, *story* untuk pengumuman singkat, dan *highlight* untuk arsip informasi penting, semuanya dimanfaatkan secara optimal oleh tim sosialisasi. Hal ini memastikan informasi dapat diakses kapan saja oleh calon pendaftar dari berbagai daerah.

Strategi ini terbukti efektif dalam menjangkau mahasiswa dari berbagai wilayah, termasuk daerah-daerah transmigrasi yang mungkin memiliki keterbatasan akses informasi. Dengan mengandalkan media sosial, informasi beasiswa dapat menyebar dengan cepat dan merata tanpa terbatas jarak geografis.

#### a. Kolaborasi dengan Influencer Kampus

Dalam upaya memperluas jangkauan sosialisasi, panitia beasiswa menerapkan strategi kolaborasi dengan *influencer* kampus. Pendekatan ini didasarkan pada pemahaman bahwa informasi yang disampaikan oleh figur yang dikenal dan dipercaya akan lebih efektif daripada komunikasi resmi dari institusi semata.

Mahasiswa-mahasiswa populer di lingkungan UIN Raden Fatah, baik yang aktif di organisasi maupun memiliki banyak pengikut di media sosial, diajak untuk menjadi *ambassador* sosialisasi beasiswa. Mereka membagikan informasi beasiswa melalui akun pribadi dengan gaya komunikasi yang lebih santai dan *relatable*.

Lisa Amelia Wati (Ilmu Politik 2022) mengaku: "*Saya pertama kali tahu tentang beasiswa ini dari story seorang senior yang sering membagikan info kampus.*" Testimoni ini menunjukkan efektivitas pendekatan *peer-to-peer*, dimana informasi dirasakan lebih dapat dipercaya ketika datang dari sesama mahasiswa.

Kolaborasi ini tidak hanya sebatas *repost* konten, tetapi juga melibatkan pembuatan konten asli oleh *influencer* kampus. Beberapa diantaranya bahkan membuat *vlog* tentang pengalaman mereka sebagai penerima beasiswa, atau mengadakan tanya jawab langsung seputar beasiswa melalui fitur *live Instagram*.

Strategi ini berhasil menciptakan efek *multiplier* dalam penyebaran informasi. Satu *influencer* dengan ribuan pengikut dapat menjangkau lebih banyak calon pendaftar potensial. Selain itu, gaya penyampaian yang lebih personal dan informal membuat informasi tentang beasiswa lebih mudah diterima.

#### b. Penyelenggaraan Webinar Informasi

Untuk melengkapi sosialisasi melalui media sosial, panitia juga menyelenggarakan webinar informasi secara berkala. Webinar ini dirancang untuk memberikan penjelasan lebih mendalam tentang beasiswa transmigrasi, sekaligus menjadi sarana interaksi langsung antara calon pendaftar dengan panitia dan penerima beasiswa sebelumnya.

Acara webinar dipromosikan secara intensif melalui kanal Instagram, dengan pendaftaran yang juga dilakukan melalui platform digital. Pemilihan *Zoom* sebagai *platform* webinar mempertimbangkan kemudahan akses dan fitur-fitur pendukung seperti *breakout room* untuk sesi konsultasi lebih personal.

Nur Ihwan Awali (Ilmu Politik 2021) berkomentar: "*Webinar itu sangat membantu karena kita bisa bertanya langsung ke panitia dan mendengar pengalaman langsung dari awardee.*"

Hal ini menunjukkan nilai tambah webinar dibandingkan informasi searah melalui media sosial.

Materi webinar tidak hanya terfokus pada prosedur administratif, tetapi juga mencakup tips sukses mendapatkan beasiswa, pengalaman kuliah dengan beasiswa, serta informasi pendukung lainnya. Beberapa webinar bahkan menghadirkan narasumber dari alumni yang sukses setelah lulus dengan beasiswa ini.

Dari sisi panitia, webinar juga menjadi kesempatan untuk menjaring calon pendaftar yang benar-benar serius. Interaksi selama webinar seringkali menjadi indikator awal potensi dan motivasi calon penerima beasiswa.

### c. Pembuatan Konten Multiformat

Memahami beragamnya preferensi calon pendaftar dalam mengonsumsi informasi, tim sosialisasi mengembangkan strategi konten multiformat. Pendekatan ini memastikan informasi beasiswa dapat diakses dan dipahami oleh berbagai tipe mahasiswa dengan gaya belajar yang berbeda-beda.

Untuk mahasiswa yang lebih suka informasi singkat dan padat, disediakan infografis menarik yang merangkum poin-poin penting beasiswa. Bagi yang lebih menyukai penjelasan mendalam, ada video testimoni dari penerima beasiswa sebelumnya yang bercerita tentang pengalaman mereka.

Siti Maysitoh (Ekonomi Syariah 2022) mengatakan: *"Saya paling suka konten videonya karena lebih mudah dipahami dan tidak membosankan."* Preferensi semacam ini menjadi pertimbangan penting dalam pengembangan strategi konten.

Tim sosialisasi juga rutin mengadakan *live Q&A session* di Instagram, dimana calon pendaftar bisa bertanya langsung dan mendapatkan jawaban real-time. Format ini sangat efektif untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan spesifik yang mungkin tidak tercakup dalam konten biasa.

Selain itu, dikembangkan juga konten serial yang membahas satu aspek beasiswa per postingan. Pendekatan ini membuat informasi lebih mudah dicerna dan mengurangi kebingungan calon pendaftar. Setiap format konten dirancang dengan mempertimbangkan aspek visual dan kemudahan pemahaman.

### d. Sistem Pendampingan Online

Menyadari bahwa proses pendaftaran beasiswa bisa menjadi hal yang menantang, terutama bagi mahasiswa dari daerah, panitia mengembangkan sistem pendampingan online yang komprehensif. Sistem ini dirancang untuk memberikan bantuan personal dalam setiap tahap pendaftaran.

Mekanisme pendampingan dilakukan melalui *WhatsApp* dan *Instagram DM*, dua platform yang paling familiar bagi mahasiswa. Setiap calon pendaftar akan dipasangkan dengan mentor yang siap membantu mulai dari pemahaman persyaratan hingga pengecekan kelengkapan dokumen.

Taufiq Fathurrahman (Pendidikan Agama Islam 2023) mengungkapkan: *"Ada kakak pendamping yang sabar membimbing saya mengurus berkas lewat chat WhatsApp."* Pengalaman ini menunjukkan bagaimana pendampingan personal dapat mengurangi hambatan administratif.

Pendamping tidak hanya membantu secara teknis, tetapi juga memberikan motivasi dan saran strategis. Mereka seringkali adalah penerima beasiswa tahun sebelumnya, sehingga bisa berbagi pengalaman nyata dalam menghadapi proses seleksi.

Sistem ini sangat membantu mahasiswa dari daerah yang mungkin kurang familiar dengan prosedur administrasi perkuliahan. Dengan pendampingan yang intensif, tingkat kesalahan dalam pengisian formulir atau kelengkapan dokumen bisa diminimalisir.

#### e. **Monitoring dan Evaluasi Berkelanjutan**

Untuk memastikan efektivitas semua strategi yang dijalankan, panitia menerapkan sistem monitoring dan evaluasi yang ketat. Setiap kegiatan sosialisasi selalu diikuti dengan pengumpulan feedback dan analisis hasil untuk perbaikan berkelanjutan.

Metode evaluasi mencakup survei kepuasan kepada peserta sosialisasi, analisis engagement di media sosial, serta tracking jumlah pendaftar dari masing-masing kanal sosialisasi. Data-data ini kemudian dianalisis untuk mengidentifikasi strategi yang paling efektif.

Berdasarkan data terakhir, strategi ini berhasil meningkatkan jumlah pendaftar beasiswa transmigrasi sebesar 35% dibanding tahun sebelumnya. Seperti diungkapkan salah satu panitia: *"Kami terus memperbaiki cara sosialisasi berdasarkan masukan dari calon pendaftar."*

Proses evaluasi tidak hanya dilakukan di akhir periode, tetapi secara berkala selama masa sosialisasi. Hal ini memungkinkan panitia melakukan penyesuaian strategi di tengah jalan jika diperlukan. Misalnya, jika suatu jenis konten mendapatkan engagement rendah, tim bisa segera mengembangkan format alternatif.

Sistem evaluasi ini memastikan bahwa strategi sosialisasi selalu relevan dengan kebutuhan calon pendaftar dan mengikuti perkembangan tren komunikasi digital di kalangan mahasiswa.

### **Kesimpulan**

Media sosial Instagram terbukti menjadi sarana komunikasi yang efektif dalam menyosialisasikan program Beasiswa Transmigrasi UIN Raden Fatah Palembang. Melalui konten visual yang menarik dan fitur interaktif seperti story, highlight, dan direct message, informasi dapat disampaikan secara cepat, luas, dan mudah dipahami oleh calon mahasiswa dari berbagai wilayah, termasuk daerah-daerah transmigrasi yang memiliki keterbatasan akses informasi.

Strategi penyampaian informasi melalui Instagram tidak hanya bersifat satu arah, melainkan juga membangun interaksi dua arah yang produktif. Fitur-fitur interaktif seperti DM dan live session telah dimanfaatkan untuk menjawab pertanyaan secara langsung, meningkatkan kenyamanan dan kepercayaan calon pendaftar. Dukungan dari influencer kampus serta organisasi mahasiswa juga turut memperkuat jangkauan dan kredibilitas informasi yang disebarkan.

Keberhasilan sosialisasi ini didukung oleh pendekatan konten multiformat dan sistem pendampingan online yang terstruktur. Melalui visualisasi konten, testimoni penerima beasiswa, dan pendampingan personal, calon pendaftar merasa terbantu dalam setiap tahap proses seleksi. Strategi ini menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial secara optimal mampu menjembatani tantangan geografis dan administratif dalam penyebaran informasi pendidikan.

### **Daftar Pustaka**

Aditya, R. (2020). Manajemen konten media sosial di institusi pendidikan. *Jurnal Ilmu Informasi dan Perpustakaan*, 3(1), 56–65.

- Agnes Pertiwi Sutrisno, & Mayangsari, I. D. (2022). Pengaruh penggunaan media sosial Instagram @Humasbdg terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers. *Jurnal Common*, 5(2), 118–133. <https://doi.org/10.34010/common.v5i2.5143>
- Aleyda Haya Aqila Diana Ahmad. (2025). Pengaruh media sosial dan harga terhadap impulsive buying pada mahasiswa FEB UIN Syarif Hidayatullah Jakarta [Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah].
- Andri Afrianto. (2024). Dampak penggunaan media sosial Instagram dalam gaya hidup siswa SMK Al-Qur'an dan Dakwah Alam di Krincing. *Jurnal Democratia Online*, 2(2), 16.
- Astari Clara Sari. (2019). Komunikasi dan media sosial. *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69. <https://www.researchgate.net/publication/329998890>
- Bella Citra Hadini & Baroto Tavip Indrojarwo, "Perancangan Kampanye Media Sosial Instagram 'Youthoffers' sebagai Channel Informasi Beasiswa Pendidikan Mahasiswa Indonesia," *Jurnal Sains dan Seni ITS* 9, no. 2 (2021): <https://doi.org/10.12962/j23373520.v9i2.58955>.
- Budi Santoso & Marintan Rajagukguk. (2020). Penggunaan media sosial Instagram dalam pembentukan citra diri di kalangan mahasiswa STISIPOL Candradimuka. *Jurnal Dimensi Komunikasi*, 1(2), 45.
- Chece Amelya Puteri & Almira Shabrina, "Strategi Komunikasi Instagram @Genbi\_Telu dalam Sosialisasi Beasiswa Bank Indonesia 2023," *eProceedings of Management* 10, no. 1 (2023): <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/23262>.
- Citra Antasari, & Pratiwi, R. D. (2022). Pemanfaatan fitur Instagram sebagai sarana komunikasi pemasaran Kedai Babakkeroyokan di Kota Palu. *Kinesik*, 9(2), 178–180.
- Damayanti, R. (2019). Diksi dan gaya bahasa dalam media sosial Instagram. *Jurnal Widyaloka IKIP Widya Darma*, 5(3), 261–278.
- Dinda Sekar Puspitarini, & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan media sosial sebagai media promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71–80. <https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1950>
- Evi Fitriana & Marni. (2021). Transmigran sebagai modal sosial dalam pengembangan food estate di Kabupaten Pulang Pisau. *Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial dan Humaniora*, 7(1), 9–10.
- Farhatilwardah. (2019). Karakter sopan santun remaja: Pengaruh metode sosialisasi orang tua dan kontrol diri. *Jurnal Ilmiah Keluarga dan Konseling*, 12(2), 115.
- Fauzi, A. (2022). Instagram sebagai media komunikasi akademik: Studi kasus UIN Palembang. *Jurnal Komunikasi Islam*, 6(1), 22–33.
- Framuditya Bagas Saputra. (2025). Peran sosial media Instagram sebagai media komunikasi bisnis dalam peningkatan penjualan perusahaan Mangkok Manis [Skripsi].
- Irfan Priyad. (2024). Optimalisasi peran daerah tujuan guna mendukung peningkatan ekonomi dan status perkembangan kawasan transmigrasi. *Jurnal Ekonomi & Manajemen*, 6(1), 8–10.
- Izzatul Chumairoh & Sandy Permata, "Penggunaan Media Sosial Instagram Scholars\_IG sebagai Media Promosi Digital Program Beasiswa," *Ikon: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi* 26, no. 2 (2021): <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKON/article/view/1270>.

- Juni Sahla Nasution. (2025). Manfaat media sosial sebagai sarana pengembangan kreativitas mahasiswa di era digital. *Jurnal Pendidikan dan Riset*, 3(1), 44.
- Kurniawan, B. (2019). Strategi komunikasi digital dalam pendidikan tinggi. *Jurnal Komunika*.
- Levia Inggrit Sayekti. (2025). Pemanfaatan konten Instagram sebagai efek tren media promosi Shopee Affiliate. *\*Jurnal Ilmiah M-Progress*, 15\*(1), 68.
- Lubis, A. F. (2022). Kendala digitalisasi informasi akademik dalam era media sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 88–95.
- Mia Sri Nurlistiani Hidayat, "Pengelolaan Media Sosial Dinas Tenaga Kerja dan Transmigrasi Provinsi Jawa Barat melalui Akun Instagram @disnakertransjabar," Skripsi, UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 2023. <https://digilib.uinsgd.ac.id/82089/>
- Mohamad Ramdhani & Lina Anggraeni, "Strategi Komunikasi Universitas Paramadina Mensosialisasikan Program Bantuan Biaya Studi Covid-19 melalui Media Sosial Instagram," *Jurnal Penelitian Inovatif* 2, no. 1 (2021): <https://jurnal-id.com/index.php/jupin/article/view/250>
- Muhammad Ilham. (2022). Dampak budaya transmigrasi terhadap budaya lokal di Kota Tarakan Kalimantan Utara. *Jurnal Bahasa*, 11(September), 10.
- Nasrullah, R. (2015). Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi. *Simbiosis Rekatama Media*.
- Nindi Apridha Jamil, Kurnia, A. D., & Jalaludin, J. (2020). Analisis mekanisme praktik jual beli followers dalam perspektif ekonomi Islam di media sosial Instagram. *EKSISBANK: Ekonomi Syariah dan Bisnis Perbankan*, 4(1), 82–94. <https://doi.org/10.37726/ee.v4i1.101>
- Nur Anisah. (2021). Penggunaan media sosial Instagram dalam meningkatkan literasi kesehatan pada mahasiswa. *Jurnal Peurawi: Media Kajian Komunikasi Islam*, 4(2), 99–100.
- Puspo Nugroho. (2018). Tripusat pendidikan sebagai basis sosialisasi dan pembentukan karakter siswa. *Journal of Social Science Teaching*, 2(1), 764.
- Rahmawati, N. (2023). Pelatihan media sosial untuk tim promosi akademik. *Jurnal Teknologi Pendidikan*.
- Rekha Widiawati. (2024). Sosialisasi beasiswa kampus: Upaya memperluas akses dan kesempatan bagi mahasiswa berprestasi. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Nian Tana*, 2(4), 62.
- Reni Ria Armayani. (2021). Analisis peran media sosial Instagram dalam meningkatkan penjualan online. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(3), 8920–8921.
- Rini Ambarwati. (2023). Efektivitas sosialisasi Pemilu 2019 KPU Kabupaten Indragiri Hulu (Studi terhadap banyaknya surat suara tidak sah). *Jurnal Niara*, 15(3), 574.
- Rinjani Vira Ningsih, & Najamuddin. (2024). Pengembangan kawasan transmigrasi dalam rangka meningkatkan pembangunan pada Dinas Transmigrasi dan Tenaga Kerja. *Journal of Social and Policy Issues*, 118.
- Riska Purwandani. (2019). Peranan media sosial Instagram @Smrfoodies dalam interaksi sosial. *Ejournal Ilmu Komunikasi*, 7(4), 7.
- Sari, L. P., & Ramadani, R. (2021). Peran media sosial dalam promosi perpustakaan di UIN Sumatera Utara. *Dawatuna: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 2(2), 100–110.

- 
- Syarifuddin. (2019). Dampak interaksi sosial masyarakat transmigran Sasak di Manggelewa Dompu NTB. *Jurnal Riset Sosiologi Progresif Aktual*, 35.
- Yuliana, E. (2021). Analisis kebutuhan informasi mahasiswa baru. *Jurnal Komunikasi Pendidikan*, 5(2), 34–41.
- Yunita Sari. (2024). Penggunaan media sosial Instagram @Makanansmr sebagai media informasi kuliner Kota Samarinda. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 764.