



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 5 No. 1 (2026) pp: 11401-11408

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Optimalisasi Media Informasi Digital Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Samarinda

Almasari Aksenta¹, Rika Ismayanti², Muhammad Rizki Asrul³

^{1,2,3}Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Samarinda

[1a.aksenta@polnes.ac.id](mailto:a.aksenta@polnes.ac.id)

Abstrak

Media informasi digital merupakan suatu pencapaian keunggulan kompetitif bagi bisnis. Kehadiran teknologi digital yang menyediakan media informasi aktual dan interaktif dapat mengoptimalkan fasilitas yang ada pada institusi. Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Samarinda (AB Polnes) berupaya mengoptimalkan fasilitas melalui media digital agar menjadi suatu pencapaian dalam memudahkan civitas akademika memperoleh informasi aktual dan meningkatkan keunggulan kompetitif antar jurusan. Urgensi penelitian ini adalah penerapan sebagai capaian layanan institusi dalam mengoptimalkan sarana yang ada melalui pemanfaatan media informasi digital. Tujuan penelitian ini adalah membuat penerapan media informasi digital berupa website dan pengelolaan media sosial Instagram, Facebook dan YouTube bagi Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Samarinda. Metode penelitian ini bersifat kualitatif, disajikan secara deskriptif. Tahapan penelitian yang dilakukan adalah observasi, dokumentasi, wawancara, penerapan, dan pengelolaan. Media informasi digital yang dibuat adalah dengan memanfaatkan website dan media sosial. Penerapan website menggunakan CMS WIX dan optimalisasi berupa hasil pengelolaan media sosial dari Facebook, Instagram dan YouTube sebagai hasil pembahasan dari artikel ini. Media informasi digital ini dibuat sebagai upaya optimalisasi fasilitas institusi yang ada. Pemanfaatan dari hasil penelitian ini menjadi acuan bagi institusi dalam melakukan transformasi digital serta menyediakan fasilitas yang lebih optimal. Penambahan media audio podcast dapat menjadi saran tambahan bagi penelitian terapan yang dilakukan.

Kata kunci: Website, Media Sosial, Media Informasi, Media Digital, Media Informasi Digital

1. Latar Belakang

Setiap sektor bisnis harus melakukan transformasi digital secara masif agar tidak tertinggal oleh persaingan. Kehadiran komunikasi digital dan jejaring sosial telah membawa perubahan pada dinamika hubungan sosial, termasuk dalam hal komunikasi, kolaborasi, dan penyampaian informasi (1). Penyampaian informasi secara digital tentunya memanfaatkan teknologi internet atau melakukan aktivitas secara daring. Dunia daring juga memiliki tantangan tersendiri bagi setiap pelaku bisnis dan berpotensi menciptakan citra merek, dalam hal ini reputasi lembaga atau kepercayaan konsumen atau masyarakat.

Penyampaian informasi menggunakan media digital sangat membantu sebuah institusi dalam melakukan transformasi menuju digitalisasi. Media digital memungkinkan masyarakat menjadi lebih aktif dan partisipatif sebagai komunikator serta meningkatkan peluang untuk saling berpartisipasi (2). Hal ini juga diharapkan dapat meningkatkan citra atau reputasi sebuah perusahaan atau institusi lainnya. Situs web dan media sosial, sebagai media digital masa kini, merupakan instrumen pemasaran yang penting bagi perusahaan yang ingin meningkatkan brand awareness terhadap produk atau layanan (3). Media sosial merupakan salah satu bentuk media komunikasi digital yang efisien dalam meningkatkan citra perusahaan, perusahaan dapat memantau dan merespon dengan cepat feedback atau keluhan dari pelanggan (4). Media informasi digital memberikan dampak positif, antara lain menciptakan informasi di masyarakat, memajukan dunia usaha, dan menumbuhkan industri kreatif (5).

Pada penelitian terdahulu Prasetyawan & Susilowati research tahun 2021 yang berjudul Implementasi Website Sebagai Media Promosi dan Informasi Bagi Nila Slilir Desa Bakalankrajan, setelah melakukan observasi, wawancara, dan studi pustaka. Peneliti melakukan tahapan analisis kebutuhan, perencanaan dan perancangan situs web, serta implementasi situs web. Hasil penelitiannya adalah merancang dan membuat situs web untuk Desa Nila Slilir. Desa Bakalankrajan yang dapat diakses melalui sinilabioflok.com. Website digunakan sebagai bagian dari

promosi dan berbagi informasi (6). Penelitian kedua oleh Muharam & Persada (2020) Penelitian ini berjudul Implementasi Pemanfaatan Website Sebagai Media Informasi dan Media Pemasaran Hasil Pertanian dan Peternakan di Desa Sumberejo . Peneliti melakukan tahapan dari observasi wilayah, identifikasi kebutuhan, penentuan tujuan yaitu petani dan peternak di Desa Sumberejo membutuhkan media sebagai sarana informasi dan kegiatan pemasaran dalam mempromosikan hasil pertanian dan peternakan di Desa Sumberejo, implementasi melalui pembuatan website, kemudian pemberian pendampingan dan evaluasi.

Hasil dari penelitian ini adalah media (website) yang dapat menjadi sarana informasi dan sarana pemasaran hasil pertanian dan peternakan di Desa Sumberejo , namun demikian proses pendampingan dan evaluasi belum dilakukan dikarenakan adanya dampak COVID-19 (7). Penelitian ketiga oleh Widiastuti et al in 2022 Penelitian ini berjudul Optimasi Media Sosial pada Usaha Kecil Menengah Muda. Metode penelitian yang digunakan adalah tahap observasi dengan mewawancarai 4 orang UKM rintisan dari Komunitas Wirausaha Muda Prumpung. Hasil penelitian ini adalah mengoptimalkan media sosial yang sudah ada seperti Facebook, Instagram, Twitter, Whatsapp dan YouTube dengan menggunakan fitur dan aktivitas promosi. Pada penelitian sebelumnya, terdapat tahap evaluasi setelah sistem dibuat (8). Namun, penelitian ini baru sampai pada tahap implementasi. Saat ini, peneliti belum menemukan penelitian atau studi literatur yang menggabungkan implementasi website dan optimasi media sosial. Pada penelitian ini, penulis menggabungkan keduanya.

Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Samarinda (AB Polnes) sebagai studi kasus dalam penelitian ini juga tengah mengupayakan sarana institusi dengan mengoptimalkan media informasi digital, yaitu berupa *website profil perusahaan* dan media sosial. Media digital yang tercipta diharapkan mampu memberikan informasi kepada publik mengenai kegiatan, keunggulan dan berbagai informasi akademik lainnya. Civitas akademika atau publik dapat lebih cepat dalam mengakses informasi dan mendapatkan ruang interaksi pada media digital. Urgensi penelitian ini adalah penerapan sebagai capaian layanan institusi dalam mengoptimalkan sarana yang ada melalui pemanfaatan media informasi digital. Tujuan penelitian ini adalah membuat penerapan media informasi digital berupa website dan media sosial Instagram, Facebook dan YouTube bagi Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Samarinda .

2. Tinjauan Pustaka

2.1 Media Informasi Digital

Media informasi merupakan salah satu cara yang digunakan manusia untuk mengakses, menyampaikan, dan memperoleh informasi. Salah satu jenis media informasi yang memanfaatkan internet (daring) disebut juga media digital. Media digital adalah media yang disajikan secara daring (9). Melalui media daring, orang-orang dapat dengan mudah berbagi komunikasi satu sama lain dari jarak jauh, melalui media sosial seperti Instagram, Twitter, Facebook, dan YouTube (10).

2.1.1 Website

Website merupakan media promosi yang terus berkembang. Web adalah halaman daring yang dapat memuat berbagai informasi, berita, serta media visual dan audio yang dapat diakses oleh siapa pun dan kapan pun. Selain itu, situs web juga memudahkan masyarakat, terutama dalam mengakses informasi (11). Situs web adalah kumpulan informasi berupa teks, gambar, video, audio, dan animasi lainnya yang disediakan melalui internet (12). Sistem Manajemen Konten (CMS) adalah platform atau perangkat lunak yang berfungsi untuk mengelola dan membuat berbagai konten, seperti menambah, mengubah, dan menghapus situs web (13). CMS digunakan untuk memudahkan pembuatan aplikasi tanpa harus menggunakan bahasa pemrograman.

Pengguna Wix memiliki berbagai keunggulan dan kemudahan dibandingkan membuat situs web menggunakan *teknologi Flash* sendiri. Wix menyediakan semua kemudahan bagi pemula untuk membuat *situs web* dengan teknologi Flash, bahkan jika mereka belum menguasainya. Dengan konsep *drag- and- drop* dan berbagai *alat yang mudah digunakan* , siapa pun dapat membuat situs web Flash berkualitas tinggi dengan mudah dan cepat sesuai keinginan. Wix dapat diakses melalui <https://www.wix.com> (14).

2.1.2 Media social

Media sosial digunakan untuk menyebarkan berita, informasi, dan tren terkini dengan cepat, yang seringkali memengaruhi pandangan dan pengetahuan masyarakat. Media sosial akan semakin berfokus pada pengalaman interaktif. Fitur-fitur seperti augmented reality, live streaming, dan gamifikasi akan memperkuat keterlibatan pengguna [1]. Media sosial mengubah cara berinteraksi dalam bisnis dan membuat pemasaran menjadi efisien (15).

2.1.2.1 Instagram

Instagram adalah aplikasi media sosial yang digunakan untuk berbagi foto dan video. Instagram juga memiliki fitur-fitur khusus untuk para pebisnis (16). Fitur-fitur tambahan di Instagram Business antara lain Instagram Shopping, Ads, dan Insight.

2.1.2.2. Facebook

Facebook merupakan media sosial untuk berbagi informasi dan sarana interaksi bagi para penggunanya melalui status. Facebook Messenger dan Facebook Story dengan berbagi artikel, foto, dan video, Facebook juga telah beradaptasi dengan menyediakan opsi akun bisnis khusus yang dapat digunakan oleh para pebisnis sebagai halaman resmi untuk suatu merek atau produk tertentu [16].

2.1.2.3 YouTube

YouTube adalah media sosial yang terkenal dengan platform berbagi videonya. Pengguna dapat berbagi video mereka dengan mengunggahnya atau menikmati video pengguna lain dengan menonton atau mengunduhnya [16].

3. Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif dan disajikan secara deskriptif. Teknik pengumpulan data meliputi observasi, wawancara dan dokumentasi. Pada tahap observasi dilakukan dengan melihat dan mencatat kebutuhan apa saja yang perlu disampaikan dalam media informasi tersebut. Persiapan yang dilakukan juga baik untuk melakukan wawancara kepada mahasiswa maupun *stakeholder* terkait pemilihan/pembuatan konten pada media informasi digital jurusan. Tahap dokumentasi dilakukan dengan mengambil foto sarana dan prasarana yang ada di jurusan serta foto dosen/tenaga kependidikan untuk keperluan konten. Tahap penerapan dan pengelolaan dibantu dengan pembuatan website menggunakan *Content Management System* (CMS) yaitu Wix. Media sosial yang digunakan yaitu Instagram, Facebook dan YouTube. Penelitian ini dilaksanakan di Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Samarinda.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1. Profil Perusahaan Website Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Samarinda

Website Company Profile Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Samarinda dibuat berdasarkan hasil wawancara, yaitu menampilkan berbagai informasi umum mengenai institusi, yaitu menu home, profil jurusan, program studi, fasilitas, kegiatan, dosen, staf, dokumen dan hubungi kami. Menu home menampilkan beberapa elemen informasi, yaitu motto jurusan, elemen menu program studi, kegiatan dan fasilitas. Pada menu profil jurusan terdapat informasi mengenai visi dan misi serta struktur organisasi. Pada menu program studi terdapat pilihan untuk menampilkan masing-masing program studi. Menu fasilitas menampilkan sarana dan prasarana yang ada. Menu kegiatan menampilkan berita atau agenda yang ada, menu dosen dan staf menampilkan profil pendidikan dosen dan staf. Menu dokumen berguna untuk tempat dokumen yang dibutuhkan oleh pengguna dapat mengunduh dokumen yang dibutuhkan. Kemudian, menu hubungi kami menampilkan alamat dan nomor telepon yang dapat dihubungi. Pada website tersebut juga terdapat tautan yang terhubung dengan media sosial jurusan AB Polnes. Berikut ini adalah tampilan website yang dibuat pada Gambar 1, 2, dan 3.



Gambar 1. Halaman depan situs web departemen Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Samarinda
<https://bisnis263.wixsite.com/admbisnispolnes>



Gambar 2. Halaman Menu Fasilitas
<https://bisnis263.wixsite.com/admbisnispolnes/fasilitas>



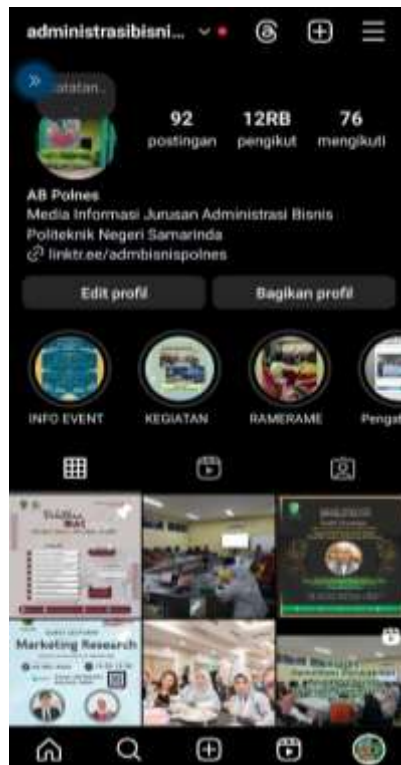
Gambar 3 Halaman Menu Unduh Dokumen
<https://bisnis263.wixsite.com/admbisnispolnes/berbagi-file/>

4.2. Media Sosial Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Samarinda

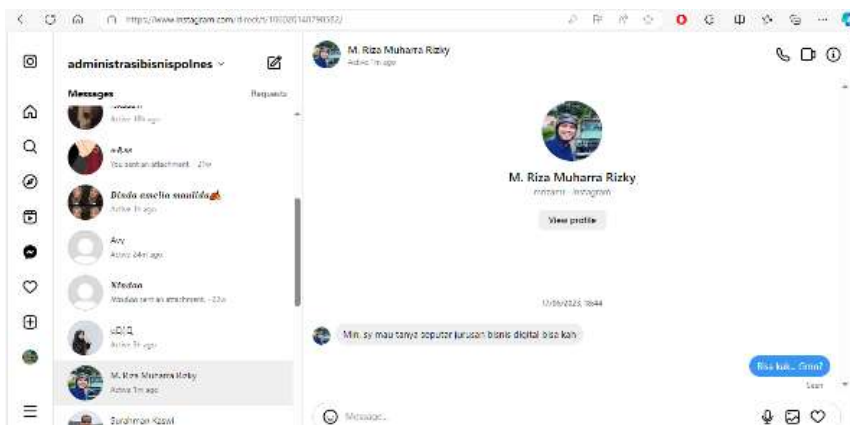
a. Instagram Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Samarinda

Pada Gambar 4 hingga 9, terdapat tampilan media sosial AB Polnes melalui tautan berikut: <https://www.instagram.com/administrasibisnispolnes>. Gambar 4 menunjukkan berbagai aktivitas kelembagaan di halaman depan unggahan, baik Reels maupun Highlights di Instagram. Terdapat pula unggahan Instagram dari fitur aktivitas langsung. Para pengikut atau masyarakat umum dapat melihat tautan tersebut di bio profil sebagai alternatif akses ke media informasi digital AB Polnes lainnya. Pada Gambar 5, terdapat tampilan pesan langsung yang juga merupakan sarana bagi pengikut/masyarakat untuk dapat berinteraksi secara langsung. Gambar 6

menunjukkan sebagian informasi yang diberikan, baik tentang sarana, reward, aktivitas keseharian, dan sebagainya.



Gambar 4. Tampilan halaman postingan di depan Instagram AB Polnes



Gambar 5. Tampilan Pesan Langsung AB Polnes



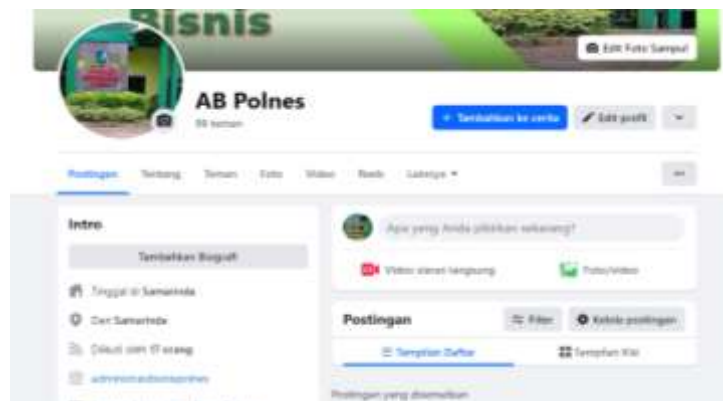
Gambar 6. Tampilan Informasi Instagram AB Polnes

b. Facebook Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Samarinda

Di halaman Facebook AB Polnes, terdapat sinkronisasi dari postingan di Instagram AB Polnes yang ditunjukkan pada Gambar 7 dan 8. Di halaman penggemar, pengguna dapat beriklan sebagai promosi untuk suatu kegiatan atau program. Di halaman pribadi, pengguna dapat berinteraksi lebih dekat dengan komunitas atau pihak luar.



Gambar 7. Tampilan halaman fanpage Administrasi Bisnis Polnes



Gambar 8. Tampilan halaman akun Facebook pribadi AB

c. Jurusan YouTube Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Samarinda



Angka 9. Tampilan halaman YouTube AB Polnes

Penggunaan media sosial YouTube ini adalah untuk menampilkan video tentang kegiatan departemen atau kegiatan lainnya. Di YouTube, pengguna dapat menggunakan fitur siaran langsung (live broadcast) untuk setiap kegiatan yang sedang berlangsung.

5. Kesimpulan

Media digital seperti situs web dan media sosial di jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Samarinda sudah berfungsi sebagaimana mestinya. Pembuatan media informasi digital didasarkan pada kebutuhan masing-masing pihak yang terlibat. Media digital yang dibuat berupa situs web dengan menu beranda, profil jurusan, fasilitas, kegiatan, profil dosen dan staf, menu dokumen dan kontak. Media sosial dibuat melalui Facebook, Instagram, dan YouTube. Pada media sosial, Instagram dan Facebook memiliki konten yang tersinkronisasi dan memiliki banyak pengikut dan teman. Konten tersebut juga memuat informasi tentang institusi seperti kegiatan, acara yang akan datang, interaksi dengan audiens, dan lain-lain. Fokus penelitian ini adalah pengelolaan media informasi digital di Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Samarinda. Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai referensi pengelolaan media informasi digital bagi akademisi. Institusi juga mendapatkan pengembangan fasilitas layanan untuk publikasi dan promosi. Pemanfaatan media informasi digital juga menjadi acuan bagi institusi yang ingin bertransformasi secara digital dan berupaya menyediakan fasilitas yang optimal. Saran untuk penelitian ini ialah akan lebih baik jika media informasi digital yang disediakan ialah selain situs web dan media sosial. Penggunaan podcast audio, khususnya untuk departemen Administrasi Bisnis (AB) Polnes, dapat menjadi pembaruan bagi fasilitas media informasi digital di institusi tersebut.

Referensi

- [1] Aksenta dkk., "Literasi Digital (Pengetahuan & Transformasi Teknologi Digital Terkini di Era Industri 4.0 dan Masyarakat 5.0)". PT Sonpedia Publishing, 2023. [Online]. Tersedia di: www.buku.sonpedia.com
- [2] R. Zhang, L. Zhao, dan X. Wang, "Penelitian tentang visualisasi informasi untuk metodologi desain media digital berbasis teknologi big data," *Matematika Terapan dan Ilmu Nonlinier*, vol. 9, no. 1, Januari 2024, doi: 10.2478/amns.2023.2.00202.
- [3] T. Suryani, AA Fauzi, dan M. Nurhadi, "Meningkatkan Citra Merek di Era Digital: Bukti dari Usaha Kecil dan Menengah (UKM) di Indonesia," *Gadjah Mada International Journal of Business*, vol. 23, no. 3, hlm. 314-340, 2021, [Online]. Tersedia: <http://journal.ugm.ac.id/gamaijb>
- [4] M. Jumalik dan I. Oktaviany, "Tinjauan Literatur Sistematis: Peran Media Sosial dalam Meningkatkan Citra Perusahaan," *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Internasional Multidisiplin*, 2023, [Online]. Tersedia: <https://www.researchgate.net/publication/377560629>
- [5] A. Permadi, "Peran Generasi Milenial dalam Melestarikan Budaya Melalui Informasi Digital (Peran Generasi Milenial dalam Melestarikan Budaya Melalui Informasi Digital)," 2020, [Online]. Tersedia: <https://ssrn.com/abstract=3621870>
- [6] A. Prasetyawan dan A. Susilowati, "Implementasi Website Sebagai Media Promosi dan Informasi Kampung Nila Slilir Bakalankrajan," 2021. [Online]. Tersedia: <https://www.researchgate.net/publication/353020591>
- [7] M. Muharam dan AG Persada, "Implementasi Pemanfaatan Website Sebagai Media Informasi dan Media Pemasaran Produk Pertanian dan Peternakan di Desa Sumberejo." [On line]. Tersedia di: www.desasourcejo.com.
- [8] T. Widiastuti, DA Widyastuti, dan A. Arditiar, "Optimalisasi Media Sosial pada Usaha Kecil Menengah Muda," *Jurnal Kewirausahaan, Manajemen dan Industri (JEMI)*, vol. 5, no. 2, Agustus 2022, doi: 10.36782/jemi.v5i2.2265.
- [9] S. Wulandari, H. Agustina, dan T. Nurlia, "Efektifitas Media Digital Dalam Meningkatkan Promosi dan Informasi di Universitas Swadaya Gunung Jati Cirebon," *JURNAL ILMIAH PUBLIK*, 2021.
- [10] PN Syahbani dan M. Ro'is Abidin, "Redesigning the Visual Identity of Otojatim Digital Information Media," *Barik Journal*, vol. 4, no. 3, hlm. 230-243, 2023, [Online]. Tersedia: <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>

DOI: <https://doi.org/10.31004/riggs.v5i1.7502>

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

- [11] D. Silvia dkk. , “Optimalisasi Website dalam Mempromosikan Desa Wisata Sejarah Desa Kamal, Kecamatan Arjasa, Jember,” *Dedikasi: Jurnal Pengabdian Masyarakat* , vol. 3, no. 1, hlm. 67–76, Desember 2022, doi: 10.31479/dedication.v3i1.204.
- [12] Hartatik dkk., *Tren Teknpreneurship (Strategi & Inovasi Pengembangan Bisnis Masa Kini dengan Teknologi Digital)* . Jambi: PT Sonpedia Publishing, 2023. [Online]. Tersedia di: www.buku.sonpedia.com
- [13] H. Supriyanto, M. Nurhadi, MS Prasetya, D. Hermansyah, dan AC Puspitaningrum, “Mewujudkan Media Informasi Digital Sebagai Sarana Informasi dan Promosi Sekolah,” *JMM (Jurnal Komunitas Mandiri)* , vol. 6, tidak. 5 Oktober 2022, doi: 10.31764/jmm.v6i5.9929.
- [14] N. Tachjar dan M. Idham, “Pemanfaatan Website WIX untuk Meningkatkan Kreativitas dalam Upaya Mendukung Pemasaran UMKM,” vol. 4, no. 1, hlm. 9–14, 2023.
- [15] D. Hulu, C. Dian Safitri Pantja Koesoemasari, Ibu Akbar Pahlevi, M. Almasari Aksenta, Saya. Rusdin Tahir, dan Ciq. Ir Dana Budiman, *Buku Ajar Pengantar Bisnis* . Penerbitan PT Sonpedia, 2023. [Online]. Tersedia: www.buku.sonpedia.com
- [16] A. Prahendratno dkk. , “STRATEGI BISNIS DIGITAL (Optimasi & Otomatisasi Bisnis Menggunakan Media Digital),” 2023. [Online]. Tersedia: <https://www.researchgate.net/publication/379374668>