

Peningkatan Efisiensi Pengelolaan Media Sosial Growth Digital Agency melalui Implementasi Sistem Terintegrasi Berbasis Web

Achmad Fitto Rizky¹, Gibril Muhammad Alghifari², M. Maulana Gian Pranaja^{*3}, Muhammad Azka Ibrahim⁴, Muhammad Hafiz Dicky Putra⁵, Primus Putra Prima⁶, Ery Permana Yudha⁷

^{1,2,3,4,5,6,7}Program Studi Informatika, Fakultas Teknologi dan Sains Data, Universitas Sebelas Maret, Indonesia

*e-mail: maulanagian95@student.uns.ac.id

Abstrak

Growth Digital Agency sebelumnya mengelola berbagai akun media sosial klien melalui aplikasi Instagram dan sejumlah alat pendukung yang belum terintegrasi. Kondisi tersebut menyebabkan perpindahan akun, penjadwalan konten, pengelolaan media, dan pemantauan performa masih dilakukan secara terpisah sehingga meningkatkan aktivitas manual dan risiko keterlambatan publikasi. Kegiatan pengabdian ini bertujuan mengembangkan dan mengimplementasikan sistem Social Media Management terintegrasi berbasis website untuk mendukung efisiensi operasional mitra. Pelaksanaan kegiatan menggunakan pendekatan Software Development Life Cycle yang meliputi analisis kebutuhan bersama mitra, perancangan, pengembangan, pengujian, implementasi, demonstrasi penggunaan, dan evaluasi. Sistem yang dihasilkan mengintegrasikan pengelolaan akun dan konten, unggah media, penjadwalan, analitik, serta bantuan kecerdasan buatan untuk pembuatan caption dan ide konten. Evaluasi terhadap 8 pengguna yang terdiri atas supervisor dan admin media sosial menunjukkan kepuasan umum sebesar 80/100 dengan kategori baik, sedangkan kesesuaian fitur dengan kebutuhan dan potensi peningkatan efisiensi kerja mencapai 95/100 dengan kategori sangat baik. Sistem membantu mitra memantau berbagai akun dan jadwal melalui satu dashboard, merapikan pengelolaan konten, serta mempercepat penyusunan caption dan ide konten.

Kata kunci: *agensi digital, kecerdasan buatan, manajemen media sosial, penjadwalan konten, sistem informasi web*

Abstract

Growth Digital Agency previously managed multiple client social media accounts through Instagram and several supporting tools that were not fully integrated. This condition required account switching, content scheduling, media management, and performance monitoring to be conducted separately, thereby increasing manual activities and the risk of publication delays. This community service activity aimed to develop and implement an integrated web-based Social Media Management system to improve the partner's operational efficiency. The activity employed the Software Development Life Cycle approach, consisting of partner needs analysis, system design, development, testing, implementation, system demonstration, and user evaluation. The resulting system integrates account and content management, media upload, content scheduling, analytics, and artificial intelligence assistance for generating captions and content ideas. An evaluation involving [number of respondents] users, consisting of a supervisor and social media administrators, showed a general user satisfaction score of 80/100, categorized as good. Meanwhile, the suitability of the features for operational needs and their potential to improve work efficiency achieved a score of 95/100, categorized as very good. The system assists the partner in monitoring multiple accounts and schedules through a single dashboard, organizing content management, and accelerating the preparation of captions and content ideas.

Keywords: *digital agency, artificial intelligence, social media management, content scheduling, web based information system*

1. PENDAHULUAN

Digitalisasi proses kerja pada organisasi jasa membutuhkan penerapan teknologi yang tidak hanya menghasilkan aplikasi, tetapi juga melibatkan pengguna dalam identifikasi kebutuhan, validasi, dan pemanfaatannya. Kegiatan pengabdian ini dilaksanakan melalui pendampingan Growth Digital Agency untuk menerapkan sistem manajemen media sosial terintegrasi berbasis web. Pendampingan difokuskan pada perbaikan alur pengelolaan akun,

konten, jadwal publikasi, analitik, dan penyusunan ide konten agar aktivitas operasional dapat dilakukan secara lebih terpusat.

1.1. Latar Belakang

Perkembangan media sosial telah menjadikan platform digital sebagai salah satu kanal utama dalam aktivitas pemasaran, komunikasi merek, dan interaksi dengan konsumen. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana publikasi, tetapi juga sebagai ruang interaksi, pembentukan citra merek, distribusi informasi, dan pengukuran respons audiens. Appel et al. (2020) menjelaskan bahwa media sosial menyediakan peluang bagi pemasar untuk menjangkau dan berinteraksi dengan konsumen, sedangkan Dwivedi et al. (2021) menekankan perannya dalam meningkatkan kesadaran merek, keterlibatan pelanggan, dan efektivitas komunikasi pemasaran.

Penerapan sistem terintegrasi merupakan bagian dari digitalisasi proses bisnis karena mengubah cara informasi dihimpun, dipertukarkan, dan digunakan dalam pengambilan keputusan. Verhoef et al. (2021) menegaskan bahwa transformasi digital memerlukan perubahan proses dan kapabilitas organisasi. Pada konteks usaha kecil dan menengah, teknologi informasi, keterampilan pengguna, dan strategi digital saling berkaitan dalam keberhasilan digitalisasi (Eller et al., 2020), sedangkan pemanfaatan media sosial dan teknologi digital dapat mendukung inovasi model bisnis apabila disertai implementasi yang konsisten (Bouwman et al., 2019).

Mitra dalam kegiatan ini adalah Growth Digital Agency, yaitu agensi digital marketing yang menyediakan layanan social media management, digital campaign/ads, creative design, brand identity, serta affiliate dan KOL marketing (Growth Digital Agency, n.d.). Dalam kegiatan operasionalnya, mitra menangani berbagai akun media sosial klien secara paralel dengan karakteristik merek, kebutuhan konten, jadwal publikasi, dan target audiens yang berbeda. Kondisi tersebut menuntut alur kerja yang rapi, mudah dipantau, dan mampu menjaga konsistensi layanan kepada setiap klien.

Hasil diskusi dan identifikasi kebutuhan awal menunjukkan empat kendala utama. Pertama, tim harus melakukan perpindahan akun Instagram secara berulang ketika menangani klien yang berbeda. Kedua, jadwal konten disusun dan diperiksa melalui alat yang terpisah. Ketiga, file media, caption, dan status konten belum terdokumentasi dalam satu ruang kerja. Keempat, pemantauan performa konten masih memerlukan pemeriksaan pada beberapa halaman atau layanan. Fragmentasi tersebut meningkatkan aktivitas pemeriksaan manual, menyulitkan pemantauan progres, serta menambah risiko human error dan keterlambatan publikasi.

Berdasarkan kondisi tersebut, kebutuhan pengguna diprioritaskan pada dashboard lintas akun, kalender konten, penyimpanan media, penanda status konten, ringkasan analitik, serta bantuan penyusunan caption dan ide konten. Kebutuhan tersebut divalidasi melalui diskusi bersama mitra dan digunakan sebagai dasar penentuan ruang lingkup sistem.

Solusi yang diterapkan berupa sistem manajemen media sosial terintegrasi berbasis web yang memusatkan pengelolaan akun, konten, media, jadwal publikasi, dan analitik. Stieglitz et al. (2018) menjelaskan bahwa analitik media sosial mencakup proses penemuan, pengumpulan, persiapan, dan analisis data, sehingga penyajian informasi melalui dashboard dapat membantu pengguna memperoleh ringkasan yang lebih mudah ditindaklanjuti. Sistem juga dilengkapi kecerdasan buatan sebagai alat bantu penyusunan caption dan ide konten. Generative AI dapat menghasilkan konten baru berdasarkan pola data yang dipelajari, tetapi hasilnya tetap memerlukan evaluasi manusia (Feuerriegel et al., 2024). Oleh karena itu, fitur AI pada kegiatan ini ditempatkan sebagai pendukung proses kreatif, bukan pengganti keputusan pengguna.

Permasalahan pengabdian difokuskan pada belum tersedianya platform terintegrasi yang sesuai dengan alur kerja Growth Digital Agency untuk mengelola akun, konten, media, jadwal, dan analitik, serta pada perlunya pendampingan agar pengguna mampu mengadopsi sistem tersebut dalam kegiatan operasional.

Tujuan kegiatan ini adalah mendampingi mitra dalam mengembangkan dan mengimplementasikan sistem manajemen media sosial berbasis web yang sesuai dengan kebutuhan operasional. Tujuan khususnya meliputi identifikasi dan validasi kebutuhan pengguna,

pengembangan fitur utama, transfer pengetahuan melalui demonstrasi dan praktik penggunaan, pengujian fungsi sistem, serta evaluasi penerimaan dan potensi peningkatan efisiensi kerja.

2. METODE

Kegiatan dilaksanakan pada Februari–Juli 2026 bersama Growth Digital Agency. Pelaksanaan menggunakan pendekatan Software Development Life Cycle (SDLC) karena pengembangan solusi membutuhkan tahapan yang sistematis, mulai dari analisis kebutuhan, perancangan, pengembangan, pengujian, implementasi, hingga evaluasi. Tahapan kegiatan meliputi analisis kebutuhan mitra, perancangan sistem, pengembangan, integrasi layanan, pengujian fungsional, demonstrasi dan pendampingan penggunaan, serta evaluasi pengguna.

Mitra dilibatkan pada setiap tahap. Pada analisis kebutuhan, mitra menjelaskan alur kerja dan kendala operasional. Pada tahap perancangan dan pengembangan, rancangan antarmuka serta prioritas fitur dikonsultasikan untuk memperoleh validasi. Setelah sistem siap, mitra mengikuti demonstrasi, mencoba alur utama, memberikan umpan balik, dan mengisi instrumen evaluasi. Keterlibatan tersebut dimaksudkan agar solusi tidak hanya selesai secara teknis, tetapi juga dapat dipahami dan diterapkan oleh pengguna.

2.1. Analisis Kebutuhan Mitra

Pada tahap ini, tim pelaksana melakukan diskusi dan pengumpulan informasi terkait alur kerja pengelolaan media sosial yang berjalan di Growth Digital Agency. Informasi yang dikaji meliputi proses pengelolaan akun klien, penjadwalan konten, kebutuhan unggah media, kebutuhan monitoring performa, pengelolaan data konten, serta kendala yang muncul dalam proses kerja manual. Hasil tahap ini berupa daftar kebutuhan fungsional dan prioritas fitur yang kemudian dikonfirmasi kembali kepada mitra.

2.2. Perancangan Sistem

Kegiatan pada tahap ini meliputi penyusunan desain antarmuka pengguna, rancangan alur sistem, struktur basis data, serta perencanaan arsitektur frontend dan backend. Desain antarmuka dirancang menggunakan Figma agar alur penggunaan aplikasi dapat divisualisasikan sebelum proses implementasi. Rancangan tersebut ditinjau bersama mitra untuk memastikan istilah, urutan proses, dan informasi yang ditampilkan sesuai dengan kebiasaan kerja pengguna.

2.3. Pengembangan Sistem

Pengembangan dilakukan dengan pembagian peran teknis yang terdiri dari frontend, backend, cloud/deployment, dan artificial intelligence. Pengembangan frontend berfokus pada implementasi antarmuka pengguna, halaman autentikasi, dashboard, dan tampilan fitur utama. Pengembangan backend berfokus pada pengelolaan basis data, autentikasi, API, serta integrasi layanan penyimpanan dan cloud. Supabase digunakan sebagai salah satu layanan pendukung karena menyediakan database berbasis Postgres, authentication, storage, realtime, dan edge functions yang dapat mendukung pengembangan aplikasi web (Supabase, n.d.).

2.4. Pengembangan Fitur Artificial Intelligence

Fitur artificial intelligence dikembangkan untuk membantu pengguna dalam membuat caption dan ide konten berdasarkan kebutuhan pengelolaan media sosial. Pengembangan dilakukan melalui konfigurasi API, perancangan prompt, pengujian keluaran, dan integrasi hasil AI ke dalam antarmuka aplikasi. Fitur AI digunakan sebagai alat bantu untuk mempercepat proses penyusunan alternatif caption dan ide konten, sedangkan keputusan akhir tetap berada pada pengguna.

2.5. Pengujian Sistem

Pengujian fungsional dilakukan menggunakan pendekatan black-box terhadap delapan kelompok skenario, yaitu autentikasi, dashboard, manajemen akun, manajemen konten, unggah

media, penjadwalan, analitik, dan fitur AI. Setiap skenario diuji menggunakan masukan yang relevan, kemudian keluaran aktual dibandingkan dengan hasil yang diharapkan. Status dinyatakan berhasil apabila fungsi dapat dijalankan tanpa kesalahan kritis. Setelah pengujian internal dan perbaikan bug, pengguna mitra melakukan user acceptance testing melalui percobaan alur utama dan pemberian umpan balik.

2.6. Implementasi dan Demo Sistem

Sistem diperkenalkan kepada mitra melalui demo penggunaan aplikasi. Mitra diberikan penjelasan mengenai alur penggunaan sistem, mulai dari login, pengelolaan akun, pengelolaan konten, penjadwalan, penggunaan fitur AI, hingga pemantauan dashboard analitik. Setelah demo, mitra dan pengguna mencoba sistem untuk menilai kesesuaian fitur dengan kebutuhan operasional.

2.7. Evaluasi Pengguna

Evaluasi dilakukan menggunakan Google Form setelah demonstrasi dan uji coba. Responden berjumlah delapan pengguna yang mencakup supervisor dan admin media sosial. Aspek yang dinilai meliputi kemudahan penggunaan, kejelasan antarmuka, kesesuaian fitur, kelengkapan fitur, potensi peningkatan efisiensi, dan kepuasan umum. Instrumen menggunakan skala Likert 1–5. Nilai pada skala 100 dihitung dengan rumus: $\text{nilai} = (\text{jumlah skor yang diperoleh} / \text{jumlah skor maksimum}) \times 100$. Interpretasi yang digunakan adalah 0–20 sangat kurang, >20–40 kurang, >40–60 cukup, >60–85 baik, dan >85–100 sangat baik. Jawaban terbuka dianalisis secara deskriptif untuk mengidentifikasi manfaat yang dirasakan dan prioritas perbaikan.

Tabel 1. Tahapan pelaksanaan kegiatan

No	Tahapan	Kegiatan Utama	Indikator Pencapaian
1	Analisis kebutuhan	Diskusi alur kerja dan identifikasi kendala mitra	Kebutuhan sistem dan fitur utama teridentifikasi
2	Perancangan sistem	Perancangan UI/UX, database, dan arsitektur aplikasi	Desain sistem dan rancangan basis data tersedia
3	Pengembangan frontend	Implementasi antarmuka, login, dashboard, dan fitur utama	Antarmuka aplikasi dapat digunakan oleh pengguna
4	Pengembangan backend	Implementasi database, autentikasi, API, dan penyimpanan	Backend mendukung proses pengelolaan data sistem
5	Pengembangan AI	Integrasi AI untuk decision support system	Fitur AI dapat digunakan pada aplikasi
6	Pengujian sistem	Pengujian fitur dan perbaikan bug	Fitur utama berjalan sesuai rancangan
7	Implementasi dan demo	Pengenalan sistem kepada mitra	Mitra memahami alur penggunaan aplikasi
8	Evaluasi pengguna	Pengisian Google Form review aplikasi	Data umpan balik pengguna terkumpul dan dianalisis

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Implementasi Sistem dan Pemanfaatan oleh Mitra

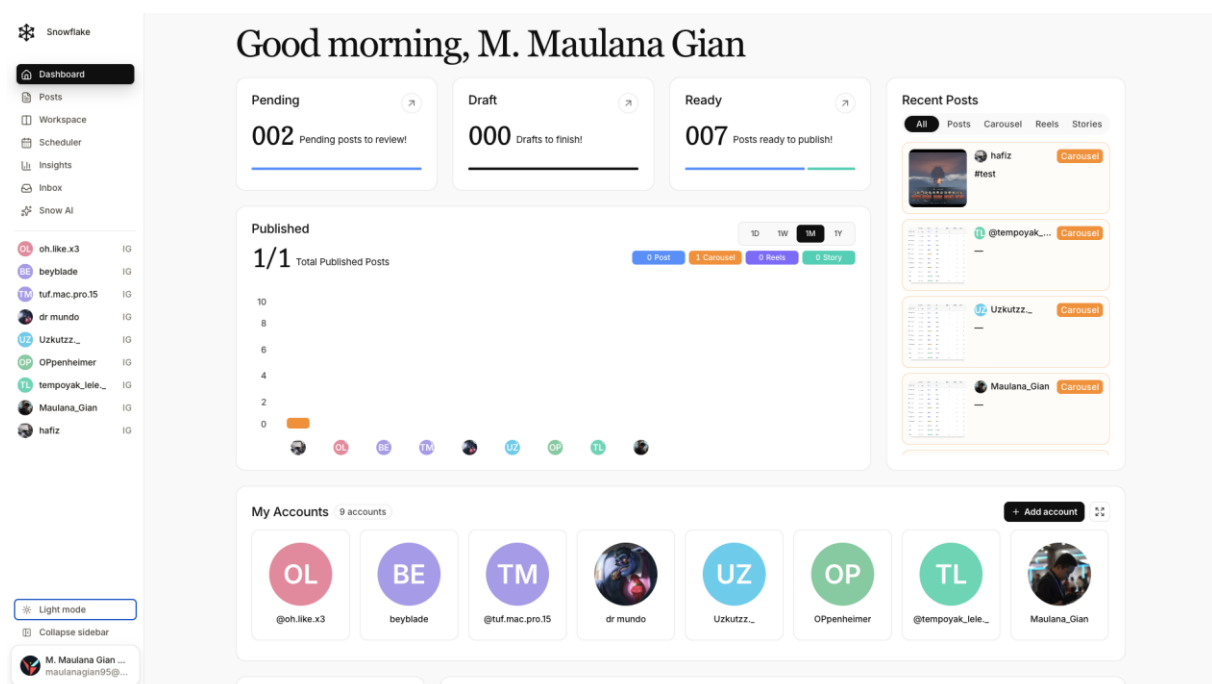
Luaran utama kegiatan adalah sistem manajemen media sosial terintegrasi berbasis web

yang dikembangkan berdasarkan kebutuhan Growth Digital Agency. Sistem memusatkan proses yang sebelumnya tersebar pada beberapa alat, sehingga pengguna dapat mengakses informasi akun, konten, jadwal, media, dan analitik dari satu lingkungan kerja.

Fitur utama sistem meliputi autentikasi, dashboard, manajemen akun, manajemen konten dan media, penjadwalan, analitik, serta bantuan AI. Kontribusi fitur tidak hanya dinilai dari keberhasilannya secara teknis, tetapi juga dari kemampuannya menyederhanakan pemantauan progres dan mendukung koordinasi pekerjaan mitra.

Sistem telah diimplementasikan dalam bentuk aplikasi web dan digunakan pada sesi demonstrasi serta uji coba bersama mitra. Implementasi dilakukan setelah pengujian internal dan perbaikan bug utama. Pada tahap ini, pengguna menilai kesesuaian alur sistem dengan proses pengelolaan media sosial yang mereka jalankan.

Autentikasi digunakan untuk membatasi akses sesuai peran pengguna sebelum memasuki dashboard. Pengaturan ini menjadi dasar agar data dan aktivitas pengelolaan konten dapat ditangani secara lebih terstruktur ketika sistem digunakan oleh beberapa anggota tim.



Gambar 1. Tampilan dashboard utama sistem Social Media Management

3.1.1. Dashboard

Dashboard menampilkan ringkasan akun, status konten, jadwal, dan aktivitas terbaru. Dalam penggunaan operasional, supervisor dapat melihat konten yang masih pending, draft, siap dipublikasikan, atau telah terbit tanpa membuka setiap akun satu per satu. Tampilan ini membantu pemantauan progres harian dan mempercepat identifikasi konten yang perlu ditindaklanjuti.

3.1.2. Manajemen Akun Media Sosial

Manajemen akun menyediakan daftar akun klien dalam satu platform. Admin dapat memilih akun tujuan sebelum membuat atau menjadwalkan konten, sehingga proses pengelolaan tidak bergantung pada perpindahan login secara berulang. Pemusatan akun juga memudahkan supervisor meninjau aktivitas beberapa klien melalui satu dashboard.

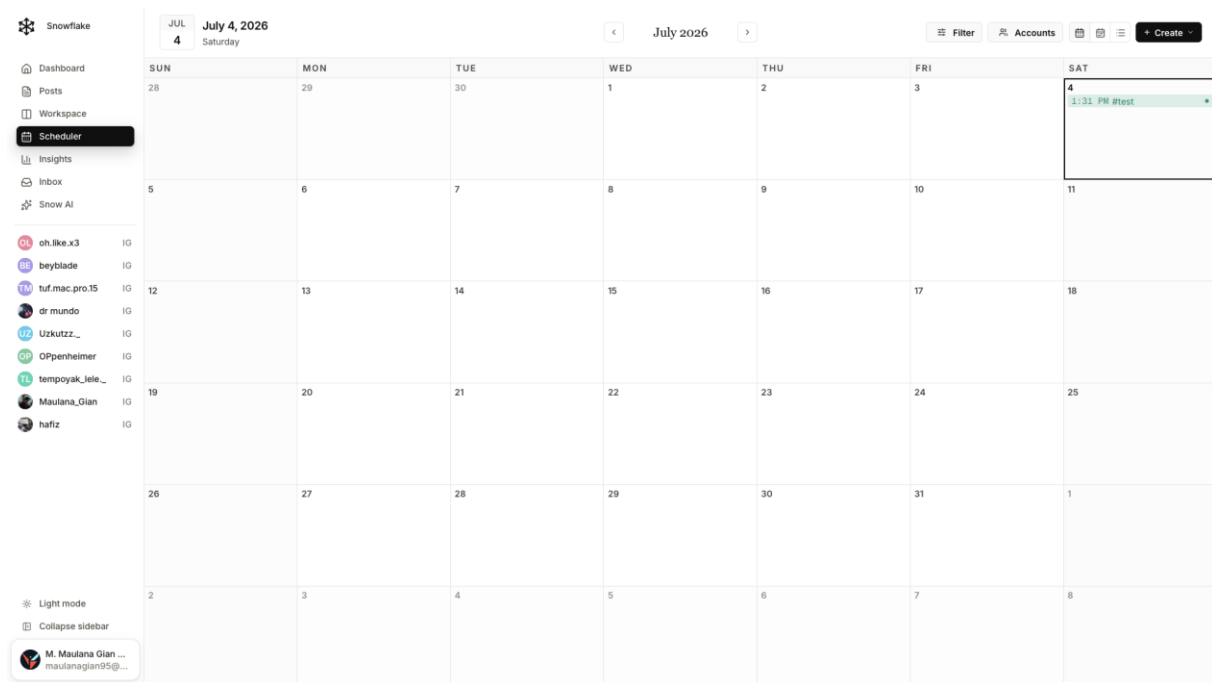
3.1.3. Manajemen Konten dan Upload Media

Manajemen konten dan unggah media menggabungkan file gambar atau video, caption, akun tujuan, serta status konten dalam satu entri. Fitur ini digunakan untuk menyiapkan materi sebelum penjadwalan dan membantu tim mengetahui apakah konten masih berupa draft, sedang

ditinjau, atau siap dipublikasikan. Dengan demikian, file dan informasi pendukung tidak lagi dikelola secara terpisah.

3.1.4. Penjadwalan Konten

Kalender penjadwalan membantu pengguna menentukan tanggal dan waktu publikasi serta melihat rencana konten lintas akun. Pada kegiatan operasional, tampilan kalender digunakan untuk memeriksa kepadatan jadwal, kekosongan publikasi, dan kemungkinan benturan waktu. Berdasarkan umpan balik pengguna, penjadwalan terpusat merupakan salah satu manfaat yang paling dirasakan karena seluruh rancangan publikasi dapat dipantau pada satu halaman.



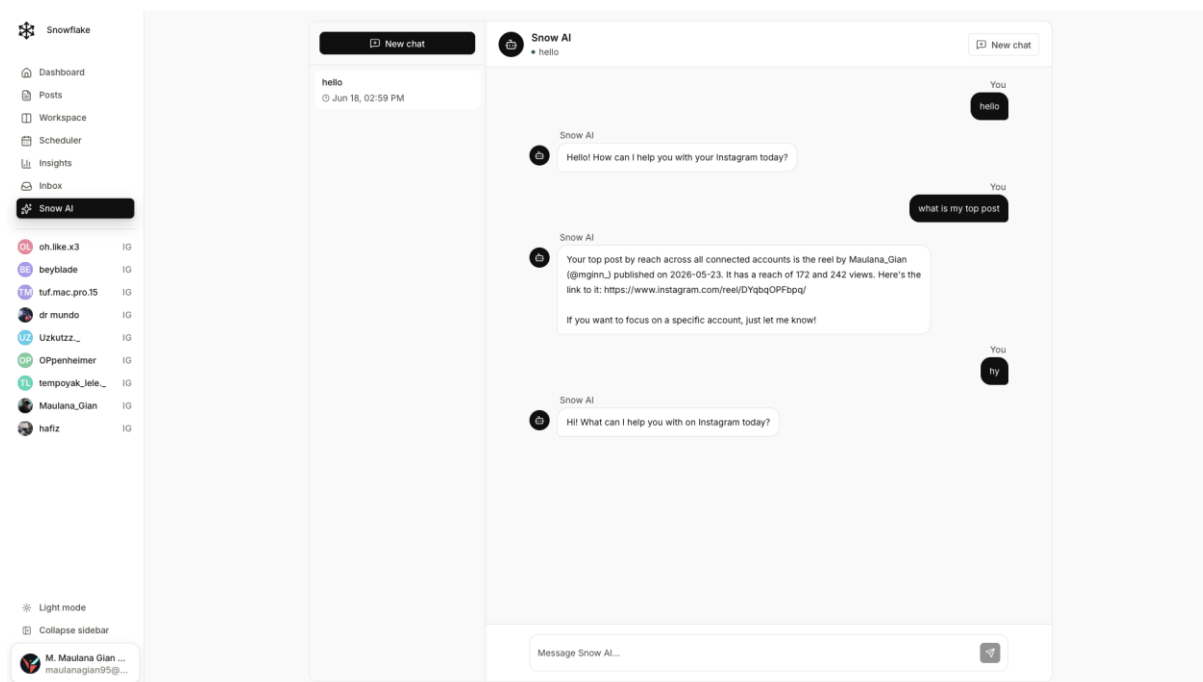
Gambar 2. Tampilan fitur penjadwalan konten

3.1.5. Dashboard Analitik

Dashboard analitik menyajikan ringkasan metrik seperti jumlah posting, likes, comments, views, reach, engagement, dan engagement rate. Ringkasan tersebut membantu mitra melakukan pemeriksaan awal terhadap performa konten tanpa mengumpulkan informasi secara manual dari beberapa tampilan. Namun, pada tahap kegiatan ini, analitik masih berfungsi sebagai ringkasan pendukung dan belum mencakup laporan komparatif yang lebih rinci.

3.1.6. Artificial Intelligence

Fitur AI digunakan untuk menghasilkan alternatif awal caption dan ide konten berdasarkan tema, karakter merek, atau tujuan komunikasi. Pengguna dapat memilih, mengubah, atau menolak hasil yang diberikan. Dalam uji coba, fitur ini dinilai membantu mempercepat brainstorming dan penyusunan draf, tetapi hasil akhir tetap ditinjau agar sesuai dengan karakter klien dan strategi konten.



Gambar 3. Tampilan fitur AI caption generator

3.2. Perubahan Alur Kerja Mitra

Perbandingan kondisi sebelum dan sesudah implementasi menunjukkan perubahan utama pada tingkat integrasi proses kerja. Perbandingan ini disusun berdasarkan hasil identifikasi kebutuhan, observasi alur sistem, dan tanggapan pengguna. Kegiatan belum melakukan pengukuran waktu kerja secara longitudinal, sehingga perubahan efisiensi pada tahap ini ditafsirkan sebagai penyederhanaan alur dan persepsi pengguna, bukan sebagai pengurangan durasi yang telah dibuktikan secara eksperimental.

Tabel 2. Perbandingan alur kerja sebelum dan sesudah implementasi

Aspek	Sebelum implementasi	Sesudah implementasi
Pengelolaan akun	Akun klien diperiksa melalui akses yang terpisah.	Daftar akun dan aktivitas dapat dipantau melalui satu dashboard.
Penjadwalan konten	Jadwal disusun dan diperiksa menggunakan alat yang belum terpusat.	Jadwal lintas akun ditampilkan pada satu kalender konten.
Media dan status konten	File, caption, dan status konten dikelola pada tempat yang berbeda.	Media, caption, akun tujuan, dan status disimpan dalam satu entri konten.
Penyusunan caption	Pengguna menyusun ide dan caption secara manual dari awal.	AI menyediakan alternatif awal yang kemudian ditinjau dan disesuaikan pengguna.
Pemantauan performa	Metrik diperiksa melalui beberapa halaman atau layanan.	Dashboard analitik memberikan ringkasan awal performa konten dan akun.

Perubahan tersebut memperlihatkan bahwa nilai tambah utama sistem terletak pada pemusatan informasi dan pengurangan perpindahan antaraplikasi. Data waktu penyusunan jadwal atau durasi pembuatan caption sebelum dan sesudah implementasi belum tersedia; pengukuran tersebut direkomendasikan pada evaluasi lanjutan agar peningkatan efisiensi dapat dibuktikan secara kuantitatif.

3.3. Hasil Pengujian Sistem

Pengujian black-box dilakukan pada delapan kelompok skenario fungsi. Setiap skenario memuat tindakan pengguna, hasil yang diharapkan, dan hasil aktual. Pengujian mencakup login dan logout, pemuatan ringkasan dashboard, penambahan dan perubahan akun, pengelolaan konten, unggah media, penjadwalan pada kalender, penyajian analitik, serta respons fitur AI. Hasil pada Tabel 3 menunjukkan bahwa seluruh kelompok fungsi dapat dijalankan dan tidak ditemukan kegagalan kritis.

Pengujian dilakukan menggunakan data uji yang sesuai dengan kebutuhan masing-masing fungsi. Autentikasi berhasil membatasi akses sesuai permission, proses pengelolaan akun dan konten dapat menyimpan perubahan, kalender menampilkan jadwal pada tanggal yang dipilih, unggah media berhasil menyimpan file, dan AI menghasilkan rekomendasi berdasarkan masukan pengguna. Kendala yang muncul bersifat minor, terutama pada kejelasan notifikasi, indikator progres unggahan, filter pencarian, dan visualisasi status konten.

Tabel 3. Hasil pengujian fitur sistem

No	Fitur yang Diuji	Hasil Pengujian	Keterangan
1	Autentikasi pengguna	Pengguna berhasil melakukan login dan mengakses sistem sesuai dengan <i>permission</i> yang diberikan dan logout tanpa terjadi kegagalan.	Berhasil
2	Dashboard	Dashboard dapat menampilkan ringkasan informasi pengelolaan konten ketika diakses oleh pengguna, dan dapat mempermudah pengguna untuk mengelola dan memantau aktivitas media sosial.	Berhasil
3	Manajemen akun	Ketika diuji oleh pengguna, sistem berhasil menambah, mengubah, dan mengelola akun media sosial yang terhubung dengan aplikasi	Berhasil
4	Manajemen konten	Pengguna dapat membuat, mengubah, menyimpan, dan mengelola konten dengan baik.	Berhasil
5	Upload media	Ketika pengujian oleh pengguna, sistem berhasil mengunggah dan menyimpan file dalam konten yang dikelola.	Berhasil, meski butuh perbaikan minor
6	Penjadwalan konten	Fitur yang paling berguna bagi responden, ketika diuji, sistem bisa menjadwalkan konten sesuai dengan tanggal dan waktu yang ditentukan, dan juga berhasil menampilkan jadwal pada kalender konten.	Berhasil
7	Dashboard analitik	Dashboard analitik berhasil menampilkan informasi dan ringkasan performa yang membantu proses monitoring akun media sosial.	Berhasil
8	Fitur AI	Fitur AI berupa chat dapat memberikan hasil sesuai dengan masukan berupa rekomendasi caption dan ide konten yang dapat digunakan sebagai pendukung pembuatan konten.	Berhasil

Berdasarkan hasil pengujian, sistem dinyatakan dapat digunakan untuk tahap implementasi dan evaluasi bersama mitra. Perbaikan yang langsung ditindaklanjuti meliputi penambahan notifikasi keberhasilan yang lebih terlihat, indikator progres untuk unggahan berukuran besar, serta penyempurnaan filter kalender. Hasil ini menunjukkan keberhasilan fungsi dasar, tetapi belum menggantikan kebutuhan pengujian lanjutan pada beban pengguna dan integrasi layanan pihak ketiga dalam penggunaan jangka panjang.

3.4. Hasil Evaluasi Pengguna melalui Google Form

Evaluasi dilakukan setelah sistem didemonstrasikan dan dicoba oleh pengguna. Delapan responden yang mencakup supervisor dan admin media sosial menilai kemudahan penggunaan, kejelasan antarmuka, kesesuaian fitur, kelengkapan, potensi peningkatan efisiensi, dan kepuasan umum. Hasil konversi skala Likert ke skala 100 disajikan pada Tabel 4.

Selain pertanyaan tertutup, instrumen menyediakan pertanyaan terbuka untuk memperoleh pengalaman penggunaan, manfaat yang paling dirasakan, kendala, dan saran pengembangan. Jawaban ini digunakan untuk menjelaskan alasan di balik skor kuantitatif dan menentukan urutan prioritas perbaikan.

Tabel 4. Hasil evaluasi pengguna melalui Google Form

No	Aspek Evaluasi	Hasil Penilaian	Interpretasi
1	Kemudahan penggunaan	80/100	Baik
2	Kejelasan tampilan antarmuka	85/100	Baik
3	Kesesuaian fitur dengan kebutuhan	95/100	Sangat Baik
4	Kelengkapan fitur	85/100	Baik
5	Potensi peningkatan efisiensi kerja	95/100	Sangat Baik
6	Kepuasan umum pengguna	80/100	Baik

Kesesuaian fitur dengan kebutuhan dan potensi peningkatan efisiensi memperoleh nilai tertinggi, yaitu 95/100. Jawaban terbuka menunjukkan bahwa penilaian tersebut terutama berkaitan dengan kalender terpusat, pemantauan berbagai akun melalui satu dashboard, pengelolaan media dan status konten pada satu tempat, serta bantuan AI untuk menyiapkan draf caption. Dengan demikian, tingginya skor tidak hanya menunjukkan penerimaan terhadap fungsi aplikasi, tetapi juga kesesuaian solusi dengan masalah awal mitra.

Pengguna menyatakan bahwa sistem membantu merapikan pekerjaan, memvisualisasikan rencana publikasi seluruh akun, dan mempercepat penyusunan materi awal. Saran yang paling sering muncul berkaitan dengan notifikasi keberhasilan atau kegagalan yang lebih jelas, indikator progres unggahan, penanda status konten, serta filter berdasarkan klien, tanggal, dan status. Masukan tersebut menjadi dasar rekomendasi pengembangan lanjutan.

Secara umum, sistem dapat diterima oleh pengguna dan dinilai berpotensi mendukung efisiensi operasional. Namun, evaluasi ini merepresentasikan persepsi delapan pengguna setelah demonstrasi dan uji coba, sehingga hasilnya belum dapat dianggap sebagai bukti pengurangan waktu kerja secara longitudinal. Pengukuran sebelum-sesudah dengan indikator durasi dan jumlah langkah kerja perlu dilakukan pada penggunaan berikutnya.

3.5. Dampak Kegiatan terhadap Mitra

Dampak utama kegiatan adalah perubahan alur kerja dari pengelolaan yang tersebar

menjadi lebih terpusat. Pengguna dapat melihat akun, konten, jadwal, dan ringkasan performa dalam satu platform, sehingga proses pemeriksaan progres menjadi lebih sederhana. Penjadwalan terpusat juga membantu pengguna memantau agenda publikasi dan mengurangi risiko konten terlewat.

Fitur AI memberikan alternatif awal caption dan ide konten, sedangkan pengguna tetap melakukan validasi terhadap gaya bahasa, karakter merek, dan tujuan kampanye. Kombinasi bantuan otomatis dan keputusan manusia ini mempercepat tahap awal penyusunan konten tanpa menghilangkan tanggung jawab pengguna terhadap kualitas hasil.

Temuan kegiatan sejalan dengan literatur digitalisasi yang menekankan bahwa manfaat teknologi muncul ketika sistem diikuti perubahan proses dan peningkatan kapabilitas pengguna (Verhoef et al., 2021; Eller et al., 2020). Pemusatan data dan analitik juga sesuai dengan kebutuhan pengelolaan data media sosial yang melalui beberapa tahap sebelum dapat digunakan sebagai informasi pendukung keputusan (Stieglitz et al., 2018).

Dibandingkan dengan pengabdian Marheni dan Sherry (2024) yang menerapkan sistem informasi inventaris pada UMKM dan melaporkan pemantauan lebih cepat serta informasi yang lebih akurat, kegiatan ini memiliki kesamaan pada upaya mengurangi fragmentasi pengelolaan melalui sistem terpusat. Perbedaannya, luaran kegiatan ini berfokus pada workflow media sosial, kalender konten, analitik, dan dukungan AI. Bukti dampak pada kegiatan ini masih terutama berasal dari pengujian fungsi dan persepsi pengguna.

Dengan demikian, kontribusi kegiatan tidak hanya berupa aplikasi, tetapi juga pendampingan analisis kebutuhan, validasi fitur, demonstrasi, praktik penggunaan, dan pengumpulan umpan balik. Proses tersebut membantu mitra memahami cara memanfaatkan sistem serta menentukan kebutuhan yang belum sepenuhnya terakomodasi.

3.6. Keunggulan, Keterbatasan, dan Pengembangan Lanjutan

Keunggulan sistem terletak pada integrasi pengelolaan akun, konten, media, jadwal, analitik, dan AI dalam satu platform. Integrasi tersebut sesuai dengan kebutuhan agensi yang menangani beberapa klien dan memerlukan pemantauan progres secara lintas akun. Keterlibatan mitra sejak analisis hingga evaluasi juga membantu menjaga kesesuaian fitur dengan workflow pengguna.

Dukungan AI menjadi nilai tambah karena menyediakan bahan awal untuk brainstorming. Meskipun demikian, manfaatnya bergantung pada kualitas masukan dan peninjauan pengguna. Output tidak dapat langsung digunakan untuk seluruh klien karena setiap merek memiliki karakter, batasan, dan tujuan komunikasi yang berbeda.

Keterbatasan sistem berkaitan langsung dengan kebutuhan operasional yang belum sepenuhnya terakomodasi, yaitu notifikasi yang belum konsisten, filter dan penanda status yang perlu diperjelas, belum tersedianya approval workflow yang lengkap, serta dashboard analitik yang masih bersifat ringkasan. Sistem juga bergantung pada layanan pihak ketiga, sedangkan evaluasi hanya melibatkan delapan pengguna dan belum mengukur perubahan waktu kerja sebelum–sesudah secara langsung.

Prioritas pengembangan disusun berdasarkan umpan balik pengguna. Prioritas pertama adalah penyempurnaan notifikasi, indikator unggahan, filter, dan penanda status. Prioritas kedua adalah approval workflow, pembagian hak akses yang lebih rinci, serta peringatan jadwal bentrok. Prioritas ketiga adalah laporan analitik yang lebih lengkap dan evaluasi penggunaan jangka panjang dengan indikator durasi penyusunan jadwal, durasi pembuatan caption, jumlah langkah kerja, dan frekuensi keterlambatan publikasi.

4. KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian berhasil mendampingi Growth Digital Agency dalam mengembangkan dan menerapkan sistem manajemen media sosial terintegrasi berbasis web. Sistem memusatkan pengelolaan akun, konten, media, jadwal, analitik, dan bantuan AI sehingga alur kerja lebih terstruktur dan mudah dipantau. Pengujian black-box menunjukkan seluruh

kelompok fungsi utama berjalan tanpa kegagalan kritis. Evaluasi terhadap delapan pengguna menghasilkan kepuasan umum 80/100, sedangkan kesesuaian fitur dan potensi peningkatan efisiensi mencapai 95/100. Manfaat yang paling dirasakan adalah pemantauan lintas akun melalui satu dashboard, penjadwalan terpusat, dan percepatan penyusunan draf caption. Keterbatasan utama meliputi notifikasi, filter, approval workflow, kedalaman analitik, ketergantungan pada layanan pihak ketiga, dan belum tersedianya pengukuran waktu kerja sebelum-sesudah. Pengembangan selanjutnya diprioritaskan pada kebutuhan tersebut serta evaluasi longitudinal untuk membuktikan peningkatan efisiensi secara kuantitatif.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Sebelas Maret melalui Program Hibah Pembelajaran Berdampak Periode Februari–Juli 2026 yang telah memberikan dukungan terhadap pelaksanaan kegiatan ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Growth Digital Agency sebagai mitra kegiatan yang telah memberikan informasi kebutuhan, studi kasus operasional, kesempatan implementasi, serta umpan balik dalam proses pengembangan dan evaluasi sistem.

DAFTAR PUSTAKA

- Appel, G., Grewal, L., Hadi, R., & Stephen, A. T. (2020). The future of social media in marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 48, 79–95. <https://doi.org/10.1007/s11747-019-00695-1>
- Dwivedi, Y. K., Ismagilova, E., Hughes, D. L., Carlson, J., Filieri, R., Jacobson, J., Jain, V., Karjaluoto, H., Kefi, H., Krishen, A. S., Kumar, V., Rahman, M. M., Raman, R., Rauschnabel, P. A., Rowley, J., Salo, J., Tran, G. A., & Wang, Y. (2021). Setting the future of digital and social media marketing research: Perspectives and research propositions. *International Journal of Information Management*, 59, 102168. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102168>
- Feuerriegel, S., Hartmann, J., Janiesch, C., & Zschech, P. (2024). Generative AI. *Business & Information Systems Engineering*, 66, 111–126. <https://doi.org/10.1007/s12599-023-00834-7>
- Growth Digital Agency. (n.d.). *Profil agensi digital marketing Growth Digital Agency*. Retrieved July 23, 2026, from <https://growth-digitalagency.com>
- Supabase. (n.d.). *Supabase documentation*. Retrieved July 23, 2026, from <https://supabase.com/docs>
- Bouwman, H., Nikou, S., & de Reuver, M. (2019). Digitalization, business models, and SMEs: How do business model innovation practices improve performance of digitalizing SMEs? *Telecommunications Policy*, 43(9), Article 101828. <https://doi.org/10.1016/j.telpol.2019.101828>
- Eller, R., Alford, P., Kallmünzer, A., & Peters, M. (2020). Antecedents, consequences, and challenges of small and medium-sized enterprise digitalization. *Journal of Business Research*, 112, 119–127. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.03.004>
- Marheni, D. K., & Sherry. (2024). Penerapan sistem informasi inventaris berbasis Microsoft Access pada UMKM Casa Baker. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 1437–1447. <https://doi.org/10.31949/jb.v5i2.8759>
- Stieglitz, S., Mirbabaie, M., Ross, B., & Neuberger, C. (2018). Social media analytics—Challenges in topic discovery, data collection, and data preparation. *International Journal of Information Management*, 39, 156–168. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2017.12.002>
- Verhoef, P. C., Broekhuizen, T., Bart, Y., Bhattacharya, A., Dong, J. Q., Fabian, N., & Haenlein, M. (2021). Digital transformation: A multidisciplinary reflection and research agenda. *Journal of Business Research*, 122, 889–901. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.09.022>

- Chawla, Y., & Chodak, G. (2021). Social media marketing for businesses: Organic promotions of web-links on Facebook. *Journal of Business Research*, 135, 49–65. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.06.020>
- Hasan, Z. I., & Nisa, F. (2024). Penerapan strategi manajemen media sosial untuk optimalisasi brand awareness, loyalitas dan penjualan pada UMKM di Bandung, Jawa Barat. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 4(4), 1087–1096. <https://doi.org/10.54082/jamsi.1302>
- Li, F., Larimo, J., & Leonidou, L. C. (2021). Social media marketing strategy: Definition, conceptualization, taxonomy, validation, and future agenda. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 49(1), 51–70. <https://doi.org/10.1007/s11747-020-00733-3>
- Gunawan, N., & Nasution, M. I. P. (2025). Perancangan sistem perencanaan konten media sosial berbasis web terintegrasi artificial intelligence (AI) bagi UMKM menggunakan framework Next.js dengan model prototype. *JUSIFOR: Jurnal Sistem Informasi dan Informatika*, 4(2), 233–242. <https://doi.org/10.70609/jusifor.v4i2.8343>
- Korherr, P., Kanbach, D. K., Kraus, S., & Mikalef, P. (2022). From intuitive to data-driven decision-making in digital transformation: A framework of prevalent managerial archetypes. *Digital Business*, 2(2), Article 100045. <https://doi.org/10.1016/j.digbus.2022.100045>
- Kraus, S., Durst, S., Ferreira, J. J., Veiga, P., Kailer, N., & Weinmann, A. (2022). Digital transformation in business and management research: An overview of the current status quo. *International Journal of Information Management*, 63, Article 102466. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2021.102466>
- Matarazzo, M., Penco, L., Profumo, G., & Quaglia, R. (2021). Digital transformation and customer value creation in Made in Italy SMEs: A dynamic capabilities perspective. *Journal of Business Research*, 123, 642–656. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.10.033>
- Marheni, D. K., & Sherry. (2024). Penerapan sistem informasi inventaris berbasis Microsoft Access pada UMKM Casa Baker. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 1437–1447. <https://doi.org/10.31949/jb.v5i2.8759>
- Verhoef, P. C., Broekhuizen, T., Bart, Y., Bhattacharya, A., Dong, J. Q., Fabian, N., & Haenlein, M. (2021). Digital transformation: A multidisciplinary reflection and research agenda. *Journal of Business Research*, 122, 889–901. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.09.022>
- Huang, M.-H., & Rust, R. T. (2021). A strategic framework for artificial intelligence in marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 49(1), 30–50. <https://doi.org/10.1007/s11747-020-00749-9>
- Huang, M.-H., & Rust, R. T. (2022). A framework for collaborative artificial intelligence in marketing. *Journal of Retailing*, 98(2), 209–223. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2021.03.001>
- Kanbach, D. K., Heiduk, L., Blueher, G., Schreiter, M., & Lahmann, A. (2024). The GenAI is out of the bottle: Generative artificial intelligence from a business model innovation perspective. *Review of Managerial Science*, 18(4), 1189–1220. <https://doi.org/10.1007/s11846-023-00696-z>
- Kshetri, N., Dwivedi, Y. K., Davenport, T. H., & Panteli, N. (2024). Generative artificial intelligence in marketing: Applications, opportunities, challenges, and research agenda. *International Journal of Information Management*, 75, Article 102716. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2023.102716>