

PELAKSANAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PUBLIKASI HUMAS DI SMP NEGERI 26 PALEMBANG HIDAYAT

Octa Romadhona Putri¹, Mardiah Astuti²

^{1,2}Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

octaromadhonaputri94@gmail.com

Abstract: *This article talks about social media as a public relations publication media at SMP Negeri 26 Palembang. The background of this study is the problem that social media has not fully functioned as a public relations publication media in the school, and also the lack of accounts on twitter and tiktok, the lack of active accounts and groups on Facebook accounts and private Instagram accounts. This study uses a qualitative descriptive research. Data collected through observation, interview and documentation. The data presentation and conclusion drawn. The validity test of this research data uses triangulation techniques, source triangulation and time triangulation. The results of this study show that the implementation of social media as a public relations publication media at SMP Negeri 26 Palembang, has gone well and effectively through good coordination between the public relations team, especially in creating interesting, entertaining and informative social media content. The school sets clear roles for each team member, from visual design to social media management, as well as discussing content goals and target audiences. Social media is used to increase interaction between schools, school residents and the community through announcements, joint activities and discussion spaces. Technology ranging from WhatsApp groups, Instagram and other platforms is used to maintain harmonious communication. Schools adapt to technological developments to disseminate information that is consistent, credible and in line with the school's image. Creative visual content, the latest trends and student achievements are attractions that build community engagement, but the challenges faced include protecting personal data, consistent uploads and understanding people's preferences across generations. Communication and direction strategies through popular platforms on social media as well as hashtag features and search algorithms all support ease in searching for information, all of this is designed to strengthen the school's positive image, trust and credibility in the eyes of the public.*

Keywords: *Social Media, Implementation, Public Relations Publications.*

Abstrak: Artikel ini berbicara tentang Media Sosial Sebagai Media Publikasi Humas di SMP Negeri 26 Palembang. Latar belakang dari penelitian ini mengenai permasalahan yaitu media sosial belum sepenuhnya berfungsi sebagai media publikasi humas di sekolah tersebut, dan juga kurang adanya akun di Twitter dan Tiktok, kurang aktifnya akun Youtube dan grup di akun Facebook serta akun Instagramnya di privat. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan menggunakan jenis penelitian kualitatif. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data dianalisis dengan menggunakan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Uji keabsahan data penelitian ini menggunakan triangulasi teknik, triangulasi sumber dan triangulasi waktu. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Pelaksanaan Media Sosial Sebagai Media Publikasi Humas Di SMP Negeri 26

Palembang, telah berjalan baik dan efektif melalui koordinasi yang baik di antara tim humas terutama dalam pembuatan konten media sosial yang menarik, menghibur dan informatif. Sekolah menetapkan peran jalan untuk setiap anggota tim, mulai dari desain visual dan hingga pengelolaan media sosial, serta mendiskusikan tujuan konten dan target audiens. Media sosial dimanfaatkan untuk meningkatkan interaksi antara sekolah, warga sekolah dan masyarakat melalui pengumuman, kegiatan Bersama, dan ruang diskusi. Teknologi mulai dari grup Whatsapp, Instagram dan platform lainnya digunakan untuk menjaga komunikasi tetap harmonis. Sekolah beradaptasi dengan perkembangan teknologi untuk menyebarkan informasi yang konsisten, kredibel dan sesuai dengan citra sekolah. Konten visual kreatif, tren terkini dan pencapaian siswa menjadi daya tarik yang membangun keterlibatan masyarakat, namun tantangan yang dihadapi meliputi perlindungan data pribadi, konsisten unggahan dan memahami preferensi masyarakat lintas generasi. Strategi komunikasi dan pengarahan melalui platform populer di media sosial dan juga fitur hastag dan algoritma pencarian itu semua mendukung kemudahan dalam pencarian informasi, semua ini dirancang untuk memperkuat citra positif, kepercayaan dan kredibilitas sekolah di mata masyarakat.

Kata Kunci: Media Sosial, Pelaksanaan, Publikasi Humas.

I. PENDAHULUAN

Di era zaman modern yang serba ada sekarang ini, tidak dapat dipungkiri bahwa ada banyak persaingan dalam dunia pendidikan. Ini adalah hasil dari keprihatinan masyarakat yang meningkat terhadap kualitas sekolah. Pembaruan dan inovasi diperlukan dalam pengelolaan lembaga sekolah untuk mempertahankan citra dan kepercayaan masyarakat terhadap kualitas sekolah.

Dengan demikian, lembaga yang baik mesti memiliki Wakil Ketua Humas yang tepat dan berpengalaman di bidangnya. Dengan memilih media yang tepat untuk lembaga publisitas sekolah, Wakil Ketua Humas tersebut berharap dapat memberikan perlindungan yang baik kepada masyarakat yang ada disana dan pemangku kepentingan melalui hubungan yang sangat baik dengan media. (Raharjo, 2016)

Pada zaman sekarang dan mudah seperti tahun ini, manajemen (implementasi) media sosial menjadi sangat penting karena manusia perlu menggunakan teknologi ini di berbagai aspek kehidupannya. Teknologi modern telah memasuki hampir seluruh aspek kehidupan, termasuk pendidikan, dan digunakan di berbagai tingkat usia, mulai dari anak-anak hingga remaja serta orang dewasa. Sekolah-sekolah yang bergerak mulai memanfaatkan media sosial untuk berbagai tujuan, termasuk mendapatkan informasi, berkomunikasi, dan mempromosikan sekolah.

Saat ini, sekolah dapat menggunakan media sosial sebagai sumber informasi untuk mempertahankan reputasi positif dan mempromosikan sekolah itu sendiri dengan menarik perhatian calon siswa. Media sosial dapat digunakan sebagai sumber informasi untuk mempromosikan sekolah di era modern. Ini disebabkan fakta bahwa semua orang dapat dengan mudah berbagi, mencari, dan menciptakan data di situs media sosial. (Zanjabila, 2022)

Pada saat ini, hampir seluruh orang rata-rata memiliki akun media sosial, bahkan bisnis. Penggunaan media sosial digunakan untuk berbagai tujuan, termasuk promosi, pengenalan diri, pembentukan citra, pemasaran, koneksi komunitas, dan hubungan dengan pelanggan. Komunikasi dua arah di media sosial memungkinkan setiap orang menyampaikan berbagai informasi kepada organisasi tanpa harus pergi ke kantor. Salah satu dari keuntungan bagi pelanggan untuk memberi tahu lembaga tertentu tentang keluhan, masukan, kritik, dan saran mereka adalah mereka memiliki kebebasan berkomunikasi. (Suardi, 2014)

Komunikasi adalah proses yang membangun hubungan antara orang-orang, yang menjadikannya penting. Selain itu, komunikasi yang terjadi di dalam lembaga pendidikan. Seorang manusia memainkan peran penting dalam komunikasi sekolah. Untuk mendapatkan simpati dan citra positif dari masyarakat, seseorang harus mempublikasikan aktivitasnya dan menunjukkan kemajuan sekolah, prestasi, keunggulan, dan program dan kegiatan. (Sholeh, 2021).

II. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini metode yang digunakan yaitu metode kualitatif. Metode kualitatif ini berfungsi dalam mengkaji suatu problem dalam suatu penelitian. Dalam metode kualitatif ini biasanya diawali dengan mengidentifikasi masalah lalu dapat mengumpulkan data deskriptif dari orang-orang serta perilaku mereka karena fakta di lapangan.

Sumber penelitian ini dalam teknik pengumpulan data nya menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer dalam penelitian ini di dapat dari dokumentasi asli yang berasal dari objeknya langsung. Sedangkan data sekunder pada penelitian ini di dapat dari buku-buku ataupun jurnal dan dari berbagai referensi lainnya yang berhubungan. Untuk mengumpulkan data penelitian, peneliti harus menggunakan observasi, wawancara, serta dokumentasi untuk mengumpulkan data penelitian.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan

Di dalam istilah sederhana, "pelaksanaan" berarti "pengarahan" (*Actuating*). Mengarahkan bawahan berarti mendorong mereka untuk bekerja sama dan mencapai tujuan bersama. (Hasibuan, 2016) Berikut ini adalah tanggapan para ahli tentang definisi pelaksanaan :

- a. Berdasarkan Mazmanian dan Sebatier. Keputusan kebijakan dasar diimplementasikan, biasanya dalam bentuk undang-undang, tetapi juga dapat dalam bentuk perintah, keputusan badan eksekutif yang penting, atau keputusan peradilan. (Mazmanian, 2014)
- b. Berdasarkan Tjokroadmudjoy, proses pelaksanaan terdiri dari kebijakan untuk mencapai suatu tujuan, yang kemudian dimasukkan ke dalam program dan proyek. (Wati, 2014)
- c. Berdasarkan Abdullah, pelaksanaan adalah proses rangkaian kegiatan tindak lanjut program atau kebijaksanaan sekolah yang telah ditetapkan. Proses ini mencakup pengambilan keputusan,
- d. Tindakan strategis dan operasional atau kebijakan untuk mencapai tujuan program yang ditetapkan semula. (Suyanto, 2014)

Dalam buku Athik Hidayatul, Terry mengatakan bahwa ada beberapa komponen penting dalam pelaksanaan, salah satunya adalah koordinasi, motivasi, komunikasi dan pengarahan:

- a. Koordinasi
- b. Motivasi
- c. Komunikasi
- d. Pengarahan

Humas Sekolah

Humas adalah kependekan dari kata "*public relation*" dalam bahasa Inggris. "Humas" adalah istilah untuk komunikasi khusus yang dilakukan seseorang atau sekelompok orang untuk menyebarkan informasi dengan tujuan yang diinginkan, mempromosikan suatu hal dan menangani komunikasi. Manusia adalah komponen penting dari institusi pendidikan. Jadi humas sekolah ialah bagian dari manajemen sekolah yang berfungsi untuk membangun dan menjaga hubungan baik antara sekolah dan masyarakat dan warga sekolah. Dalam pendidikan, mereka disebut sebagai wakil kepala sekolah untuk manusia.

Dalam memperkenalkan sekolah, ia berfungsi sebagai penghubung antara sekolah dan masyarakat, menyampaikan program-program unggulan, mempromosikan sekolah kepada masyarakat, dan menunjukkan keberhasilan siswa kepada orang tua. media humas sekolah berfungsi sebagai alat komunikasi yang digunakan oleh sekolah untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat umum dengan tujuan untuk memastikan bahwa semua informasi yang dimiliki sekolah dapat diakses oleh publik.

Media Sosial

Media sosial dapat didefinisikan sebagai media, alat komunikasi, media, atau perantara. Sosial berarti terlibat dalam komunitas atau memperhatikan kepentingan umum, seperti menolong orang lain, menderma, dan lain-lain. Bahasa mendefinisikan media sosial sebagai sarana komunikasi dan berbagi. Media sosial adalah jenis media online di mana orang dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan membuat konten. Beberapa contoh media sosial termasuk jejaring sosial, blog, dan wikipedia, yang merupakan jenis media sosial yang paling banyak digunakan di seluruh dunia.

Selain itu, Arifianto dan Christiany menyatakan bahwa media sosial adalah aplikasi atau teknologi yang digunakan orang untuk membuat dan mempertahankan jaringan sosial. Salah satunya adalah menggunakan layanan chat online. Saat ini, hampir semua internet berbasis interaktif, yang memungkinkan pertukaran pesan dalam tingkat yang lebih rendah. Beberapa contoh layanan pengiriman pesan yang dimaksud adalah platform media sosial yang semakin populer di seluruh dunia, seperti Twitter, Facebook, Path, Instagram, Line, dan WhatsApp. (Juditha, 2017) Beberapa ahli mendefinisikan media sosial yaitu sebagai berikut: (Nasrullah, 2017)

- a. Mandibergh mengatakan bahwa media sosial yaitu media yang memungkinkan orang untuk bekerja sama dan menghasilkan konten bersama.
- b. Shirky mengatakan bahwasannya media sosial ialah alat yang memungkinkan orang untuk *sharing* (berbagi), bekerja sama, dan melakukan hal-hal di luar batas organisasi dan institusional.
- c. Boyd menggambarkan media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu dan komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan kadang-kadang bermain dengan satu sama lain.

Adapun media sosial memiliki beberapa indikator menurut Khatib yaitu sebagai berikut : (Khatib, 2016)

- a. Adanya konten yang menarik dan menghibur (bagi warga sekolah maupun masyarakat).
- b. Adanya interaksi antara konsumen (masyarakat) dengan penjual (warga sekolah).
- c. Adanya interaksi antara konsumen dan konsumen lain (masyarakat dan Masyarakat lainnya).
- d. Kemudahan untuk pencarian informasi di media sosial (bagi masyarakat).
- e. Tingkat kepercayaan kepada media sosial (terhadap warga sekolah dan masyarakat).

IV. KESIMPULAN

Meskipun media sosial telah digunakan, implementasinya masih menghadapi beberapa kendala, seperti kurangnya kehadiran di platform tertentu (twitter dan tiktok), privasi akun instagram, serta aktivitas terbatas di youtube dan grup facebook. Melalui pendekatan kualitatif deskriptif, peneliti menunjukkan bahwa Koordinasi yang baik di antara tim humas terutama dalam pembuatan konten media sosial yang menarik, menghibur dan informatif. Sekolah menetapkan peran jalan untuk setiap anggota tim, mulai dari desain visual dan hingga pengelolaan media sosial, serta mendiskusikan tujuan konten dan target audiens. Media sosial dimanfaatkan untuk meningkatkan interaksi antara sekolah, warga sekolah dan masyarakat melalui pengumuman, kegiatan Bersama, dan ruang diskusi. Teknologi mulai dari grup Whatsapp, Instagram dan platform lainnya digunakan untuk menjaga komunikasi tetap harmonis. Sekolah beradaptasi dengan perkembangan teknologi untuk menyebarkan informasi yang konsisten, kredibel dan sesuai dengan citra sekolah. Konten visual kreatif, tren terkini dan pencapaian siswa menjadi daya Tarik yang membangun keterlibatan masyarakat, namun tantangan yang dihadapi meliputi perlindungan data pribadi, konsisten unggahan dan memahami preferensi masyarakat lintas generasi. Strategi komunikasi dan pengarahan melalui platform populer di media sosial dan juga fitur hastag dan algoritma pencarian itu semua mendukung kemudahan dalam pencarian informasi, semua ini dirancang untuk memperkuat citra positif, kepercayaan dan kredibilitas sekolah di mata masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Hasibuan, M. (2016). *Manajemen: Dasar, Pengertian, Dan Masalah*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Juditha, A. S. (2017). *Media Sosial*. Jakarta: Elek Media Komputindo.
- Khatib, F. (2016). *The Impact Media Social Characteristics On Purchase Decision Empirical Study Of Saudi Customers In Aseer Region*". International Journal Of Business and Social Science.
- Mazmanian, S. D. (2014). *Pengantar Analisis Kebijakan Publik*. UPT Penerbitan Universitas Muhammadiyah. Malang.
- Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial (Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi)*. Bandung.
- Raharjo, R. S. (2016). *MEDIA RELATIONS DI MEDIA MASSA (Analisis Deskriptif Kualitatif Terhadap Kegiatan Media Relation TVRI Yogyakarta dan Jogja TV)*. Profetik Jurnal Komunikasi.
- Sholeh, M. (2021). *Strategi Humas Dalam Meningkatkan Citra Sekolah Di Era Pandemi Covid-19*. Jurnal: Manajemen Pendidikan.
- Suardi, M. (2014). *Analisis Manajemen Humas Dalam Upaya Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Terhadap Lembaga Pendidikan*. Jurnal: Manajemen Pendidikan Islam.
- Suyanto, A. D. (2014). *Pelaksanaan Pendidikan Di Indonesia Memasuki Millenium II*. Yogyakarta: Adi Cita.
- Wati, T. D. (2014). *Pelaksanaan Fungsi Pengawasan Pendidikan Agama Islam Terhadap Guru Pendidikan Agama Islam*. Lampung: Universitas Lampung.
- Zanjabila, F. L. (2022). *Pengelolaan Media Sosial Dan Website Di SMK Negeri 1 Cepu*. Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Keislaman.