

MANAJEMEN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA INFORMASI DI SMP PGRI WANGON

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat
guna Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan S1
dalam Ilmu Manajemen Pendidikan Islam



Oleh :

Dinda Intan Permata Sari

1803036049

**FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO**

SEMARANG

2025

PERNYATAAN KEASLIAN



KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN
Jl. Prof. Hamka Kampus II, Ngaliyan, Telp. 7601295, Semarang 50185

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dinda Intan Permata Sari
NIM : 1803036049
Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam
Program Studi : S1 Manajemen Pendidikan Islam

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

**MANAJEMEN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA INFORMASI DI SMP PGRI
WANGON**

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang
dirujuk sumbernya.

Semarang, 10 Juni 2025

Pembuat Pernyataan,

Dinda Intan Permata Sari
NIM: 1803036049

LEMBAR PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN

Jl. Prof. Hamka Kampus II, Ngaliyan, Telp. 7601295, Semarang 50185

PENGESAHAN

Naskah skripsi berikut ini:

Judul : **Manajemen Media Sosial sebagai Media Informasi di SMP PGRI Wagon**
Nama : Dinda Intan Permata Sari
NIM : 1803036049
Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam

Telah diujikan dalam sidang munaqosyah oleh Dewan Penguji Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana dalam Ilmu Manajemen Pendidikan Islam.

Semarang, 26 Juni 2025

Dewan Penguji

Ketua Sidang,

Dr. Nur Khoiri, M.Ag.
NIP. 197404182005011002

Penguji I,

Dr. Abdul Wahid, M.Ag.
NIP. 196911141994031003

Sekretaris Sidang,

Dr. H. Suja'i M.Ag.
NIP. 197005031996031003

Penguji II,

Baqqiyatun Sholihah, S.Th.I., M.Si.
NIPPPK. 1986062720232120032

Pembimbing,

Saiful Bakhri, M. MSI.
NIP. 198810302019031011

NOTA PEMBIMBING



KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN
Jl. Prof. Hunka Kampus II, Ngaliyan, Telp. 7601295, Semarang 50185

NOTA PEMBIMBING

Semarang, 10 Juni 2025

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
UIN Walisongo
Di Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan ini diberitahukan bahwa saya telah melakukan bimbingan, arahan dan koreksi naskah skripsi dengan:

Judul : **Manajemen Media Sosial sebagai Media Informasi di SMP PGRI
Wangon**
Nama : Dinda Intan Permata Sari
NIM : 1803036049
Jurusan : Manajemen Pendidikan Islam
Program Studi : S1 Manajemen Pendidikan Islam

Saya memandang bahwa naskah skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo untuk diujikan dalam Sidang Munaqosyah.

Wassalamu'alaikum wr. wb.

Pembimbing,

Syaiful Bakhri M. MSI.

NIP: 198810302019031011

ABSTRAK

Judul : Manajemen Media Sosial sebagai Media Informasi di SMP PGRI Wangon

Penulis : Dinda Intan Permata Sari

NIM : 1803036049

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis manajemen media sosial sebagai media informasi di SMP PGRI Wangon serta mengidentifikasi faktor pendukung dan penghambat dalam implementasinya. Latar belakang penelitian ini adalah pentingnya peran media sosial sebagai alat komunikasi dan informasi di lingkungan sekolah dalam era digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Informan penelitian meliputi kepala sekolah, wakil kepala sekolah bidang humas, admin media sosial, dan orang tua/wali peserta didik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1. manajemen media sosial di SMP PGRI Wangon telah dilaksanakan melalui fungsi-fungsi manajerial seperti perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan. Dalam perencanaan, sekolah menyusun tujuan, jenis konten, target audiens, dan jadwal unggahan secara terstruktur. Pengorganisasiannya dilakukan dengan membentuk tim kecil yang melibatkan Waka Humas, admin media sosial, dan guru, meskipun belum memiliki struktur formal. Pelaksanaan berjalan aktif dengan pembuatan dan unggahan konten ke berbagai platform, sementara evaluasi sudah dilakukan namun masih bersifat informal dan belum menggunakan survei atau indikator kinerja yang sistematis. 2. Faktor penghambat seperti kurangnya sumber daya manusia yang terlatih, ketidakteraturan jadwal unggahan, dan minimnya pelibatan siswa dalam proses kreatif. Faktor pendukung utama adalah dukungan dari pimpinan sekolah dan antusiasme masyarakat terhadap informasi sekolah yang disampaikan secara digital. Penelitian ini merekomendasikan perlunya penguatan struktur tim media sosial, pelatihan teknis, serta pelibatan aktif siswa guna meningkatkan efektivitas media sosial sebagai media informasi strategis di lingkungan sekolah.

Kata kunci: *Manajemen, Media Sosial, Informasi Sekolah, SMP PGRI Wangon*

MOTTO

Berani bermimpi, lebih berani untuk mewujudkannya!

Dinda

TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Penulisan transliterasi huruf-huruf Arab Latin dalam skripsi ini berpedoman pada SKB Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I. Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987. Penyimpangan penulisan kata sandang [al-] disengaja secara konsisten supaya sesuai teks Arabnya.

ا	a	ط	t
ب	b	ظ	z
ت	t	ع	‘
ث	ṣ	غ	g
ج	J	ف	f
ح	ḥ	ق	q
خ	kh	ك	k
د	d	ل	l
ذ	z	م	m
ر	r	ن	n
ز	z	و	w
س	s	ه	h
ش	sy	ء	’
ص	ṣ	ي	y
ض	ḍ		

Bacaan Madd:

ā = a panjang

ū = u panjang

ī = i panjang

Bacaan Diftong:

au = اُوْ

ai = اِيْ

iy = اِيْ

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum wr.wb

Segala puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, yang telah memberikan rahmat, taufik, hidayah, dan karunia-Nya, sehingga penulis diberikan kesehatan, kekuatan, dan kesabaran dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Sholawat dan salam juga senantiasa tercurah kepada junjungan Nabi Muhammad SAW, sebagai teladan mulia yang patut diikuti sepanjang masa.

Alhamdulillahirabbil'alam, segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT karena atas limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “*Manajemen Media Sosial sebagai Media Informasi di SMP PGRI Wangon*”. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi sebagian syarat guna memperoleh gelar Sarjana Pendidikan Islam pada Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

Penyusunan skripsi ini tentu tidak lepas dari dukungan dan bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Nizar, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.

2. Bapak Prof. Dr. Fatah Syukur, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo.
3. Ibu Dr. Nur Asiyah, M.S.I., selaku Ketua Jurusan Manajemen Pendidikan Islam di Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo Semarang.
4. Bapak Syaiful Bakhri, M.MSI., selaku dosen pembimbing, yang dengan penuh kesabaran telah menyediakan waktu, tenaga, dan pemikiran untuk terus memberikan bimbingan, arahan, serta masukan hingga terselesaikannya skripsi ini.
5. Bapak Prof. Dr. H. Ikhrom, M.Ag., selaku dosen wali yang memberikan bimbingan dan arahan selama menjalani perkuliahan.
6. Bapak/Ibu Dosen dan seluruh staf di lingkungan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan atas ilmu dan bimbingannya selama masa studi.
7. Dewan penguji yang telah membimbing dan menguji sidang munaqosyah skripsi ini.
8. Kepala Sekolah, Waka Humas, staf, serta seluruh warga SMP PGRI Wangon yang telah memberikan izin dan informasi dalam pelaksanaan penelitian.
9. Bapak Heri dan Ibu Wainah atas segala kasih sayang, dukungan, doa, serta pengorbanan yang telah diberikan selama

ini. Terima kasih atas setiap langkah, setiap doa, dan setiap usaha yang telah mengiringi perjalanan penulis hingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Semoga segala kebaikan yang telah Bapak dan Ibu berikan menjadi amal jariyah yang terus mengalirkan pahala.

10. Sahabat-sahabat seperjuangan dan teman-teman Prodi Manajemen Pendidikan Islam angkatan 2018 yang selalu memberikan semangat selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi.
11. Semua pihak yang telah ikut serta membantu, mengarahkan dan memotivasi dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak demi perbaikan di masa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang manajemen pendidikan Islam.

Wassalamu'alaikum wr.wb

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
NOTA PEMBIMBING.....	iii
ABSTRAK	iv
MOTTO	v
TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	15
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	15
BAB II MANAJEMEN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA	
INFORMASI	17
A. Deskripsi Teori	17
1. Konsep Manajemen.....	17
2. Media Sosial	34
3. Media Informasi.....	42

B.	Kajian Pustaka Relevan.....	45
C.	Kerangka Berpikir.....	52
BAB III METODE PENELITIAN.....		55
A.	Jenis dan Pendekatan Penelitian	55
B.	Tempat dan Waktu Penelitian	56
C.	Sumber Data.....	57
D.	Fokus Penelitian	58
E.	Teknik Pengumpulan Data	58
F.	Uji Keabsahan Data.....	63
G.	Teknik Analisis Data	64
BAB IV DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA		67
A.	Deskripsi Profil Sekolah.....	67
B.	Deskripsi Data	74
C.	Analisis Data	110
D.	Keterbatasan Penelitian	125
BAB V PENUTUP		127
A.	Kesimpulan	127
B.	Saran	128
C.	Penutup	129
DAFTAR PUSTAKA.....		130
LAMPIRAN.....		136
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....		151

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Pengikut Media Sosial SMP PGRI Wangon	12
Tabel 1. 2 Data Jumlah Peserta Didik SMP PGRI Wangon	13
Tabel 3. 1 Wawancara Penelitian	59
Tabel 3. 2 Observasi Penelitian	61
Tabel 3. 3 Dokumentasi Penelitian	62
Tabel 4. 1 Identitas Sekolah.....	73
Tabel 4. 2 Link Media Sosial.....	89
Tabel 4. 3 Rekomendasi Perencanaan.....	113
Tabel 4. 4 Rekomendasi Pengorganisasian	115
Tabel 4. 5 Rekomendasi Pelaksanaan	118
Tabel 4. 6 Rekomendasi Evaluasi	120
Tabel 4. 7 Rekomendasi Faktor Pendukung	121
Tabel 4. 8 Rekomendasi Faktor Penghambat.....	123

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	54
Gambar 4. 1 Shalat Dhuha Berjamaah	76
Gambar 4. 2 Tadarus Al-Qur'an	77
Gambar 4. 3 Kegiatan Siswa Via Tiktok.....	78
Gambar 4. 4 Pembuatan Konten oleh Admin Media Sosial.....	88
Gambar 4. 5 5 Instagram SMP PGRI Wangon	91
Gambar 4. 6 TikTok SMP PGRI Wangon.....	93
Gambar 4. 7 Facebook SMP PGRI Wangon.....	95
Gambar 4. 8 YouTube SMP PGRI Wangon.....	97
Gambar 4. 9 Komentar di platform TikTok SMP PGRI Wangon.....	100

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada saat ini perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi mengharuskan masyarakat untuk menciptakan perubahan di berbagai bidang, salah satunya bidang pendidikan. Pendidikan bisa dijadikan alat strategi untuk meningkatkan kehidupan masyarakat. Dengan adanya pendidikan, manusia menjadi cerdas, memiliki kemampuan dan ketrampilan serta sikap yang baik terhadap kehidupan, sehingga mereka bisa rukun di masyarakat.¹ Dalam konteks penyebaran informasi pendidikan, lembaga-lembaga kini bergerak lebih maju dengan memanfaatkan teknologi untuk menciptakan terobosan baru.

Penggunaan teknologi digital menjadi landasan utama dalam memperkenalkan berbagai aktivitas lembaga, termasuk program pembelajaran, metode pengajaran, dan pencapaian prestasi. Media sosial telah berkembang menjadi salah satu media informasi utama dalam dunia pendidikan. Melalui platform seperti Instagram, TikTok, Facebook, dan WhatsApp, masyarakat dapat dengan mudah memperoleh informasi mengenai program, fasilitas, dan kegiatan lembaga pendidikan.

¹ M Nur Rohim, "Marketing Strategy of Educational Service", *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, (Vol. 387, 2017), hlm. 264.

Peran media sosial sangat penting dalam membentuk persepsi publik karena informasi dapat diakses secara cepat dan luas. Lembaga pendidikan kini memanfaatkannya tidak hanya untuk promosi, tetapi juga untuk menyampaikan informasi penting secara langsung kepada calon peserta didik, orang tua, dan masyarakat umum. Di tengah persaingan yang semakin ketat antar sekolah, kemampuan menyajikan informasi yang akurat dan menarik di media sosial menjadi keunggulan tersendiri. Media sosial memungkinkan komunikasi yang interaktif dan transparan antara sekolah dan publik. Allah SWT berfirman dalam ayat Al-Qur'an pada surat Al-Isra' ayat 53:

وَقُلْ لِعِبَادِي يَقُولُوا الَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ الشَّيْطَانَ يَنْزِعُ بَيْنَهُمْ إِنَّ الشَّيْطَانَ كَانَ
لِلْإِنْسَانِ عَدُوًّا مُّبِينًا

“Katakan kepada hamba-hamba-Ku supaya mereka mengucapkan perkataan yang lebih baik (dan benar). Sesungguhnya setan itu selalu menimbulkan perselisihan di antara mereka. Sesungguhnya setan adalah musuh yang nyata bagi manusia.” (Q.S Al-Isra’/17:53)²

Makna dari penjelasan ayat tersebut yaitu mengajarkan pentingnya berkata dengan baik dan benar untuk menghindari perselisihan, karena setan selalu berusaha memecah belah manusia melalui ucapan yang negatif. Ayat ini menjadi landasan moral agar setiap konten yang disampaikan bersifat

² <https://quran.nu.or.id/al-isra/53> diakses pada tanggal 10 Februari 2025.

informatif, positif, dan tidak menimbulkan kesalahpahaman. Pengelolaan media sosial harus dilakukan dengan bijak, menjaga etika komunikasi, serta menyampaikan informasi yang membangun agar media sosial menjadi sarana yang menyatukan dan memperkuat hubungan antara sekolah, siswa, orang tua, dan masyarakat.

Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai “sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*”. Jejaring sosial merupakan situs dimana setiap orang bisa membuat web page pribadi, kemudian terhubung dengan teman-teman untuk berbagi informasi dan berkomunikasi.³ Media sosial juga memainkan peran penting dalam mempererat komunikasi antara pihak sekolah dan orang tua siswa. Orang tua seringkali tidak memiliki waktu untuk datang ke sekolah, sehingga media sosial menjadi alternatif penting untuk menyampaikan informasi akademik maupun non-akademik. Menurut Rizqie dan Astrid, manajemen komunikasi digital yang baik dapat meningkatkan kepercayaan publik terhadap lembaga.⁴

³ Rafiq, A. (2020). Dampak media sosial terhadap perubahan sosial suatu masyarakat. *Global Komunika: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 3(1), 18-29.

⁴ Rizqie, A. A., and G. Astrid. “Optimalisasi Komunikasi Eksternal PT. KAI Melalui Media Sosial.” *Jurnal Ilmu Komunikasi STIK-P*, vol. 11, no. 2, 2025, pp. 54–65

SMP PGRI Wangon adalah salah satu sekolah swasta yang berdiri sejak tahun 1984. Sekolah ini terletak di Jalan Raya Selatan Nomor 50, Kecamatan Wangon, Kabupaten Banyumas, Provinsi Jawa Tengah. SMP PGRI Wangon berada dibawah naungan Yayasan Pembina Lembaga Pendidikan Dasar dan Menengah PGRI Jawa Tengah (YPLP DM PGRI JT) memiliki visi CERIA yaitu Cerdas, Religius, dan Amanah. Dengan visi tersebut diharapkan mampu menghasilkan peserta didik yang siap untuk menghadapi tantangan zaman dengan keterampilan intelektual yang tinggi, nilai-nilai keagamaan yang kokoh, dan integritas moral yang kuat.

Berdasarkan observasi pra penelitian yang telah dilakukan, SMP PGRI Wangon merupakan sekolah dengan fasilitas yang sangat baik. Beberapa fasilitas yang ada yaitu ruang kelas yang nyaman, lapangan serba guna, perpustakaan, laboratorium IPA, laboratorium TIK, wi-fi gratis, mushola, dan mobil antar jemput sekolah. Selain itu, sekolah ini juga memiliki banyak kegiatan seperti pembiasaan shalat dhuha dan membaca al-qur'an setiap pukul 07.00 – 07.15, ekstrakurikuler yang sangat beragam, dan kegiatan *outing class*. Prestasi yang diperoleh oleh SMP PGRI Wangon juga sangat banyak, mulai dari tingkat kecamatan, kabupaten, provinsi, dan nasional.

SMP PGRI Wangon merupakan salah satu lembaga pendidikan yang mulai mengadopsi media sosial untuk berbagai kebutuhan informasi internal maupun eksternal.

Dalam implementasinya, manajemen media sosial menjadi krusial agar konten yang disampaikan efektif, terukur, dan sesuai tujuan. Tanpa manajemen yang baik, informasi bisa bersifat acak, tidak relevan, atau bahkan menimbulkan kesalahpahaman. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk melihat bagaimana manajemen media sosial diterapkan di SMP PGRI Wangon. Tujuannya adalah untuk menganalisis efektivitas media sosial sebagai media informasi sekolah. Penulis tertarik untuk melakukan penelitian di SMP PGRI Wangon karena sekolah ini memanfaatkan teknologi kekinian dalam membagikan informasi maupun melakukan promosi agar sekolah ini semakin banyak yang mengenal. Media sosial SMP PGRI Wangon telah digunakan secara aktif, namun belum sepenuhnya terstruktur secara manajerial. Unggahan dilakukan tidak secara konsisten, dan belum ada segmentasi konten berdasarkan jenis audiens. Padahal, menurut Ridwan & Fellang, konten edukatif yang dikemas dengan baik dapat membentuk karakter siswa dan meningkatkan literasi digital mereka. Ini membuktikan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai alat pembinaan siswa.⁵ Namun, semua ini bergantung pada kualitas manajemen media sosial sekolah. Di banyak

⁵ Ridwan, M. G., and I. Fellang. "Peran Media Sosial terhadap Perubahan Karakter Siswa SMPIT Al Ihsan." *NineStars Education: Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran*, vol. 7, no. 1, 2025, pp. 45–53

sekolah lain, tim khusus telah dibentuk untuk menangani pengelolaan media digital secara profesional. SMP PGRI Wangon pun perlu mengevaluasi sistem manajemen media sosial agar lebih optimal dan terarah. Dengan demikian, penggunaan media sosial tidak hanya menjadi formalitas, tetapi menjadi alat strategis dalam membangun citra dan keterlibatan publik.

Selain itu, penggunaan media sosial di lingkungan sekolah harus disesuaikan dengan tujuan institusional, bukan hanya untuk mengikuti *trend*. Menurut Salsabila dan Pranata, menekankan pentingnya manajemen konten digital dalam membangun citra lembaga pendidikan. Informasi yang ditampilkan harus sesuai dengan visi dan misi sekolah, serta dikemas secara menarik dan mudah dipahami oleh siswa dan orang tua.⁶ Di SMP PGRI Wangon, beberapa unggahan media sosial sudah mengarah pada publikasi kegiatan siswa, tetapi masih kurang dalam sisi konsistensi dan segmentasi audiens. Sebuah unggahan tanpa manajemen yang baik bisa kehilangan daya tarik dan tidak menjangkau sasaran komunikasi. Oleh karena itu, perlu adanya panduan pengelolaan media sosial yang mencakup struktur tim, strategi konten, serta evaluasi keterlibatan pengguna. Dengan pendekatan manajerial, informasi yang disampaikan melalui media sosial akan lebih

⁶ Salsabila, A., and R. T. H. Pranata. "Instagram sebagai Sarana Promosi Wisata Kota Bogor." *Jurnal Ilmiah Manajemen Informatika dan Komputer (JIMIK)*, vol. 5, no. 1, 2025, pp. 23–30

efektif dan berdampak. Penelitian ini akan menggali bagaimana pengelolaan tersebut diterapkan dan kendala apa yang dihadapi di lapangan. Selain itu, peneliti juga akan mengevaluasi sejauh mana media sosial berfungsi sebagai media informasi di lingkungan sekolah.

Efektivitas media sosial sebagai media informasi juga ditentukan oleh faktor internal seperti struktur organisasi pengelola. Sekolah perlu membentuk tim khusus yang bertanggung jawab terhadap seluruh aktivitas media sosial. Berdasarkan studi Laulita, peran struktur manajemen digital sangat besar dalam menentukan keberhasilan komunikasi organisasi.⁷ Di SMP PGRI Wangon, belum terdapat struktur resmi atau panduan kerja yang mengatur tim media sosial. Ini menyebabkan pengelolaan konten cenderung dilakukan secara sporadis dan tidak teratur. Penelitian ini akan mengidentifikasi struktur kerja yang ideal untuk mengelola media sosial sekolah. Termasuk pembagian peran seperti admin, konten kreator, editor, dan evaluator. Dengan adanya pembagian tugas, aktivitas media sosial akan lebih sistematis dan konsisten. Hasil penelitian ini dapat menjadi rekomendasi bagi sekolah dalam menyusun kebijakan pengelolaan media sosial. Dengan pendekatan ini, media sosial sekolah akan lebih profesional dan produktif.

⁷ Laulita, N. B., and H. Wiliyan. "Pengaruh Media Sosial dan Celebrity Endorser terhadap Minat Belanja Produk Skincare Lokal." *JUREQ: Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, vol. 9, no. 2, 2025, pp. 77–89

Fenomena di SMP PGRI Wangon, media sosial seperti Facebook, TikTok, dan WhatsApp mulai digunakan untuk menyebarkan informasi sekolah. Namun, kurangnya pengelolaan yang terstruktur dalam hal konten, jadwal unggahan, dan interaksi. Akibatnya, informasi sering terlambat, tidak lengkap, dan tidak menjangkau semua pihak, seperti pengumuman ujian yang hanya dibagikan lewat grup wali kelas. Padahal, media sosial bisa dimanfaatkan lebih optimal untuk menyampaikan informasi secara cepat dan luas. Pelaporan rutin yang belum maksimal juga menunjukkan perlunya manajemen yang lebih rapi. Penelitian ini bertujuan mengevaluasi dan merancang sistem manajemen media sosial sekolah agar informasi dapat disampaikan secara efektif, konsisten, dan profesional.

Fenomena lain di SMP PGRI Wangon adalah minimnya keterlibatan siswa dalam pengelolaan media sosial sekolah. Padahal, banyak siswa memiliki keterampilan membuat konten digital seperti desain, fotografi, dan videografi. Potensi ini belum dimanfaatkan sebagai bagian dari strategi komunikasi sekolah. Di sekolah lain, siswa sudah dilibatkan sebagai tim kreatif, yang mendukung pembelajaran berbasis proyek dan karakter. Keterlibatan siswa sejalan dengan kurikulum merdeka dan bisa menjadi model yang diterapkan di SMP PGRI Wangon. Penelitian ini akan mengkaji

bagaimana pelibatan siswa dapat diintegrasikan ke dalam sistem manajemen media sosial sekolah secara efektif.

Pihak sekolah sebenarnya menyadari pentingnya media sosial, namun keterbatasan sumber daya manusia menjadi kendala utama dalam pengelolaannya. Tidak ada staf khusus yang bertanggung jawab penuh terhadap media sosial, dan tugas ini biasanya dibebankan kepada guru secara sukarela. Akibatnya, tidak ada standar baku dalam pembuatan dan penyampaian konten. Padahal, menurut penelitian Fitrianingsih & Bachri (2025), institusi yang memiliki standar operasional dalam komunikasi digital cenderung lebih dipercaya oleh publik.⁸ SMP PGRI Wangon perlu merancang struktur tugas yang jelas dalam pengelolaan media sosial, termasuk pelatihan staf dan pengawasan berkala. Sekolah dapat mengoptimalkan sumber daya yang ada untuk mengelola media sosial secara efektif. Salah satu solusi yang mungkin adalah kolaborasi lintas bagian antara guru TIK, tim OSIS, dan guru BK. Dengan keterlibatan multipihak, sistem pengelolaan media sosial bisa berjalan lebih sistematis dan berkelanjutan.

Media sosial juga dapat menjadi alat dokumentasi yang sistematis bagi sekolah. Namun, saat ini dokumentasi kegiatan sekolah di SMP PGRI Wangon masih bersifat tidak terstruktur dan tersebar di berbagai media personal. Hal ini menyulitkan

⁸ Fitrianingsih, A., and S. Bachri. "Content Marketing dan Electronic Word of Mouth (e-WoM) terhadap Minat Beli Konsumen." *Jurnal Manajemen Akuntansi E-BISMA*, vol. 12, no. 1, 2025, pp. 22–31

pihak sekolah dalam menyusun portofolio kegiatan tahunan, terutama saat melakukan pelaporan ke dinas pendidikan. Jika dikelola dengan baik, media sosial dapat menjadi “arsip digital hidup” yang bisa diakses kapan saja oleh pemangku kepentingan. Menurut Hapsari (2025), digitalisasi dokumentasi sekolah melalui media sosial membantu efisiensi pelaporan dan meningkatkan kredibilitas institusi.⁹ Oleh karena itu, penting untuk menjadikan media sosial sebagai bagian dari sistem manajemen informasi sekolah. Dengan perencanaan yang matang, media sosial akan menjadi aset strategis, bukan sekadar platform komunikasi.

Upaya untuk meningkatkan kualitas layanan publik, pemerintah mendorong semua lembaga pendidikan untuk menerapkan keterbukaan informasi. Media sosial menjadi salah satu sarana utama untuk mendukung hal ini. SMP PGRI Wangon, sebagai sekolah swasta yang dikelola oleh yayasan, memiliki tantangan tersendiri dalam memastikan keterbukaan tersebut. Beberapa informasi penting seperti program unggulan, hasil lomba, maupun data prestasi belum secara rutin dibagikan ke publik. Padahal, keterbukaan informasi melalui media sosial dapat meningkatkan partisipasi masyarakat dan memperkuat reputasi sekolah. Penelitian oleh Azizah dkk. (2025) menunjukkan bahwa transparansi melalui media digital

⁹ Hapsari, S. A. “Instagram PPID sebagai Media Layanan Informasi Publik.” *Jurnal Ilmu Komunikasi STIK-P*, vol. 10, no. 2, 2025, pp. 27–35

berdampak positif terhadap kepercayaan publik.¹⁰ Oleh karena itu, penelitian ini akan menganalisis bagaimana informasi dapat dikelola melalui media sosial sekolah. Selain itu, akan diidentifikasi dukungan dan hambatan apa saja yang dialami dalam penerapannya. Rekomendasi hasil penelitian akan dirancang untuk mendukung program sekolah berbasis transparansi digital. Dengan begitu, media sosial akan menjadi saluran komunikasi yang sehat dan terpercaya.

Sebelum teknologi digital berkembang pesat, pemasaran sekolah kepada masyarakat umum dilakukan melalui metode konvensional seperti sosialisasi dari sekolah ke sekolah, membagikan brosur, memasang banner di tempat-tempat tertentu serta promosi dari mulut ke mulut. Metode tersebut sudah dijalankan sejak awal sekolah berdiri, namun hasil yang diperoleh kurang maksimal karena memerlukan biaya yang cukup banyak. Oleh karena itu, penggunaan media sosial dalam menarik calon peserta didik dapat menjadi solusi. Konten-konten yang disajikan di media sosial terus diperbaiki dan dimaksimalkan untuk memastikan kualitasnya tetap relevan dan mampu menarik perhatian masyarakat luas.

Melalui wawancara pra penelitian dengan waka humas, promosi melalui media sosial sudah dilakukan sekitar tahun 2020, namun baru sekitar tahun 2023 mulai sering mengunggah

¹⁰ Azizah, N., E. Randa, and N. R. Syafar. "Pengaruh Gerakan Media Sosial terhadap Minat Beli Generasi Z." *Teewan Journal*, vol. 5, no. 2, 2025, pp. 33–40

konten promosi.¹¹ Ini artinya, baru satu tahun melakukan promosi melalui media sosial. Adanya media sosial ini berpengaruh pada penerimaan peserta didik di tahun berikutnya. Berdasarkan observasi yang peneliti lakukan, berikut media sosial yang dimiliki oleh SMP PGRI Wangon:

Tabel 1. 1 Data Pengikut Media Sosial SMP PGRI Wangon

No.	Platform Media Sosial	Pengikut/ <i>Subscriber</i>
1.	Instagram	433
2.	Facebook	598
3.	Tik Tok	417
4.	Youtube	226

Berdasarkan wawancara dengan kepala sekolah, pengelolaan konten yang ada di media sosial dilakukan secara sistematis dengan membentuk tim khusus yang bertugas mengelola pembuatan konten hingga operasional media sosial.¹² Langkah ini bertujuan untuk memastikan promosi sekolah melalui media sosial berlangsung efektif dan menghasilkan dampak yang optimal.

¹¹ Wawancara pra riset dengan Waka Humas Bapak Tony Suparno, S.Pd tanggal 3 Februari 2025

¹² Wawancara pra riset dengan Kepala Sekolah Bapak Bayuda Ardiyanto, S.Pd pada tanggal 3 Februari 2025

Tabel 1. 2 Data Jumlah Peserta Didik SMP PGRI Wangon

No.	Tahun Ajaran	Jumlah Peserta Didik
1.	2022/2023	375
2.	2023/2024	365
3.	2024/2025	365

Berdasarkan tabel di atas, jumlah peserta didik dari tahun ajaran 2022/2023 hingga 2024/2025 cenderung stabil, tetapi di tahun 2023/2024 mengalami sedikit penurunan. Namun, berdasarkan survei yang dilakukan peneliti, beberapa sekolah swasta yang ada di sekitar SMP PGRI Wangon juga mengalami penurunan. SMP PGRI Wangon memiliki jumlah peserta didik yang cukup banyak dibanding di sekolah swasta lain rata-rata hanya mendapat peserta didik sekitar 150 anak. Ini membuktikan bahwa masyarakat percaya menyekolahkan anak-anaknya di SMP PGRI Wangon.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ardiyanti, dkk (2025), mereka menyoroti bahwa media sosial juga bisa dimanfaatkan sebagai alat promosi sekolah kepada masyarakat luas. Sekolah yang aktif di media sosial cenderung lebih dikenal oleh masyarakat karena visibilitasnya tinggi. Ardiyanti dkk. menyatakan bahwa keterlibatan aktif di media sosial berdampak pada persepsi positif masyarakat terhadap

lembaga pendidikan.¹³ SMP PGRI Wangon dapat memanfaatkan kesempatan ini untuk menampilkan keunggulan program sekolah, prestasi siswa, dan keaktifan kegiatan ekstrakurikuler. Namun, semua itu membutuhkan perencanaan komunikasi yang matang dan berkesinambungan. Tidak cukup hanya mengunggah foto kegiatan tanpa narasi yang kuat dan relevan.

Kebutuhan akan sistem komunikasi digital yang efektif, terstruktur, dan profesional semakin mendesak di lingkungan sekolah menengah, termasuk di SMP PGRI Wangon. Realitas di lapangan menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial sebagai sarana informasi masih belum optimal. Hambatan struktural, kurangnya strategi komunikasi yang terarah, serta minimnya pelibatan siswa dan guru dalam pengelolaan informasi digital menjadi tantangan yang perlu segera diatasi. Di sisi lain, perkembangan teknologi dan arah kebijakan pendidikan nasional menuntut adanya integrasi media digital dalam sistem manajemen sekolah, termasuk dalam hal penyampaian informasi kepada seluruh warga sekolah. Oleh karena itu, diperlukan kajian yang tidak hanya mendeskripsikan kondisi eksisting, tetapi juga memberikan solusi praktis yang berbasis teori manajemen. Untuk menjawab kebutuhan tersebut, penelitian ini mengambil

¹³ Ardiyanti, A., M. T. Rhamadani, and R. A. Putri. "Pengaruh Media Sosial terhadap Fokus Belajar Mahasiswa Universitas Negeri Medan." *Benefit Journal*, vol. 10, no. 1, 2025, pp. 15–22

fokus pada “Manajemen Media Sosial sebagai Media Informasi di SMP PGRI Wangon.”

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana manajemen media sosial sebagai media informasi di SMP PGRI Wangon?
2. Apa saja faktor pendukung dan penghambat manajemen media sosial sebagai media informasi di SMP PGRI Wangon?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan dari penelitian ini adalah:
 - a. Untuk mengetahui manajemen media sosial sebagai media informasi di SMP PGRI Wangon.
 - b. Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat media sosial sebagai media informasi di SMP PGRI Wangon.
2. Manfaat dari penelitian ini adalah:
 - a. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan kepada para pelaksana pendidikan di lembaga pendidikan serta menambah khazanah keilmuan pada manajemen pendidikan terkait dengan manajemen sosial media sebagai media informasi.

b. Secara Praktis

- 1) Bagi sekolah, penelitian ini diharapkan memberikan informasi yang bermanfaat bagi pihak sekolah dalam pelaksanaan manajemen sosial media sebagai media informasi di SMP PGRI Wangon.
- 2) Bagi peneliti, hasil penelitian ini dimaksudkan sebagai bentuk upaya dalam memperdalam pengetahuan tentang manajemen media sosial sebagai media informasi di SMP PGRI Wangon.
- 3) Bagi kepala sekolah, hasil penelitian menjadi bahan untuk meningkatkan kualitas manajemen media sosial.

BAB II

MANAJEMEN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA INFORMASI

A. Deskripsi Teori

1. Konsep Manajemen

a. Pengertian Manajemen

Istilah manajemen berasal dari kata *to manage*, yang memiliki arti mengatur. Dengan demikian, manajemen dapat dimaknai sebagai upaya pengaturan berbagai aspek, termasuk elemen-elemen manajemen seperti *man*, *methods*, *materials*, *machines*, dan *market* yang dikenal dengan sebutan 6M. Selain itu, manajemen melibatkan pengelolaan seluruh aktivitas yang muncul dalam proses manajerial. Dalam konteks organisasi atau perusahaan, manajemen berperan krusial karena organisasi bertindak sebagai “alat” dan “wadah” untuk mengelola 6M serta berbagai aktivitas terkait, demi mencapai tujuan yang telah direncanakan. Proses pengaturan ini hanya bisa dilakukan dalam suatu organisasi, karena organisasi menyediakan ruang untuk kerja sama, pelaksanaan manajemen, pembagian tugas, koordinasi, dan

integrasi, yang semuanya diarahkan pada pencapaian target yang diinginkan.¹⁴

Menurut James A.F Stoner dan Charles Wankel, memberikan Batasan manajemen sebagai berikut.

Management is the process of planning, organizing, leading, and controlling the efforts of organization members and of using all other organizational resources to achieve stated organizations goals (Manajemen adalah proses perencanaan, perorganisasian, kepemimpinan, dan pengendalian upaya anggota organisasi dan penggunaan seluruh sumber daya organisasi dan penggunaan seluruh sumber daya organisasi lainnya demi tercapainya tujuan organisasi).¹⁵

Manajemen, dalam pengertian terminologi, adalah serangkaian aktivitas yang dilakukan berdasarkan langkah-langkah yang telah direncanakan. Proses tersebut meliputi beberapa tahapan, yaitu perencanaan untuk menentukan tujuan dan langkah yang perlu diambil, pengorganisasian untuk menyusun dan mengatur sumber daya, pelaksanaan untuk melaksanakan rencana yang telah disusun, evaluasi untuk menilai

¹⁴ Malayu S.P. Hasibuan, *Manajemen Dasar, Pengertian, dan Masalah*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2016), hlm. 2.

¹⁵ Siswanto, *Manajemen Tenaga Kerja*, (Bandung: PT Sinar Baru, 1987), hlm. 5.

pencapaian dan efektivitas pelaksanaan, serta tindak lanjut atau pengawasan untuk memastikan bahwa tujuan tercapai dan melakukan perbaikan jika diperlukan. Semua tahapan ini dilakukan dengan memanfaatkan pengetahuan dan sumber daya yang ada..¹⁶

Menurut George R. Terry, sebagaimana dikutip oleh Agus Wibowo dalam bukunya *Manajemen Pendidikan Karakter di Sekolah*, manajemen adalah suatu proses yang khas. Proses ini meliputi perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, dan pengontrolan untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya, dengan memanfaatkan sumber daya manusia dan sumber daya lainnya secara optimal.¹⁷

Menurut Zaini Muchtarom, manajemen adalah aktivitas yang bertujuan untuk mengatur pemanfaatan sumber daya guna mencapai tujuan organisasi secara efektif.¹⁸ Sumber daya yang berkualitas memiliki peran penting dalam

¹⁶ Jaja Jahari, “Manajemen Madrasah” (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 1.

¹⁷ Agus Wibowo, *Manajemen Pendidikan Karakter Disekolah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013), hal. 29.

¹⁸ H. Zaini Muchtarom, *Dasar-Dasar Manajemen Dakwah*, (Yogyakarta: Al-Amin dan IKFA, 1996), hal. 37.

menentukan keberhasilan pengelolaan suatu lembaga atau organisasi.

Dari beberapa pendapat diatas dapat disimpulkan manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian sumber daya dalam suatu lembaga atau organisasi untuk tujuan tertentu. Dalam manajemen, peran pemimpin sangat penting untuk mengarahkan dan mengkoordinasikan sumber daya, seperti tenaga kerja, keuangan, fisik, dan informasi, sehingga dapat bekerja secara efektif dan efisien. Semua elemen sumber daya tersebut saling terhubung dan saling mendukung, memungkinkan organisasi untuk mencapai tujuan dengan cara optimal.

b. Unsur-Unsur Manajemen

Secara umum, unsur pokok manajemen terdiri dari unsur manusia (*man*), unsur bahan (*materials*), unsur mesin (*machines*), unsur metode (*methods*), unsur uang (*money*), unsur pasar (*market*).¹⁹ Kegiatan manajemen secara detail didukung oleh sejumlah unsur utama, di antaranya:

¹⁹ Usman Effendi, Asas Manajemen, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014), hlm. 3.

1) Manusia (*Man*)

Man mengacu pada individu-individu yang menjalankan berbagai fungsi manajemen dalam operasional sebuah organisasi. Istilah ini merujuk pada sumber daya manusia yang dimiliki oleh organisasi, mencakup penempatan orang yang sesuai, pembagian tugas, pengaturan jam kerja, dan hal lainnya. Dalam manajemen, faktor manusia menjadi elemen yang paling menentukan. Manusia berperan dalam merumuskan tujuan dan juga melaksanakan proses untuk mencapai tujuan tersebut.

2) Bahan (*Materials*)

Materials merupakan bahan baku yang diperlukan dalam proses produksi, yang biasanya terdiri dari bahan setengah jadi maupun bahan jadi. Bahan-bahan ini digunakan dalam tahap awal operasional untuk menghasilkan barang atau jasa. Dalam sebuah organisasi, untuk mencapai hasil yang optimal, selain melibatkan tenaga manusia yang ahli, material juga harus dimanfaatkan secara efektif sebagai salah satu sarana pendukung. Bahan baku dan manusia saling berkaitan; tanpa ketersediaan bahan baku, aktivitas produksi tidak akan mampu mencapai hasil yang diinginkan.

3) Mesin (*Machines*)

Machines merujuk pada peralatan, termasuk teknologi, yang digunakan untuk mendukung operasional dalam menghasilkan barang dan jasa. Mesin berfungsi untuk memberikan kemudahan, meningkatkan efisiensi kerja, dan menciptakan keuntungan yang lebih besar. Terutama dengan penerapan teknologi mutakhir, mesin dapat meningkatkan kapasitas produksi secara signifikan, baik untuk barang maupun jasa.

4) Metode (*Methods*)

Methods mengacu pada pendekatan atau teknik yang dirancang untuk membantu manajer dalam melaksanakan tugas-tugas operasional secara lebih mudah. Metode ini melibatkan penentuan langkah-langkah pelaksanaan tugas dengan mempertimbangkan berbagai faktor, seperti tujuan yang hendak dicapai, sarana yang tersedia, alokasi waktu, penggunaan anggaran, dan aktivitas bisnis yang terkait.

5) Uang (*Money*)

Money adalah salah satu unsur penting yang tidak dapat diabaikan dalam manajemen.

Uang berfungsi sebagai modal yang digunakan untuk menjalankan program dan rencana yang telah dirancang. Selain sebagai alat tukar, uang juga menjadi alat ukur nilai, seperti untuk pembelian peralatan, bahan baku, pembayaran gaji, dan kebutuhan lainnya. Besar kecilnya hasil dari suatu kegiatan dapat dinilai dari jumlah uang yang beredar di dalam perusahaan. Oleh karena itu, uang menjadi sarana yang sangat vital untuk mencapai tujuan, karena segala sesuatu harus dihitung secara rasional. Hal ini mencakup estimasi dana yang diperlukan untuk membayar gaji tenaga kerja, membeli alat-alat yang dibutuhkan, serta memperkirakan hasil yang akan diperoleh dalam suatu organisasi.

6) Pasar (*Market*)

Market adalah pasar yang menjadi target untuk memasarkan hasil produksi, baik berupa barang maupun jasa, dengan tujuan menghasilkan pendapatan, mengembalikan investasi, dan memperoleh keuntungan dari hasil penjualan. Pasar juga merupakan tempat bagi organisasi untuk mendistribusikan dan

memperkenalkan produknya kepada konsumen.²⁰

Setiap unsur dalam manajemen berkembang menjadi berbagai bidang manajemen yang lebih terfokus, dengan peranannya yang semakin penting untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Beberapa bidang manajemen antara lain:

- 1) Manajemen sumber daya manusia (unsur *man*)
- 2) Manajemen akuntansi biaya (unsur *matherials*)
- 3) Manajemen produksi (unsur *mechines*)
- 4) Manajemen permodalan/pembelanjaan (unsur *money*)
- 5) Manajemen pemasaran (unsur *market*)
- 6) Unsur *methods* yaitu cara/sistem yang dipergunakan dalam setiap bidang manajemen untuk meningkatkan daya guna dan hasil guna setiap unsur manajemen.

c. Fungsi-Fungsi Manajemen

Fungsi-fungsi manajemen adalah rangkaian aktivitas yang dilakukan berdasarkan peran masing-masing fungsi dalam manajemen, yang dilaksanakan

²⁰ Usman Effendi, *Asas Manajemen*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014), hlm. 11.

secara bertahap sesuai dengan proses yang telah ditentukan. Para ahli manajemen mempunyai perbedaan pendapat dalam merumuskan proses manajemen sebagaimana penjelasan berikut:

- 1) Menurut Henry Fayol fungsi manajemen diantaranya: *planning* (perencanaan), *organizing* (pengorganisasian), *commanding* (pengaturan), *coordinating* (pengorganisasian), dan *controlling* (pengawasan).
- 2) Menurut George R. Terry: *planning* (perencanaan), *organizing* (pengorganisasian), *actuating* (penggerakan), dan *controlling* (pengendalian).
- 3) Menurut Harold Koontz dan Cyirl O'Donnel fungsi manajemen diantaranya: *planning* (perencanaan), *organizing* (pengorganisasian), *staffing* (penyusunan pegawai), *directing* (pemberian bimbingan), *controlling* (pengendalian).²¹

Berdasarkan perspektif diatas menurut pendapat para ahli mengenai fungsi manajemen pada era sekarang sejalan dengan pendapat George R. Terry yang mengabstrasikan dalam penerapan

²¹ Satrijo Budiwibowo dan Sudarmiani, *Manajemen Pendidikan*, (Yogyakarta: ANDI, 2018), hlm. 5.

fungsi manajemen menjadi 4 hal yang sering dikenal dengan (POAC) *planning, organizing, actuating, controlling*.²²

1) *Planning* (Perencanaan)

Perencanaan adalah proses yang dilakukan secara rasional dan sistematis untuk menetapkan keputusan serta menentukan langkah-langkah yang akan dilaksanakan di masa depan guna mencapai tujuan secara efektif dan efisien.²³ Menurut Akhmad Sudrajat, perencanaan yang baik harus mencakup tujuan yang jelas dan strategi atau cara yang digunakan untuk mencapainya.²⁴ Menurut George R. Terry “Perencanaan adalah memilih fakta dan penghubungan fakta - fakta serta pembuatan dan penggunaan perkiraan - perkiraan atau asumsi – asumsi untuk masa yang akan datang dengan jalan menggambarkan dan merumuskan

²² Mulyono, *Manajemen Administrasi & Organisasi Pendidikan*, (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2009), hlm. 29.

²³ Mulyono, *Manajemen Administrasi & Organisasi Pendidikan*, (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2009), hal. 25.

²⁴ Agus Wibowo, *Manajemen Pendidikan Karakter Disekolah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013), hlm. 41.

kegiatan – kegiatan yang diperlukan untuk mencapai hasil yang diinginkan”.²⁵

Dalam tahap perencanaan, proses yang dilakukan mencakup analisis terhadap kelebihan dan kekurangan dari setiap keputusan yang akan diambil. Saat merancang tujuan atau cita-cita, perencanaan harus mampu mengidentifikasi peluang yang muncul dari waktu ke waktu, sehingga tidak hanya menjadi sekadar angan-angan. Rencana yang baik seharusnya tidak terlalu mudah atau terlalu sulit, melainkan memberikan tantangan yang realistis untuk mendukung pencapaian kesuksesan. Selain itu, perencanaan perlu dilengkapi dengan batas waktu yang jelas untuk memastikan pelaksanaannya berjalan secara efektif dan efisien. Perencanaan tersebut juga harus disesuaikan dengan kompetensi sumber daya manusia yang terlibat, serta memiliki tujuan yang spesifik, tidak terlalu sempit atau terlalu luas.

Berdasarkan pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa *planning* (perencanaan)

²⁵ Syahputra, R. D., & Aslami, N. (2023). Prinsip-Prinsip Utama Manajemen George R. Terry. *Manajemen Kreatif Jurnal*, 1(3), 51-61.

adalah sebuah rancangan atau gambaran yang digunakan untuk mengkaji dan menentukan apa yang akan dilakukan di masa mendatang.

Langkah- langkah dalam membuat suatu perencanaan dapat dilakukan dengan menerapkan beberapa tahapan dibawah ini:

- a) Menetapkan tugas dan tujuan
- b) Mengobservasi dan menganalisis
- c) Mengadakan kemungkinan-kemungkinan
- d) Membuat sintesis
- e) Menyusun rencana²⁶

2) *Organizing* (Pengorganisasian)

Pengorganisasian adalah proses yang bertujuan untuk menciptakan hubungan yang terstruktur antara berbagai fungsi, personalia, dan faktor fisik, sehingga setiap kegiatan dapat terkoordinasi dengan baik dan diarahkan untuk mencapai tujuan bersama.²⁷ Menurut George R. Terry “Pengorganisasian ialah penentuan, pengelompokkan, dan penyusunan macam - macam kegiatan yang diperlukan untuk mencapai tujuan, penempatan orang - orang

²⁶ M. Manulang, *Dasar-Dasar Manajemen*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2015), hlm. 45.

²⁷ Sukanto Reksodiprojo, *Dasar-Dasar Manajemen*, (Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2010), hlm. 31.

(pegawai), terhadap kegiatan - kegiatan ini, penyediaan faktor - faktor fisik yang cocok bagi keperluan kerja dan penunjukkan hubungan wewenang, yang dilimpahkan terhadap setiap orang dalam hubungannya dengan pelaksanaan setiap kegiatan yang diharapkan.”²⁸

Fungsi pengorganisasian pada intinya bertujuan untuk mengatur organisasi agar dapat berjalan secara optimal, sehingga tujuan dapat dicapai dengan efektif dan efisien. Fungsi ini sangat berkaitan dengan fungsi-fungsi lain dalam manajemen pendidikan. Oleh karena itu, seorang manajer harus mampu mengelola dan menyelaraskan semua fungsi manajemen pendidikan secara baik dan efisien agar masing-masing fungsi dapat beroperasi dengan normal dan mendukung pencapaian tujuan organisasi.

Langkah-langkah dalam proses pengorganisasian terdiri dari tahapan berikut:

- a) Memahami tujuan institusional:
Memastikan bahwa tujuan utama organisasi diketahui dan dipahami dengan baik.

²⁸ Syahputra, R. D., & Aslami, N. (2023). Prinsip-Prinsip Utama Manajemen George R. Terry. *Manajemen Kreatif Jurnal*, 1(3), 51-61.

- b) Mengidentifikasi kegiatan yang diperlukan:
Mengidentifikasi aktivitas yang diperlukan untuk mencapai tujuan institusi secara efektif.
 - c) Mengelompokkan kegiatan serupa:
Mengklasifikasikan kegiatan yang memiliki kesamaan ke dalam satu unit kerja agar lebih terstruktur.
 - d) Menentukan personalia: Menetapkan jumlah serta kualifikasi sumber daya manusia yang dibutuhkan di setiap unit kerja.
 - e) Menentukan fungsi, tugas, wewenang, dan tanggung jawab: Mendefinisikan peran, tugas, hak, dan kewajiban secara jelas untuk setiap unit kerja.
 - f) Menentukan hubungan kerja antar unit:
Merancang hubungan koordinasi dan komunikasi yang efisien antar unit kerja untuk menciptakan sinergi.²⁹
- 3) *Actuating* (Pelaksanaan)

Fungsi ini memiliki peran yang sangat penting karena berhubungan langsung dengan manusia.

²⁹ Sukanto Reksodiprojo, *Dasar-Dasar Manajemen*, (Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2010), hlm. 31.

Tanpa pengarahan atau penggerakan, manusia tidak dapat bekerja secara optimal. Pengarahan membantu memastikan semua anggota kelompok dapat bekerja sama dengan baik, menjalankan tugasnya dengan tulus, serta memiliki semangat untuk mencapai tujuan yang telah direncanakan sesuai dengan usaha-usaha dalam pengorganisasian.

Menurut George R. Terry “Penggerakan adalah membangkitkan dan mendorong semua anggota kelompok agar supaya berkehendak dan berusaha dengan keras untuk mencapai tujuan dengan ikhlas serta serasi dengan perencanaan dan usaha - usaha pengorganisasian dari pihak pimpinan”.³⁰ Penggerakan adalah tugas manajer untuk mengarahkan sumber daya organisasi sesuai dengan perannya. Ini merupakan keterampilan yang harus dimiliki oleh manajer agar dapat memanfaatkan sumber daya organisasi dengan efektif. Dalam menggerakkan sumber daya manusia, manajer dapat melakukan berbagai aktivitas seperti motivasi, kepemimpinan, dan komunikasi untuk

³⁰ Syahputra, R. D., & Aslami, N. (2023). Prinsip-Prinsip Utama Manajemen George R. Terry. *Manajemen Kreatif Jurnal*, 1(3), 51-61.

memastikan anggota organisasi bekerja dengan semangat dan arah yang jelas.³¹ Dengan mengkolaborasikan ketiga aspek tersebut, yaitu motivasi, kepemimpinan, dan komunikasi, peluang keberhasilan suatu lembaga akan semakin besar. Sumber daya pendukung dalam lembaga tersebut akan tetap semangat jika diberikan "nutrisi" berupa motivasi yang mampu menggerakkan hati, sehingga setiap pekerjaan dapat dilakukan dengan nyaman. Komunikasi yang terjalin secara terus-menerus akan meningkatkan semangat untuk berperan aktif dalam mencapai keberhasilan lembaga. Selain itu, seorang pemimpin berfungsi sebagai barometer yang terus bergerak maju, menjadi garda terdepan dalam merencanakan, bermusyawarah, serta menjadi teladan bagi anggota-anggotanya. Pemimpin, di manapun dan bagaimanapun, adalah sosok pertama yang dikenal luas dan dihormati oleh semua pihak.

4) *Controlling* (Pengawasan)

Fungsi pengendalian atau pengawasan adalah tahap akhir dalam proses manajemen

³¹ Wilson Bangun, *Intisari Manajemen*, (Bandung: Refika Aditama, 2008), hlm. 6.

pendidikan. Fungsi ini mencakup pemantauan, penilaian, dan pelaporan terhadap pencapaian tujuan yang telah ditetapkan, serta pelaksanaan tindakan korektif untuk memastikan adanya perbaikan dan penyempurnaan yang berkelanjutan.³² Menurut George R. Terry “Pengawasan dapat dirumuskan sebagai proses penentuan apa yang harus dicapai yaitu standard, apa yang sedang dilakukan yaitu pelaksanaan, menilai pelaksanaan, dan bila mana perlu melakukan perbaikan - perbaikan, sehingga pelaksanaan sesuai dengan rencana, yaitu selaras dengan standard (ukuran)”³³

Controlling (pengawasan) dapat dipahami sebagai suatu proses untuk mengevaluasi pekerjaan yang telah dilakukan, menilai hasilnya, dan melakukan koreksi jika diperlukan agar pelaksanaan pekerjaan sesuai dengan rencana yang telah ditetapkan. Tujuan utama dari pengawasan adalah memastikan bahwa rencana yang telah dibuat dapat terwujud dengan baik.

³² Sofyan Anif, “Implementasi Fungsi Manajemen Pendidikan Terhadap Profesionalitas Guru”, *Jurnal Pendidikan*, Universitas Muhammadiyah Surakarta, (Vol. 24, No. 1, Juni 2012), hlm. 74-75.

³³ Syahputra, R. D., & Aslami, N. (2023). Prinsip-Prinsip Utama Manajemen George R. Terry. *Manajemen Kreatif Jurnal*, 1(3), 51-61.

Untuk mencapai hal ini, pengawasan pada tahap awal bertujuan untuk memastikan pekerjaan dilakukan sesuai dengan instruksi yang ada, serta untuk mendeteksi kelemahan dan hambatan yang muncul selama pelaksanaan. Berdasarkan temuan tersebut, langkah-langkah perbaikan dapat diambil, baik segera dilakukan maupun untuk perbaikan di masa mendatang. Adapun fungsi *controlling* meliputi empat kegiatan berikut diantaranya:

- a) Menetapkan standar prestasi
- b) Mengukur prestasi yang telah dicapai
- c) Membandingkan prestasi yang tercapai dengan standar yang telah ditetapkan
- d) Melakukan perbaikan jika ditemukan penyimpangan dari standar prestasi, kemudian kembali ke tahap perencanaan untuk periode berikutnya.³⁴

2. Media Sosial

a. Pengertian Sosial Media

Seperti yang kita ketahui, saat ini masyarakat sangat aktif menggunakan media sosial secara

³⁴ Mukhibat, *Manajemen Berbasis Sekolah (MBS)*, (Ponorogo: STAIN Ponorogo Pres, 2012), hlm. 46.

intensif. Media sosial kini menjadi elemen penting dalam kehidupan masyarakat modern. Beberapa platform media sosial bahkan memiliki jumlah pengguna yang melampaui populasi sejumlah negara di dunia. Media sosial telah menjadi sarana komunikasi yang memungkinkan interaksi antara individu, baik yang berada dalam jarak dekat maupun jauh. Selain berfungsi sebagai alat komunikasi, media sosial juga berperan dalam menyediakan berbagai informasi, mempromosikan produk atau jasa, serta menjadi media yang efektif untuk tujuan edukasi.

Istilah "media sosial" terdiri dari dua kata, yaitu "media" dan "sosial". "media" berarti alat atau sarana komunikasi, sedangkan "sosial" merujuk pada realitas di mana individu saling berinteraksi dan berkontribusi dalam masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa media, termasuk perangkat lunak, adalah hasil dari proses sosial. Dengan demikian, media sosial diartikan sebagai alat komunikasi yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dan terlibat dalam berbagai aktivitas

sosial.³⁵Media sosial adalah platform berbasis aplikasi internet yang bisa diakses secara online. Pengguna dapat menggunakannya dengan mudah asalkan terhubung dengan koneksi internet. Platform ini sering disebut sebagai situs jejaring sosial, yaitu layanan berbasis web yang memungkinkan pengguna membuat profil, melihat daftar pengguna lain, dan mengundang atau menerima teman untuk bergabung dalam platform tersebut.³⁶

Menurut Philip Kotler dan Kevin Keller, media sosial adalah platform yang memfasilitasi konsumen untuk berbagi berbagai jenis informasi, seperti teks, gambar, video, dan audio, baik antar konsumen maupun antara konsumen dan perusahaan dalam hubungan yang bersifat dua arah. Sementara itu, Sam Decker mendeskripsikan media sosial sebagai konten digital serta interaksi yang dihasilkan oleh dan untuk pengguna. Lisa Buyer juga menambahkan bahwa media sosial merupakan

³⁵ Mulawarman Mulawarman dan Aldila Dyas Nurfitri, “Perilaku Pengguna Media Sosial beserta Implikasinya Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan”, *Buletin Psikologi*, (Vol 25, No. 1, 2017), hlm. 36-44.

³⁶ Rismi Somad dan Doni Juni Priansa. *Manajemen Komunikasi Mengembangkan Bisnis Berorientasi Pelanggan* (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 230

bentuk hubungan masyarakat yang paling transparan, menarik, dan interaktif di era saat ini.³⁷

Berdasarkan pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa media sosial adalah platform digital yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi secara sosial, termasuk melalui komunikasi dan berbagi konten seperti teks, gambar, maupun video. Pemanfaatan media sosial biasanya disesuaikan dengan kebutuhan masing-masing individu, sehingga mendorong perusahaan teknologi dan informasi untuk mengembangkan beragam aplikasi media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, dan lain-lain. Keberadaan aplikasi-aplikasi tersebut kini telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan manusia di era modern yang terus berkembang.

b. Jenis dan Fungsi Media Sosial

Media sosial memiliki berbagai macam jenis. Ada enam macam jenis sosial media yang sering digunakan:

1) *Social Networking*

³⁷ Arum Purbohastuti Wahyuni, “Efektivitas Media Sosial sebagai Media Promosi”, *Ekonomika*, 12.2 (2017), hlm. 214.

Social networking adalah sarana yang memungkinkan pengguna media sosial untuk membangun interaksi di dunia virtual. Melalui jenis media sosial ini, pengguna dapat membentuk jaringan pertemanan baru dengan sesama pengguna lain. Jaringan pertemanan tersebut biasanya terbentuk berdasarkan kesamaan minat, hobi, atau ketertarikan terhadap hal yang serupa. Contoh platform *social networking* yang populer adalah Facebook, WhatsApp, dan Instagram.

2) *Blog*

Blog merupakan salah satu jenis media sosial yang memungkinkan pengguna untuk membagikan aktivitas sehari-hari, memberikan komentar satu sama lain, serta berbagi berbagai macam konten, seperti tautan informasi dan lainnya.

3) *Microblogging*

Microblogging adalah jenis media sosial yang memungkinkan pengguna untuk menulis dan mempublikasikan aktivitas atau pendapatnya dalam format singkat. Secara historis, kehadiran media sosial ini berawal dari platform seperti Twitter, yang awalnya

membatasi pengguna hanya hingga 140 karakter. Seperti media sosial lainnya, microblogging digunakan untuk menyebarkan informasi, mempromosikan pandangan atau pendapat, serta membahas isu-isu terkini (*trending topics*). Pengguna dapat ikut serta dalam diskusi tersebut dengan membuat "kicauan" (*tweet*) dan menggunakan tanda pagar (hashtag) tertentu untuk menandai topik yang dibahas.

4) *Media Sharing*

Media sharing atau situs berbagi media adalah jenis media sosial yang memungkinkan pengguna untuk berbagi berbagai jenis media, seperti dokumen, video, audio, gambar, dan lainnya. Contoh platform media sharing yang populer di kalangan pengguna adalah YouTube, TikTok, Snapfish, dan lainnya.

5) *Social Bookmarking*

Social bookmarking merupakan jenis media sosial yang berfungsi untuk mengorganisasi, menyimpan, mengelola, dan mencari informasi atau berita secara online. Selain itu, platform ini juga berperan sebagai sarana interaksi sosial di dunia maya, yang dapat

menghasilkan nilai-nilai, moral, dan etika dari hubungan sosial yang terbentuk. Beberapa contoh situs populer untuk social bookmarking adalah Delicious.com, Digg.com, dan di Indonesia, LintasMe.

6) *Wiki*

Wiki atau yang dikenal sebagai media konten bersama, merupakan situs web yang kontennya dihasilkan melalui kolaborasi pengguna. Pengguna dapat secara aktif mengedit, menambah, atau memodifikasi konten yang telah dipublikasikan, sebagaimana yang dilakukan pada platform seperti Wikipedia.³⁸

Media sosial memainkan peran penting dalam komunikasi dan interaksi antarpengguna, baik secara individu maupun kelompok, melalui platform daring. Kehadirannya memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kehidupan sosial penggunanya. Beberapa fungsi utama dari media sosial antara lain:

- 1) Sebagai sarana untuk mengakses berbagai informasi, berita, dan ilmu pengetahuan tanpa batasan, media sosial menyediakan platform bagi

³⁸ Putri Syami Ramadina, Taufik, dan Akil, “Strategi Marketing Pendidikan Melalui Media Sosial di Sekolah”, *PeTeKa: Jurnal Penelitian Tindakan Kelas Dan Pengembangan Belajar*, (Vol 4. No. 1, 2021), hlm. 367.

pengguna untuk mendapatkan pengetahuan terkini dari berbagai sumber di seluruh dunia.

- 2) Sebagai hiburan, media sosial memungkinkan pengguna untuk menikmati berbagai konten, seperti menonton video yang diunggah oleh pengguna lain, mendengarkan musik, atau bermain game yang tersedia di platform tersebut.
- 3) Sebagai sarana komunikasi, media sosial memungkinkan pengguna untuk berinteraksi satu sama lain, baik dalam jarak jauh maupun dekat, melalui fitur pesan, panggilan video, atau forum diskusi.
- 4) Sebagai platform untuk berbagi saran dan pendapat, media sosial memungkinkan pengguna untuk menyampaikan ide, pandangan, atau pengalaman mereka kepada pengguna lain, baik melalui komentar, unggahan, maupun diskusi dalam grup.
- 5) Media sosial juga berfungsi sebagai platform untuk berbagi berbagai jenis konten, seperti dokumen, video, gambar, dan lainnya, dengan sesama pengguna, sehingga memudahkan penyebaran informasi dan kreativitas.³⁹

³⁹ Putri Syiami Ramadina, “Strategi Marketing Pendidikan melalui Media Sosial”, *PeTeKa*, (Vol. 4, No. 3, 2021), hlm. 373.

Media sosial berperan besar dalam proses pemasaran dan promosi lembaga pendidikan. Kini, banyak sekolah memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk memperkenalkan institusi mereka. Melalui platform ini, Masyarakat dapat dengan mudah menemukan informasi tentang profil sekolah, program unggulan, berbagai kegiatan, dan hal lainnya. Media sosial juga memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk mendapatkan informasi tentang lembaga pendidikan tanpa harus datang langsung ke lokasi, terutama jika jaraknya jauh. Oleh karena itu, dalam promosi, media sosial menjadi alternatif yang lebih efektif dibandingkan media tradisional seperti membagikan brosur, pamflet atau spanduk.

3. Media Informasi

Menurut Onong Uchjana Effendy, media informasi adalah alat atau sarana dalam proses komunikasi yang memiliki fungsi menyampaikan pesan dari sumber kepada penerima pesan melalui saluran tertentu agar pesan tersebut dapat dimengerti dan menimbulkan dampak tertentu.⁴⁰ Dalam hal ini, media informasi menjadi elemen vital dalam

⁴⁰ Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2021), hlm. 135.

komunikasi massa maupun komunikasi interpersonal. Sejalan dengan itu, Nasrullah mengemukakan bahwa media informasi di era digital telah mengalami pergeseran signifikan, di mana kini media sosial menjadi salah satu platform dominan dalam penyampaian pesan secara cepat dan luas.⁴¹ Hal ini menandakan bahwa informasi tidak lagi hanya berasal dari institusi resmi, tetapi juga dapat diproduksi dan disebarkan oleh individu atau komunitas secara langsung.

Peran media informasi dalam dunia pendidikan sangat penting, terutama dalam mendukung proses komunikasi antara pihak sekolah dengan siswa, guru, dan orang tua. Menurut Lestari & Putri, media informasi dalam konteks pendidikan berfungsi sebagai sarana penyebaran pengumuman, pelaporan kegiatan, serta peningkatan citra lembaga.⁴² Penggunaan media sosial oleh sekolah menjadi strategi komunikasi baru yang lebih efisien dan dekat dengan audiens.

⁴¹ Rulli Nasrullah, *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siosioteknologi* (Jakarta: Kencana, 2022), hlm. 98.

⁴² Agustina Lestari dan Dinda Putri, "Efektivitas Instagram sebagai Media Promosi Sekolah Menengah," *Jurnal Pendidikan dan Teknologi Informasi* 5, no. 1 (2022): 38.

Media informasi tidak hanya berfungsi menyampaikan pesan, tetapi juga memainkan peran penting dalam membentuk persepsi, opini publik, dan bahkan budaya komunikasi suatu masyarakat. Menurut Cangara, media informasi dapat diklasifikasikan berdasarkan sifatnya, yakni media tradisional (seperti surat kabar, radio, dan televisi) dan media baru (seperti internet dan media sosial).⁴³ Perkembangan teknologi informasi telah mengubah pola komunikasi manusia dari yang bersifat satu arah menjadi lebih interaktif dan partisipatif.

Dalam pendidikan, media informasi menjadi sarana untuk mendistribusikan materi pembelajaran, mengumumkan kegiatan, hingga membangun reputasi sekolah. Menurut Sugiyono, media informasi dalam konteks kelembagaan pendidikan dapat dimanfaatkan untuk mendukung fungsi manajerial sekolah, termasuk fungsi perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan.⁴⁴ Hal ini menunjukkan bahwa media informasi bukan hanya alat bantu komunikasi, tetapi juga bagian integral dari sistem manajemen sekolah.

⁴³ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2021), hlm. 42.

⁴⁴ Sugiyono, *Manajemen Pendidikan Berbasis Teknologi Informasi* (Bandung: Alfabeta, 2021), hlm. 89.

Dengan demikian media informasi adalah suatu alat atau wadah yang dimanfaatkan untuk menyalurkan pesan, ide, atau data dari satu pihak kepada pihak lainnya dengan tujuan menyebarkan pengetahuan, membentuk pandangan, atau mendorong terjadinya suatu tindakan.

B. Kajian Pustaka Relevan

Berdasarkan kajian terhadap beberapa penelitian sebelumnya, penulis telah menemukan tema-tema yang relevan dengan topik yang sedang diteliti, di antaranya:

1. Penelitian oleh EBN Saputra (2024) dalam jurnalnya yang berjudul *Manajemen Media Sosial Lembaga Pendidikan Islam: Studi pada SMP IT Taqiyya Rosyida Kartasura* menyoroti bagaimana media sosial dikelola secara profesional oleh SMP berbasis Islam. Penelitian ini menggambarkan struktur manajemen akun, keterlibatan tim khusus (admin), serta strategi konten untuk membangun kedekatan dengan orang tua siswa dan masyarakat.⁴⁵ Penelitian tersebut selaras dengan topik penelitian ini karena sama-sama membahas pengelolaan

⁴⁵ Saputra, E. B. N. (2024). Manajemen Media Sosial Lembaga Pendidikan Islam: Studi pada SMP IT Taqiyya Rosyida Kartasura. *Indonesian Journal of Islamic Educational Review*. Vol. 1, No.1, Hal.22-37.

media sosial di jenjang SMP, termasuk tata kelola informasi digital. Perbedaannya terletak pada konteks lembaga yang berbasis agama serta pengaruh nilai-nilai keislaman dalam pengelolaan kontennya.

2. Penelitian oleh Setiawan dan Hidayati (2023) melalui *Efektivitas Media Sosial sebagai Sistem Informasi Manajemen Sekolah* meneliti pemanfaatan media sosial sebagai bagian dari sistem informasi sekolah di Kota Bandung. Mereka menyatakan bahwa media sosial sangat efektif dalam menyampaikan informasi penting kepada siswa dan wali murid secara cepat.⁴⁶ Penelitian ini beririsan dengan topik penelitian ini dalam hal penggunaan media sosial untuk menyampaikan informasi sekolah. Namun, fokus mereka lebih luas karena terintegrasi dengan sistem informasi manajemen (SIM) sekolah, sedangkan fokus Anda adalah pada manajemen internal dan strategi penyampaian konten di media sosial.
3. Rambe dan Sahri (2024) dalam jurnal *Analisis Penggunaan Media Sosial pada Pemberian Layanan Informasi* memaparkan bahwa media sosial menjadi media utama dalam penyampaian layanan informasi sekolah kepada siswa dan orang tua. Fokus utamanya adalah pada efisiensi

⁴⁶ Setiawan, D., & Hidayati, D. (2023). Efektivitas Media Sosial sebagai Sistem Informasi Manajemen Sekolah. *Academy of Education Journal*, Vol. 14, No. 2, Hal. 484-493.

dan jangkauan luas media sosial dalam menyampaikan informasi kegiatan sekolah.⁴⁷ Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian Anda karena membahas media sosial sebagai sarana komunikasi informasi sekolah. Namun, pendekatannya lebih menitikberatkan pada aspek layanan informasi, bukan pada aspek pengelolaan konten atau manajemen akun seperti yang menjadi fokus utama penelitian ini.

4. Wijaya, Jamaludin, dan Arifin (2025) dalam artikel *Dampak Sosial Media sebagai Sarana Teknologi Informasi di Lembaga Pendidikan* membahas bagaimana media sosial memengaruhi perilaku digital warga sekolah, termasuk ketergantungan terhadap informasi yang disampaikan melalui media digital. Kajian ini menggunakan teori *media dependency* sebagai landasan analisis.⁴⁸ Meskipun tidak secara eksplisit membahas manajemen media sosial, jurnal ini memiliki relevansi karena menunjukkan pentingnya media sosial dalam membentuk perilaku informatif di lingkungan pendidikan. Perbedaannya dengan penelitian ini adalah pendekatan teoretis dan fokus pada dampak sosial, bukan praktik manajerial.

⁴⁷ Rambe, E., & Sahri, A. A. (2024). Analisis Penggunaan Media Sosial pada Pemberian Layanan Informasi. *Rumbio: Jurnal Pendidikan dan Sosial Humaniora*, 2(1).

⁴⁸ Wijaya, R. B., Jamaludin, M., & Arifin, Z. (2025). Dampak Sosial Media sebagai Sarana Teknologi Informasi di Lembaga Pendidikan. *Advances in Education Journal*, 6(1). Hal. 603-614.

5. Apriansyah (2024) dalam *Literatur Review Pemanfaatan Media Sosial Pendukung Penyebaran Informasi di Masyarakat* menyajikan tinjauan dari berbagai studi tentang penggunaan media sosial sebagai sarana komunikasi informasi di masyarakat luas. Ia menekankan pentingnya strategi manajemen konten dan waktu publikasi untuk meningkatkan efektivitas penyebaran informasi.⁴⁹ Meskipun jurnal ini tidak fokus pada sekolah, prinsip-prinsip manajemen yang disampaikan memiliki keterkaitan erat dengan topik penelitian ini, terutama dalam konteks strategi konten. Perbedaannya terletak pada subjek penelitian yang lebih umum (masyarakat), bukan lingkungan sekolah seperti dalam penelitian Anda.
6. Suriani dan tim (2025) dalam jurnal *Kajian Literatur Hubungan Management Public Relation dengan Media Sosial* mengevaluasi peran media sosial dalam menunjang kegiatan humas sekolah. Mereka menunjukkan bahwa pengelolaan media sosial yang baik dapat meningkatkan citra institusi pendidikan dan membangun hubungan dengan masyarakat.⁵⁰ Jurnal ini memiliki keterkaitan

⁴⁹ Apriansyah, R. (2024). Literatur Riview Pemanfaatan Media Sosisal Pendukung Penyebaran Informasi di Masyarakat. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(4), 8429–8444.

⁵⁰ Aisyah, Julis Suriani, Harits Puja Alif, Indra Sakti, Indah Nuggrahani Siregar, & Silvia Aprianis. (2024). Kajian Literatur Hubungan Management Public Relation dengan Media Sosial. *Jurnal Pendidikan Sosial Dan Humaniora*, 4(1), 480–492.

dengan penelitian ini dalam hal pentingnya pengelolaan media sosial secara strategis, namun pendekatannya lebih kuat pada sisi eksternal dan branding, sedangkan penelitian ini lebih membidik peran internal dan sistem pengelolaannya dalam konteks sekolah menengah pertama.

7. Erlin, Andriani, dan Andriani (2024) dalam jurnal yang berjudul *Peran Manajemen Humas dalam Membangun Citra di Lembaga Pendidikan* menyoroti bagaimana strategi manajemen humas, termasuk melalui media sosial, dapat membentuk citra positif institusi pendidikan. Jurnal ini menjelaskan pentingnya konten visual, jadwal unggah yang konsisten, serta interaksi publik melalui media sosial sekolah.⁵¹ Hal ini sangat berhubungan dengan penelitian yang dilakukan yang juga menyoroti peran media sosial dalam manajemen informasi sekolah. Perbedaannya terletak pada orientasi hasil; jurnal ini menekankan pada pembentukan citra institusi, sedangkan penelitian yang dilakukan lebih mengarah pada efektivitas dan praktik operasional manajemen media sosial sebagai sistem informasi sekolah.
8. Khamidi, Amalia, dan Nursalim (2025) dalam jurnal *Social Media Branding Strategies that Strengthen School Image*

⁵¹ Erlin, E., Andriani, L., & Andriani, D. (2024). Peran Manajemen Humas dalam Membangun Citra di Lembaga Pendidikan. *Journal of Governance and Public Administration*, 5(2). 1-9

Among Stakeholders menekankan pentingnya media sosial sebagai instrumen branding sekolah. Mereka menguraikan strategi yang digunakan oleh sekolah untuk membangun persepsi positif di mata orang tua, siswa, dan masyarakat, antara lain melalui storytelling visual, penggunaan influencer internal seperti siswa berprestasi, serta konsistensi tone komunikasi.⁵² Kajian ini beririsan dengan penelitian yang dilakukan dalam hal pentingnya pengelolaan konten dan peran admin media sosial. Namun, fokus utama jurnal ini adalah pada branding eksternal, sedangkan penelitian ini lebih menggarap pengelolaan sistem informasi internal di SMP.

9. Nani Nafisaturohmah, Abdul Wahid dan Baqqiyatush Sholihah (2021) dalam jurnal *“Strategi Humas Melalui Media Online dalam Membangun Citra”* membahas pemanfaatan media online oleh lembaga pendidikan Islam untuk membentuk citra positif melalui strategi humas berbasis website.⁵³ Fokus ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan yaitu mengkaji manajemen media sosial berdasarkan fungsi-fungsi manajemen POAC. Jika jurnal

⁵² Khamidi, A., Amalia, K., & Nursalim, M. (2025). Social Media Branding Strategies that Strengthen School Image Among Stakeholders. *Academia Open*, 7(1). 1-14.

⁵³ Nafisaturohmah, N., Wahid, A., & Sholihah, B. (2021). Strategi Humas melalui Media Online dalam Membangun Citra MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang. *Jawda: Journal of Islamic Education Management*, 2(2). 116-132.

menekankan citra eksternal dan komunikasi kelembagaan, penelitian ini lebih menitikberatkan pada proses internal seperti perencanaan konten, pengorganisasian admin media sosial, pelaksanaan informasi secara terjadwal, serta pengawasan efektivitas informasi di platform seperti Instagram atau Facebook.

10. Farabi, Anwar, dan Amar (2024) dalam jurnal *Penerapan Teknologi Informasi di Perpustakaan melalui Database Google Scholar* menjelaskan bagaimana media sosial dan teknologi informasi dimanfaatkan di institusi pendidikan untuk meningkatkan literasi dan diseminasi informasi. Meskipun fokus utama pada perpustakaan, jurnal ini menyentuh aspek manajemen informasi digital yang juga berlaku untuk sekolah secara keseluruhan.⁵⁴ Jurnal ini menunjukkan bahwa penerapan sistem teknologi dan digitalisasi informasi perlu dirancang secara terstruktur. Perbedaannya, jurnal ini lebih bersifat teoretis dan literatur review, bukan studi lapangan seperti yang dilakukan.

Berdasarkan pemaparan dari sepuluh jurnal di atas, terlihat bahwa topik media sosial dalam pendidikan sudah banyak dikaji, baik dari aspek strategi, persepsi pengguna, konten, maupun kendala teknis. Namun, sebagian besar

⁵⁴ Farabi, M. N., Anwar, R. K., & Amar, S. C. D. (2024). Penerapan Teknologi Informasi di Perpustakaan melalui Database Google Scholar: Narrative Literature Review. *VISI Pustaka: Jurnal Perpustakaan dan Jaringan Informasi*, 26(1). 123-134.

belum mengangkat secara spesifik praktik manajemen media sosial sebagai media informasi di satuan pendidikan dasar menengah seperti SMP. Penelitian ini unik karena menggunakan pendekatan kualitatif dan menelaah secara mendalam praktik manajerial media sosial di SMP PGRI Wangon, termasuk struktur organisasi pengelola, strategi penyampaian informasi, dan evaluasi konten. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan mampu mengisi kekosongan literatur yang belum banyak menjelaskan bagaimana praktik pengelolaan media sosial dilaksanakan secara riil di lingkungan sekolah.

C. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir merupakan landasan pemikiran yang mengintegrasikan teori, fakta, observasi, dan tinjauan pustaka sebagai acuan dalam penelitian. Dalam kerangka berpikir, variabel-variabel penelitian diuraikan secara mendalam dan relevan dengan masalah yang sedang diteliti.⁵⁵

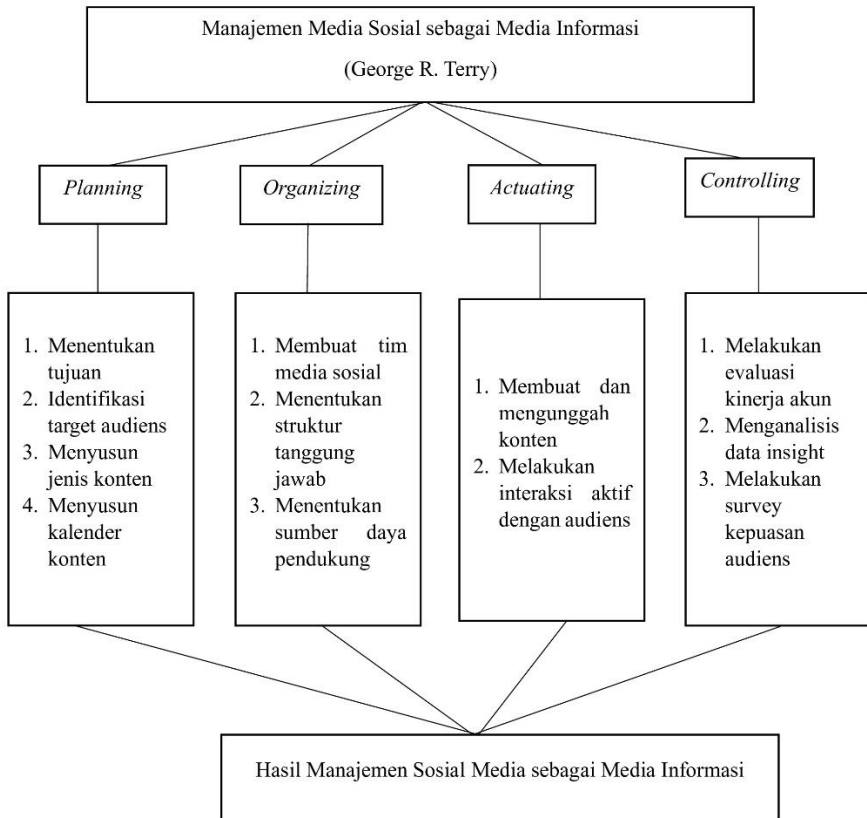
Lembaga pendidikan dalam menyampaikan informasi perlu merencanakan, mengorganisasikan, melaksanakan, dan mengevaluasi pencapaian tujuan yang telah ditetapkan. Proses ini merupakan bagian dari manajemen strategis untuk

⁵⁵ Syahputri, A. Z., Della Fallenia, F., & Syafitri, R. Kerangka berfikir penelitian kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran*, (Vol. 2, No. 1, 2023), hlm. 160.

memastikan pesan melalui media sosial diterima efektif oleh audiens. Dengan perencanaan yang tepat, lembaga dapat memilih konten, platform, dan waktu publikasi yang sesuai. Evaluasi berkala membantu mengukur efektivitas komunikasi dan menyempurnakan strategi pemasaran pendidikan secara berkelanjutan.

Penelitian yang dilakukan di SMP PGRI Wangon dilatarbelakangi oleh permasalahan yang masih ditemukan dalam aspek manajemen media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan memahami manajemen media sosial yang diterapkan oleh SMP PGRI Wangon. Kerangka berpikir dalam penelitian ini dapat disusun secara sistematis sebagai berikut:

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif. Tujuannya adalah untuk menggambarkan kondisi atau fenomena tertentu dengan mengumpulkan informasi tentang situasi yang sedang berlangsung. Dengan metode deskriptif, peneliti berupaya menguraikan atau mengembangkan pemahaman mengenai peristiwa atau masalah yang diteliti.⁵⁶ Peneliti menggunakan jenis penelitian ini karena untuk meneliti secara mendalam dan fokus pada manajemen promosi pendidikan melalui media sosial yang kemudian dikaji secara mendalam dengan maksud memahami keadaan dan suasana di SMP PGRI Wangon.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian secara menyeluruh, melalui deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada konteks yang alami, serta dengan menggunakan beragam metode ilmiah.⁵⁷ Menurut Bogdan dan Taylor dalam Moleong, bahwa metodologi kualitatif adalah

⁵⁶ RukaesihA. Maolani dan Ucu Cahyana, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2015), hlm. 72.

⁵⁷ Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2016), hlm. 6.

jenis penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata, baik yang tertulis maupun yang diucapkan, dari orang-orang serta perilaku yang diamati..⁵⁸

Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif karena untuk mengetahui manajemen media sosial sebagai media informasi di sekolah. Dengan mengangkat fokus penelitian tentang manajemen media sosial, peneliti harus datang dan memahami situasi dan lingkungan yang sebenarnya di lapangan.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat

Penelitian ini dilaksanakan di SMP PGRI Wangon yang terletak di Jalan Raya Selatan Nomor 50 Wangon, Kabupaten Banyumas. Alasan peneliti memilih di SMP PGRI Wangon karena sekolah ini terletak di lokasi yang strategis, diminati masyarakat sekitar serta sekolah ini aktif menggunakan media sosial untuk menyampaikan informasi dan memiliki pengelolaan yang menarik.

2. Waktu

Penelitian selama satu bulan dimulai pada Februari 2025. Selama periode tersebut, penulis melakukan berbagai

⁵⁸ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2005), hlm. 3.

kegiatan yang mencakup tahap pra-riset dan tahap penelitian.

C. Sumber Data

1. Data Primer

Data primer adalah data langsung yang dikumpulkan oleh peneliti dari sumber pertamanya.⁵⁹ Sumber primer dalam penelitian ini berupa kata-kata atau kalimat yang didapatkan oleh peneliti melalui wawancara yang dilakukan dengan para informan yang meliputi berbagai hal yang berkaitan dengan manajemen media sosial sebagai media informasi di SMP PGRI Wangon. Data primer dalam penelitian ini yaitu Kepala Sekolah, Waka Humas, admin media sosial, dan orang tua/wali peserta didik.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang dikumpulkan secara tidak langsung oleh peneliti sebagai penunjang dari data yang pertama.⁶⁰ Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari berbagai tulisan atau informasi yang mendukung dan relevan dengan topik skripsi ini.

⁵⁹ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi (Mixed Methods), (Bandung: Alfabeta, 2016), cet 8, h.308

⁶⁰ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi (Mixed Methods), (Bandung: Alfabeta, 2016), cet 8, h.308

Umumnya, data sekunder meliputi bukti, catatan, atau laporan historis yang telah terdokumentasi dalam arsip, baik yang sudah dipublikasikan maupun yang belum dipublikasikan.

D. Fokus Penelitian

Fokus penelitian adalah aspek khusus yang dijadikan sebagai objek pembahasan dalam penelitian agar permasalahan yang diangkat tidak terlalu luas. Oleh karena itu, sangat penting untuk menetapkan fokus yang jelas dalam setiap penelitian. Berdasarkan rumusan masalah yang telah dibuat, penelitian ini akan difokuskan pada manajemen media sosial sebagai media informasi di SMP PGRI Wangon.

E. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data menjadi salah satu tahap terpenting dalam pelaksanaan penelitian.⁶¹ Dalam mengumpulkan data-data yang diperlukan peneliti, peneliti menggunakan metode-metode sebagai berikut:

1. Interview (wawancara)

Wawancara adalah metode pengumpulan data dalam penelitian yang dilakukan melalui percakapan tatap muka antara dua orang atau lebih, di mana peneliti

⁶¹ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi (Mixed Methods), (Bandung: Alfabeta, 2016), cet 8, h.309.

mendengarkan langsung informasi atau penjelasan dari narasumber.⁶² Dalam penelitian ini peneliti mewawancarai kepala sekolah, waka humas, admin media sosial, dan orang tua/wali peserta didik.

Tabel 3. 1 Wawancara Penelitian

No.	Informan	Tanggung Jawab	Tanggal
1.	Kepala Sekolah	Bertanggung jawab dalam memastikan penggunaan media sosial sebagai media informasi selaras dengan visi dan misi yang ditetapkan.	10 Februari 2025
2.	Waka Humas	Bertanggung jawab dalam memastikan perencanaan konten media	10 Februari 2025

⁶² Cholid Narbuko dan Abu Achmad, *Metodelogi Penelitian*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2007), cet 8, hlm. 83.

		sosial berjalan efektif sebagai media informasi.	
3.	Admin Media Sosial	Bertanggung jawab dalam melaksanakan pembuatan dan pengelolaan media sosial sekolah.	11 Februari 2025
4.	Wali Murid	Informan yang mengalami langsung dampak media sosial sebagai sumber informasi sekolah.	13 Februari 2025

2. Observasi

Menurut Sutrisno Hadi yang dikutip oleh Sugiyono (2016) dalam bukunya *Metode Penelitian Pendidikan*, observasi merupakan suatu proses yang kompleks dan tersusun dari berbagai proses biologis serta psikologis, di

mana dua di antaranya yang paling penting adalah proses pengamatan dan proses ingatan..⁶³ Jadi, observasi adalah teknik mengumpulkan data dengan mengadakan pengamata dan pencatatan secara langsung terhadap obyek yang diamati.

Dengan metode ini, peneliti berharap agar mudah untuk memperoleh data yang diperlukan dengan pengamatan dan pencatatan terhadap suatu objek yang diteliti, sebagai pendukung penelitian ini, terutama tentang manajemen promosi pendidikan melalui media sosial. Peneliti secara langsung mengamati dengan rinci fenomena di lapangan, terutama dalam pelaksanaan manajemen media sosial sebagai media informasi sekolah di SMP PGRI Wangon.

Tabel 3. 2 Observasi Penelitian

No.	Observasi	Tanggal
1.	Observasi lingkungan fisik lingkungan sekolah	3 Februari 2025
2.	Observasi pembuatan konten media sosial	6 Februari 2025

⁶³ Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi (Mixed Methods), (Bandung: Alfabeta, 2016), cet 8, hlm.203.

3. Dokumentasi

Dokumentasi diambil dari kata “dokumen” yang berarti benda-benda tertulis. Dalam penerapannya, metode dokumentasi dilakukan dengan cara memeriksa berbagai bentuk tulisan seperti buku, majalah, dokumen resmi, peraturan, notulen rapat, catatan harian, dan lain sebagainya.⁶⁴ Metode dokumentasi adalah suatu cara memperoleh data melalui pengumpulan catatan-catatan, transkrip, notulen rapat dan lain-lain sebagai bukti fisik, adapun data-data yang dihimpun melalui metode dokumentasi dalam penelitian ini adalah sejarah singkat berdirinya sekolah, keadaan jumlah siswa, visi dan misi, dan dokumen-dokumen lainnya yang berkenaan dengan penelitian ini. Jadi metode dokumentasi adalah suatu cara pengambilan atau pengumpulan data dengan cara mengumpulkan suatu bukti-bukti tertulis, cetak, gambar sebagainya.

Tabel 3. 3 Dokumentasi Penelitian

No.	Dokumentasi	Penanggung Jawab
1.	Jumlah Peserta Didik SMP PGRI Wangon	Waka Kesiswaan

⁶⁴ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2003), hlm. 14.

2.	Sejarah, Visi, Misi, Jaminan Mutu Sekolah	Kepala Sekolah
3.	Identitas Sekolah	Tata Usaha
4.	Kontak Sekolah	Operator Sekolah

F. Uji Keabsahan Data

Pengecekan keabsahan data diperlukan dalam penelitian kualitatif. Dalam bukunya *Metodologi Penelitian Pendidikan*, Sugiyono menyatakan bahwa validitas berarti tingkat ketepatan antara data yang sebenarnya terjadi di objek penelitian dengan data yang disajikan oleh peneliti. Dengan demikian, data yang valid adalah data yang dilaporkan peneliti sesuai dengan kondisi sebenarnya pada objek penelitian.⁶⁵

Pengujian keabsahan data tidak dapat dilakukan hanya dengan mengandalkan satu sumber saja, tetapi harus melibatkan berbagai sumber yang kemudian dianalisis oleh peneliti untuk memperoleh suatu kesimpulan. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik triangulasi untuk menguji keabsahan data.

⁶⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm.263.

Dalam proses pengujian keabsahan data, triangulasi diartikan sebagai upaya memverifikasi data dengan membandingkan informasi dari beragam sumber, metode, serta periode waktu.⁶⁶ Triangulasi terbagi menjadi tiga jenis, yaitu triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan triangulasi waktu. Dalam penelitian ini, peneliti memakai triangulasi sumber untuk menguji keabsahan data. Triangulasi sumber dilakukan dengan cara memeriksa data yang diperoleh dari berbagai sumber guna memastikan kredibilitasnya.⁶⁷ Sumber data dari penelitian ini yaitu kepala sekolah, waka humas, admin sosial media, dan orang tua/wali peserta didik. Data yang diperoleh kemudian diproses untuk menghasilkan kesimpulan.

G. Teknik Analisis Data

Analisis merupakan suatu proses penemuan pertanyaan.⁶⁸ Dalam pengelolaan data yang diolah ada hal-hal yang tercantum dan terekam dalam catatan-catatan lapangan hasil wawancara atau pengamatan. Hal ini dikarenakan dalam penelitian termasuk penelitian kualitatif, data yang dihasilkan berupa kata-kata, kalimat, gambar atau simbol, dalam mengolah data ada empat tahap yang harus dilalui, yaitu sebagai berikut:

⁶⁶ Sugiyono, Metode Penelitian..., hlm.372.

⁶⁷ Sugiyono, Metode Penelitian..., hlm.373.

⁶⁸ Emzir, Metode Penelitian Pendidikan Kualitatif dan Kuantitatif, (Jakarta: Rajawali Pers,2014), hlm. 165.

1. Reduksi Data

Data yang dikumpulkan di lapangan sangat banyak, sehingga dibutuhkan pencatatan yang cermat dan detail. Semakin lama peneliti berada di lapangan, semakin banyak data yang terkumpul, yang juga cenderung menjadi lebih kompleks dan rumit. Oleh sebab itu, diperlukan proses analisis data melalui reduksi data. Reduksi data berarti merangkum informasi, memilih hal-hal utama, menyoroti aspek penting, mencari tema dan pola, serta menghilangkan data yang kurang relevan. Dengan demikian, data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, memudahkan peneliti dalam pengumpulan data berikutnya, serta mempermudah pencarian data saat diperlukan.⁶⁹

2. Data Display (Penyajian Data)

Setelah proses reduksi data selesai, langkah berikutnya adalah penyajian data. Penyajian data merupakan penyusunan informasi secara terorganisir sehingga memudahkan penarikan kesimpulan dan pengambilan keputusan.⁷⁰ Dalam penelitian kualitatif, data bisa disajikan dalam berbagai bentuk seperti uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowchart, dan sejenisnya. Menurut Miles dan Huberman, cara yang paling umum digunakan untuk menyajikan data kualitatif adalah dengan teks naratif. Penyajian data seperti ini memudahkan

⁶⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian...*, hlm. 338.

⁷⁰ Emzir, *Metode Penelitian...*, hlm. 194.

pemahaman terhadap kejadian yang diteliti serta membantu merencanakan langkah kerja berikutnya berdasarkan pemahaman tersebut.⁷¹

3. Penarikan Kesimpulan

Tahap terakhir dalam analisis data kualitatif adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan yang pertama kali dibuat bersifat sementara dan bisa berubah jika pada pengumpulan data berikutnya tidak ditemukan bukti yang kuat. Namun, jika kesimpulan awal didukung oleh bukti yang kuat dan tetap konsisten selama proses penelitian di lapangan, maka kesimpulan tersebut dapat dianggap kredibel.⁷²

⁷¹ Sugiyono, *Metode Penelitian...*, hlm. 341.

⁷² Sugiyono, *Metode Penelitian...*, hlm. 345.

BAB IV

DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA

A. Deskripsi Profil Sekolah

1. Sejarah SMP PGRI Wangon

Pada awal tahun 1980-an, wilayah Kecamatan Wangon, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah, mengalami pertumbuhan jumlah penduduk yang signifikan. Seiring dengan itu, kebutuhan akan pendidikan tingkat menengah pertama semakin meningkat. Pada masa itu, tidak semua anak dapat melanjutkan pendidikan ke SMP negeri karena keterbatasan daya tampung dan faktor ekonomi. Menyadari kondisi ini, para tokoh pendidikan dan masyarakat setempat berinisiatif untuk mendirikan sekolah menengah pertama yang dapat menampung lebih banyak siswa dari berbagai latar belakang. Kemudian pada tahun 1982, sekelompok pendidik yang tergabung dalam Persatuan Guru Republik Indonesia (PGRI) di Wangon mulai merintis pendirian sekolah swasta berbasis PGRI. Dengan dukungan masyarakat, mereka mengajukan proposal pendirian sekolah kepada pihak terkait. Setelah melalui berbagai tahap perizinan dan koordinasi dengan pemerintah daerah serta Dinas Pendidikan, akhirnya SMP PGRI Wangon resmi didirikan pada tanggal 18 Maret 1983 berdasarkan Surat Keputusan Pendirian Nomor 706/103/I.83.

Pada tahun pertama operasionalnya, SMP PGRI Wangon memulai kegiatan belajar-mengajar dengan fasilitas yang masih sangat terbatas. Sekolah menggunakan gedung sementara yang dipinjam dari masyarakat dan sarana belajar yang seadanya. Namun, semangat para guru dan siswa sangat tinggi dalam menjalankan proses pendidikan. Dukungan dari PGRI dan pemerintah setempat turut membantu dalam penyediaan fasilitas yang lebih memadai seiring berjalannya waktu. Dalam beberapa tahun setelah pendiriannya, SMP PGRI Wangon terus mengalami perkembangan. Jumlah siswa yang mendaftar semakin meningkat setiap tahunnya. Dengan bertambahnya kebutuhan ruang belajar, sekolah mulai membangun gedung permanen di Jl. Raya Selatan No. 50 Wangon, Klapagading Kulon, Kecamatan Wangon. Seiring waktu, fasilitas sekolah semakin lengkap, termasuk ruang kelas tambahan, perpustakaan, dan laboratorium.

Pada tahun 2019, SMP PGRI Wangon mendapatkan akreditasi A dari Badan Akreditasi Nasional Sekolah/Madrasah (BAN-SM) dengan Surat Keputusan Akreditasi Nomor 905/BAN-SM/SK/2019 yang diterbitkan pada 21 Oktober 2019. Pengakuan ini menunjukkan bahwa sekolah telah memenuhi standar kualitas pendidikan yang baik. Hingga saat ini, SMP PGRI

Wangon terus berkembang menjadi salah satu sekolah swasta yang memiliki peran penting dalam mencerdaskan anak bangsa di wilayah Wangon dan sekitarnya. Dengan tenaga pengajar yang profesional dan fasilitas yang terus diperbarui, sekolah ini berkomitmen untuk memberikan pendidikan berkualitas bagi para siswa. Dengan perjalanan panjang sejak tahun 1983, SMP PGRI Wangon telah melahirkan banyak lulusan yang berkontribusi dalam berbagai bidang. Sekolah ini tetap menjadi pilihan utama bagi masyarakat Wangon yang menginginkan pendidikan terjangkau namun berkualitas.

2. Visi

Terwujudnya Generasi CERIA (Cerdas, Religius, Amanah) Yang Berbekal Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Peduli Lingkungan Dan Berwawasan Global

3. Misi

- a. Mewujudkan komunitas profil pelajar yang beriman dan bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa
- b. Menciptakan kehidupan sekolah yang berbudaya religius dan bermartabat.
- c. Memenuhi standar Kurikulum Merdeka dan memberi pelayanan prima kepada masyarakat dalam menuntaskan wajib belajar 9 tahun yang menjamin hak belajar setiap anak tanpa kecuali termasuk anak yang berkebutuhan khusus (inklusi) dalam proses

pembelajaran yang menjunjung tinggi nilai gotong royong.

- d. Mengembangkan pembelajaran aktif, inovatif, kreatif, efektif dan menyenangkan untuk mengembangkan potensi peserta didik secara optimal.
- e. Memberdayakan sistem asesmen untuk meningkatkan motivasi belajar peserta didik.
- f. Meningkatkan kuantitas dan kualitas lulusan sebagai generasi CERIA (cerdas, religius, amanah).
- g. Membina sikap jujur, disiplin, dan bertanggung jawab sebagai bekal kemandirian siswa.
- h. Meningkatkan motivasi kerja dan profesionalisme tenaga pendidik dan tenaga kependidikan.
- i. Menjadi lembaga pendidikan yang memberdayakan teknologi informasi dan komunikasi sebagai pendukung dan keunggulan pembelajaran.
- j. Menciptakan lingkungan yang aman, nyaman, bersih, dan asri sebagai tempat belajar untuk guru, siswa, dan seluruh warga sekolah.
- k. Memenuhi standar sarana dan prasarana secara bertahap dan terukur.
- l. Menggunakan lingkungan sekolah sebagai media dan sumber belajar.

4. Tujuan Sekolah

Selaras dengan visi dan misi SMP PGRI Wangon pada tahun pelajaran 2024/2025, diharapkan mencapai tujuan sebagai berikut:

- a. Meningkatkan kegiatan keagamaan sebagai upaya menciptakan lingkungan yang religius, 90% peserta didik melaksanakan kegiatan sholat dhuhur berjamaah, sholat dhuha, sholat Jum'at di sekolah, dan melakukan kegiatan hafalan Al-Qur'an dan menjalankan ibadah sesuai dengan agama dan keyakinan masing – masing.
- b. 95% Pendidik mampu merancang dan melaksanakan pembelajaran yang mengedepankan ciri khas sekolah dan daerah dalam nuansa kebhinekaan global yang harmonis
- c. 85% Menghasilkan lulusan yang mampu mengimplementasikan Profil Pelajar Pancasila dalam kehidupan nyata
- d. 85% Peserta didik mempunyai karakter yang sopan, santun, mandiri, kreatif yang mampu bersaing sesuai perkembangan zaman
- e. 100% guru bersertifikat profesional;
- f. Menjadikan sekolah sebagai tempat untuk mengembangkan proses perkembangan intelektual, emosional, sosial, keterampilan dan tumbuh kembang peserta didik sesuai tingkat kemampuan dan kondisi

masing-masing peserta didik yang mengedepankan nilai gotongroyong

- g. Membangun sarana prasarana infrastruktur secara berkala yang berwawasan lingkungan dengan mengikuti kemajuan teknologi yang berkembang di masyarakat;
- h. 95% Peserta didik mempunyai *lifeskill* yang mampu beradaptasi dengan perkembangan zaman melalui kegiatan ekstrakurikuler.
- i. Berprestasi dalam bidang akademis dan non akademis.
- j. Sukses menempuh pendidikan di jenjang yang lebih tinggi dan mampu beradaptasi secara positif di tengah masyarakat.

5. Motto Sekolah

Cerdas, Religius, Amanah.

6. Identitas Sekolah

SMP PGRI Wangon merupakan sekolah swasta dibawah naungan Yayasan Penyelenggara Lembaga Pendidikan Dasar dan Menengah Persatuan Guru Republik Indonesia Jawa Tengah (YPLP DM JT). Waktu kegiatan belajar mengajar dalam seminggu dilakukan selama 5 hari yaitu Senin sampai Jum'at. Kegiatan Belajar Mengajar dimulai dari pukul 07.00 dan selesai pukul 13.40 di hari Senin-Selasa, sedangkan dihari Rabu-Kamis selesai

pukul 14.00 dan dihari Jum'at selesai pukul 11.15 selanjutnya kegiatan ekstrakurikuler dilaksanakan setelah kegiatan belajar mengajar selesai hingga pukul 16.00. Identitas lengkap SMP PGRI Wangon dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 4. 1 Identitas Sekolah

IDENTITAS SEKOLAH	
Nama	SMP PGRI Wangon
NPSN	20301990
Alamat	Jalan Raya Selatan No. 50 Wangon
Desa/Kelurahan	Klapagading Kulon
Kecamatan	Wangon
Kabupaten/Kota	Banyumas
Provinsi	Jawa Tengah
Status Sekolah	Swasta
Bentuk Pendidikan	SMP
Jenjang Pendidikan	DIKDAS
Nomor SK Pendirian	706/I03/I.83.
Tanggal SK Pendirian	18 Maret 1983

7. Kontak Sekolah

Tabel 4.2 Kontak Sekolah

Kontak

Website	https://www.smppgriwangon.sch.id/
E-mail	smppgriwangon.tu@gmail.com
Telepon	085559677658
Faxmile	-
Operator	Diyani Indah Wahyuni

B. Deskripsi Data

1. Manajemen Media Sosial sebagai Media Informasi di SMP PGRI Wangon

Dalam menghadapi perkembangan zaman, sekolah perlu melakukan inovasi dalam membagikan informasi sekolah. Manajemen media sosial diperlukan untuk memastikan bahwa informasi yang disampaikan melalui platform digital dapat tersampaikan secara efektif, konsisten, dan sesuai dengan tujuan komunikasi sekolah. Di lingkungan pendidikan seperti SMP PGRI Wangon, pengelolaan media sosial yang baik berperan penting dalam membangun citra positif sekolah, mempererat hubungan antara sekolah dengan orang tua maupun masyarakat, serta menjadi sarana dokumentasi dan publikasi berbagai kegiatan pendidikan. Tanpa manajemen yang terarah, media sosial berisiko menjadi saluran komunikasi yang tidak optimal, bahkan bisa menimbulkan kesalahpahaman informasi.

Media sosial memainkan peran penting sebagai sarana bagi masyarakat untuk mengenal lebih dekat kegiatan sekolah, prestasi siswa, serta fasilitas yang tersedia. Melalui pemanfaatan yang optimal, sekolah dapat menyampaikan informasi secara efektif, menunjukkan kualitas pendidikannya, dan membangun kepercayaan masyarakat, sehingga mendorong mereka untuk menjadikan sekolah tersebut sebagai pilihan terbaik bagi anak-anak mereka.

Berdasarkan hasil observasi yang penulis lakukan di lingkungan sekolah, bahwa setiap hari sebelum kegiatan belajar mengajar dimulai, SMP PGRI Wangon melakukan pembiasaan di pagi hari yaitu shalat dhuha berjamaah dan tadarus Al-Qur'an.⁷³

⁷³ Hasil Observasi Lapangan di SMP PGRI Wangon pada tanggal 3 Februari 2025



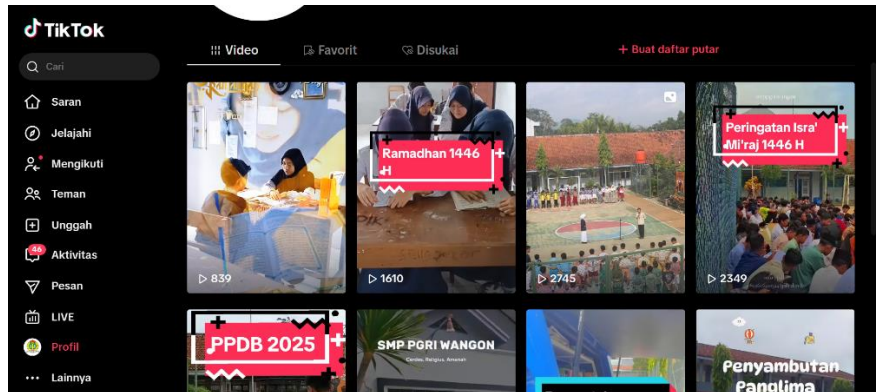
Gambar 4. 1 Shalat Dhuha Berjamaah

Berdasarkan gambar 4.1 menunjukkan bahwa siswa SMP PGRI Wangon sudah menumbuhkan budaya religius sesuai dengan visi SMP PGRI Wangon. Dengan membiasakan siswa melaksanakan salat Dhuha di pagi hari, mereka tidak hanya terlatih untuk menjalankannya di lingkungan sekolah, tetapi juga terbawa kebiasaan tersebut hingga di rumah.



Gambar 4. 2 Tadarus Al-Qur'an

Pada gambar 4.2 menunjukkan bahwa siswa SMP PGRI Wagon menerapkan kegiatan tadarus Al-Qur'an bersama. Kegiatan tersebut bertujuan untuk membiasakan siswa membaca Al-Qur'an secara rutin bukan hanya di kelas, melainkan dimana saja mereka berada. Selain itu, kegiatan ini juga dapat menumbuhkan budaya religius di sekolah, meskipun sekolah tersebut bukan berbasis agama.



Gambar 4. 3 Kegiatan Siswa Via Tiktok

Berdasarkan hasil observasi penulis melalui media sosial tiktok SMP PGRI Wangon, sekolah menampilkan beberapa kegiatan yang pernah dilaksanakan. Hal tersebut agar masyarakat mengetahui bahwa SMP PGRI Wangon telah melaksanakan berbagai kegiatan baik di dalam maupun di luar sekolah.

Dalam pelaksanaan manajemen media sosial di SMP PGRI Wangon, bidang humas menerapkan fungsi manajemen secara menyeluruh. Hal ini bertujuan untuk mempermudah pengelolaan media sosial. Sebagaimana disampaikan oleh Bapak Tony Suparno, S.Pd., selaku perwakilan bidang humas, beliau menyatakan bahwa:

“Tugas saya merencanakan informasi apa yang mau dibagikan ke publik, terutama lewat media sosial. Saya

juga koordinasi sama admin dan kepala sekolah supaya kontennya sesuai dan tepat waktu.”⁷⁴

Berdasarkan penjelasan di atas, SMP PGRI Wangon menerapkan manajemen media sosial sekolah secara sistematis, mulai dari perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi. Dalam membagikan informasi, SMP PGRI Wangon memanfaatkan media sosial untuk menyampaikan berbagai kegiatan dan pengumuman penting secara cepat dan luas. Melalui pengelolaan yang terarah, informasi disampaikan dengan lebih terstruktur sehingga memperkuat komunikasi antara sekolah dan masyarakat. Platform yang digunakan meliputi Instagram, YouTube, WhatsApp, Website, Facebook, dan TikTok. Berikut adalah berbagai kegiatan manajemen media sosial sebagai media informasi yang menjadi bagian dari inovasi komunikasi digital di SMP PGRI Wangon.

a. Perencanaan (*planning*) media sosial sebagai media informasi di SMP PGRI Wangon

Perencanaan menjadi tahap awal yang sangat penting dalam proses pembuatan konten media sosial, terutama ketika media sosial digunakan sebagai sarana penyampaian informasi sekolah.

1) Menentukan tujuan

⁷⁴ Hasil wawancara dengan Bapak Tony Suparno, S.Pd selaku yang mewakili bidang Humas SMP PGRI Wangon pada 10 Februari 2025

Kepala sekolah menegaskan adanya visi institusional dalam penggunaan media sosial:

“Sekolah kami memiliki visi khusus terkait penggunaan media sosial sebagai saluran informasi resmi. Kami melihat media sosial bukan hanya sebagai alat promosi, tetapi sebagai jembatan komunikasi yang cepat, transparan, dan efisien antara sekolah, siswa, orang tua, dan masyarakat. Melalui media sosial, kami ingin memastikan bahwa seluruh warga sekolah selalu mendapatkan informasi yang akurat, relevan, dan tepat waktu, baik itu tentang kegiatan akademik, kesiswaan, pengumuman penting, maupun nilai-nilai karakter yang ingin kami tanamkan.”⁷⁵

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa sebelum membagikan informasi di media sosial harus menentukan tujuan terlebih dahulu.

2) Identifikasi target audiens

Selanjutnya, perencanaan pengelolaan media sosial di SMP PGRI Wangon dengan identifikasi agenda kegiatan sekolah dan audiens yang kemudian dijadikan dasar penyusunan konten

⁷⁵ Hasil wawancara dengan Bapak Bayuda Ardiyanto, S.Pd selaku Kepala SMP PGRI Wangon pada 10 Februari 2025

digital. Sebagaimana disampaikan oleh Ibu Diani Nurul Afifah, selaku admin media sosial bahwa:

“Biasanya kami mulai dari lihat agenda kegiatan sekolah, lalu saya buat rencana konten berdasarkan itu. Misalnya kalau ada lomba, upacara, atau pengumuman penting, langsung saya catat untuk dijadikan konten. Targetnya untuk semua warga sekolah baik itu siswa, guru, orang tua dan warga di luar sekolah supaya mereka mengetahui informasi-informasinya.”⁷⁶

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa perencanaan tersebut dilakukan secara berkala dan disesuaikan dengan momentum kegiatan sekolah serta menargetkan audiens yang akan menerima informasi dari sekolah. Dalam proses ini, perencanaan melibatkan kolaborasi antara admin, Waka Humas, guru pembina, dan kepala sekolah.

3) Menyusun jenis konten

Dalam melakukan perencanaan perlu juga menyusun jenis-jenis konten yang relevan. Seperti yang disampaikan oleh Ibu Diani Nurul Afifah, selaku admin media sosial bahwa:

“Setiap unggahan ada tujuannya. Ada yang untuk informasikan kegiatan sekolah, ada juga yang untuk promosi sekolah ke masyarakat, dan kadang juga untuk mengajak siswa atau orang tua

⁷⁶ Hasil wawancara dengan Ibu Diani Nurul Afifah, S.Pd selaku admin media sosial SMP PGRI Wangon pada 11 Februari 2025

ikut berpartisipasi, misalnya lewat komentar atau share.”⁷⁷

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa setiap konten yang akan diunggah memiliki tujuan yang berbeda-beda.

4) Menyusun kalender

Perencanaan jangka pendek mencakup penyusunan jadwal unggahan mingguan, sementara rencana jangka menengah difokuskan pada promosi sekolah dan dokumentasi prestasi siswa. Sebagaimana disampaikan oleh waka Humas bahwa:

“Untuk jangka pendek, kami buat jadwal posting mingguan berisi info kegiatan dan pengumuman. Untuk jangka menengah, kami rencanakan konten promosi sekolah dan dokumentasi prestasi siswa agar lebih dikenal masyarakat.”⁷⁸

Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa perencanaan merupakan langkah awal yang harus dilakukan sebelum pembuatan konten media sosial.

⁷⁷ Hasil wawancara dengan Ibu Diani Nurul Afifah, S.Pd selaku admin media sosial SMP PGRI Wangon pada 11 Februari 2025

⁷⁸ Hasil wawancara dengan Bapak Tony Suparno, S.Pd selaku Kepala SMP PGRI Wangon pada 10 Februari 2025

b. Pengorganisasian (*organizing*) media sosial sebagai media informasi di SMP PGRI Wangon

Pengorganisasian dalam sebuah lembaga merupakan hal yang wajib dilakukan untuk mempermudah proses koordinasi dan konsultasi, sehingga tujuan bersama dapat dicapai dengan lebih efektif. Kegiatan pengorganisasian sangat penting dalam manajemen media sosial karena memungkinkan pembagian tugas yang terstruktur, memperjelas tanggung jawab setiap pihak, serta memastikan proses pembuatan dan publikasi konten berjalan lancar dan sesuai tujuan. Dengan adanya pengorganisasian yang baik, setiap informasi yang disampaikan melalui media sosial dapat tersusun rapi, tepat sasaran, dan mendukung citra positif sekolah. Harapannya, melalui pengelolaan yang lebih terorganisir ini, SMP PGRI Wangon dapat semakin meningkatkan efektivitas komunikasi digitalnya, memperkuat hubungan dengan masyarakat, dan menjadi sekolah yang adaptif terhadap perkembangan teknologi informasi.

a. Membuat tim media sosial

Langkah awal dalam proses pengorganisasian adalah membuat tim media sosial. Di sini bertugas membagi peran dalam pembuatan dan

pengelolaan konten agar informasi sekolah dapat disampaikan secara efektif dan terstruktur.

Sebagaimana disampaikan oleh Bapak Bayuda Ardiyanto, S.Pd selaku kepala SMP PGRI Wangon:

“Struktur tim pengelola media sosial kami sederhana. Waka Humas bertindak sebagai koordinator, lalu ada admin utama yang mengelola akun dan membuat konten. Selain itu, beberapa guru ditunjuk sebagai kontributor konten dari kegiatan di sekolah.”⁷⁹

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa SMP PGRI Wangon sudah membentuk tim media sosial yang terdiri dari waka humas, admin media sosial, dan beberapa guru.

b. Menentukan struktur tanggung jawab

Penyusunan struktur tanggung jawab dalam tim media sosial diperlukan agar setiap anggota mengetahui tugasnya dengan jelas, sehingga proses pembuatan dan penyebaran informasi dapat berjalan lebih efisien dan terarah.

⁷⁹ Hasil wawancara dengan Bapak Bayuda Ardiyanto, S.Pd selaku Kepala SMP PGRI Wangon pada 10 Februari 2025

Hal ini sebagaimana disampaikan oleh admin media sosial, Ibu Diani Nurul Afifah, S.Pd bahwa:

“Untuk sekarang, timnya masih kecil. Saya yang pegang akun dan buat kontennya, jadi tugas utama di saya. Tapi kalau ada kegiatan besar, biasanya saya minta dokumentasi ke guru atau OSIS, lalu saya olah jadi postingan. Struktur formalnya belum ada, tapi saya tetap lapor ke Waka Humas.”⁸⁰

Kemudian dipertegas oleh waka humas, Bapak Tony Suparno, S.Pd bahwa:

“Koordinasi saya dengan admin biasanya lewat diskusi mingguan atau saat ada acara penting. Saya kasih arahan soal konten apa yang perlu dibuat, dan admin yang bantu desain dan unggah.”⁸¹

Selanjutnya orang tua peserta didik, Ibu Atin mengungkapkan bahwa informasi di media sosial sudah cukup terorganisasi:

“Sudah cukup terorganisasi, meskipun kadang postingan tidak selalu rutin. Tapi informasinya jelas dan mudah dimengerti”⁸²

⁸⁰ Hasil wawancara dengan Ibu Diani Nurul Afifah, S.Pd selaku admin media sosial SMP PGRI Wangon pada 11 Februari 2025

⁸¹ Hasil wawancara dengan Bapak Tony Suparno, S.Pd selaku Kepala SMP PGRI Wangon pada 10 Februari 2025

⁸² Hasil wawancara dengan Ibu Atin selaku orang tua siswa SMP PGRI Wangon pada 13 Februari 2025

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa sudah memiliki pembagian tugas dan tanggung jawab yang jelas serta sudah cukup terorganisasi.

c. Menentukan sumber daya pendukung

Menentukan sumber daya pendukung merupakan langkah penting dalam manajemen media sosial, karena keberhasilan pengelolaan informasi sangat bergantung pada ketersediaan alat, jaringan internet, serta kemampuan teknis dari tim yang terlibat.

“Saya sering kerja sama dengan guru pembina, Waka Humas, dan kadang kepala sekolah juga. Mereka kasih info, foto, atau arahan konten. Jadi saya nggak kerja sendirian, tetap ada komunikasi dan koordinasi.”⁸³

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa terdapat sumber daya yang mendukung yaitu dari kemampuan tim yang terlibat.

c. **Pelaksanaan (*actuating*) media sosial sebagai media informasi di SMP PGRI Wangon**

Setelah perencanaan dan pengorganisasian dilakukan, langkah selanjutnya adalah merealisasikan

⁸³ Hasil wawancara dengan Ibu Diani Nurul Afifah, S.Pd selaku admin media sosial SMP PGRI Wangon pada 11 Februari 2025

rencana dalam bentuk tindakan nyata. Pelaksanaan yang terstruktur penting untuk memastikan setiap kegiatan berjalan sesuai tujuan, terutama dalam penyampaian informasi melalui media sosial secara efektif dan konsisten.

1) Membuat dan mengunggah konten

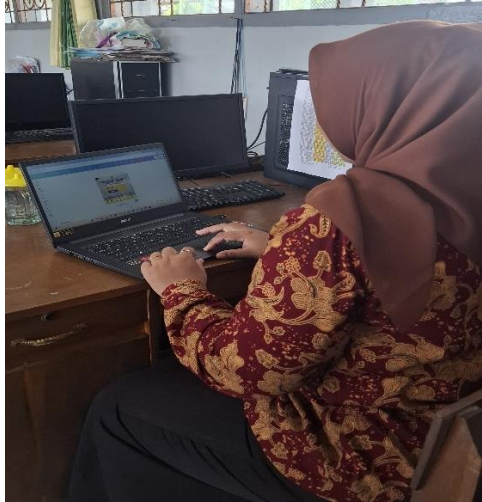
Pelaksanaan dalam membuat dan mengunggah konten dilakukan dengan mengikuti jadwal yang telah disusun, dimulai dari pembuatan materi, penyuntingan, hingga publikasi ke media sosial agar informasi dapat tersampaikan dengan tepat waktu dan menarik bagi audiens.

Dalam wawancara dengan Ibu Diani Nurul Afifah, S.Pd selaku admin media sosial menyatakan bahwa:

“Biasanya saya buat konten pakai HP atau laptop, terus edit pakai aplikasi desain yang sederhana seperti canva. Setelah itu saya unggah ke Instagram, Facebook, tiktok sekolah, tergantung kegiatan yang ada.”⁸⁴

Berdasarkan hasil wawancara di atas diperkuat dengan dokumentasi pembuatan konten yang dilakukan oleh admin media sosial.

⁸⁴ Hasil wawancara dengan Ibu Diani Nurul Afifah, S.Pd selaku admin media sosial SMP PGRI Wangon pada 11 Februari 2025



Gambar 4. 4 Pembuatan Konten oleh Admin Media Sosial

Kemudian kepala sekolah mengungkapkan bahwa pihak sekolah juga memantau manajemen sekolah:

“Pelaksanaannya kami pantau melalui laporan rutin dari admin media sosial dan koordinasi mingguan dengan Waka Humas. Kami juga mengecek langsung postingan dan interaksi di akun resmi sekolah. Kalau ada konten yang kurang tepat atau perlu revisi, kami segera beri arahan agar segera diperbaiki.”⁸⁵

Jadi dari hasil wawancara dan dokumentasi di atas dapat disimpulkan bahwa pembuatan konten media sosial sudah sangat baik. Admin

⁸⁵ Hasil wawancara dengan Bapak Bayuda Ardiyanto, S.Pd selaku Kepala SMP PGRI Wangon pada 10 Februari 2025

media sosial menggunakan perangkat sederhana dan aplikasi desain praktis untuk mendukung proses tersebut, sementara pihak sekolah turut berperan aktif dalam mengawasi dan mengevaluasi konten melalui laporan rutin serta koordinasi internal, guna memastikan kualitas dan ketepatan informasi yang disampaikan. Berikut media sosial yang digunakan untuk media informasi:

Tabel 4. 2 Link Media Sosial

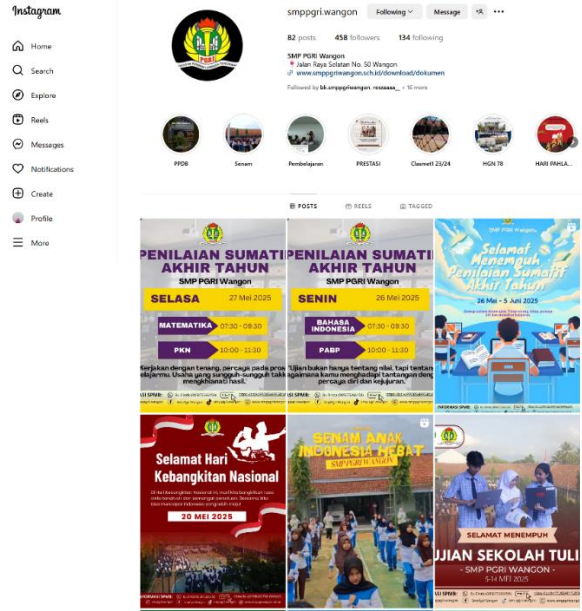
No.	Platform Media Sosial	Link
1.	Instagram	https://www.instagram.com/smppgri.wangon
2.	Tiktok	https://www.tiktok.com/@smp.pgri.wangon
3.	Facebook	https://www.facebook.com/profile.php?id=61552545873166
4.	YouTube	https://www.youtube.com/@smppgriwangan8124

Adanya platform media sosial sebagai media informasi dimanfaatkan oleh sekolah untuk menyampaikan kegiatan, pencapaian, serta informasi penting lainnya kepada siswa, orang

tua, dan masyarakat luas secara lebih cepat, menarik, dan mudah diakses.

Selanjutnya, pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran angket oleh peneliti kepada 101 responden. Dari hasil tersebut, diketahui bahwa sebesar 69,8% responden yang mengikuti media sosial SMP PGRI Wangon merupakan murid. Sebanyak 10,9% merupakan guru dan karyawan, 6,9% adalah orang tua atau wali murid, dan 12,9% lainnya berasal dari masyarakat umum.⁸⁶ Data ini menunjukkan bahwa mayoritas pengikut media sosial sekolah berasal dari kalangan internal, khususnya para murid, yang menjadi target utama dalam penyebaran informasi melalui media sosial.

⁸⁶ Hasil angket yang dibagikan tanggal 2-3 Juli 2025 oleh peneliti.

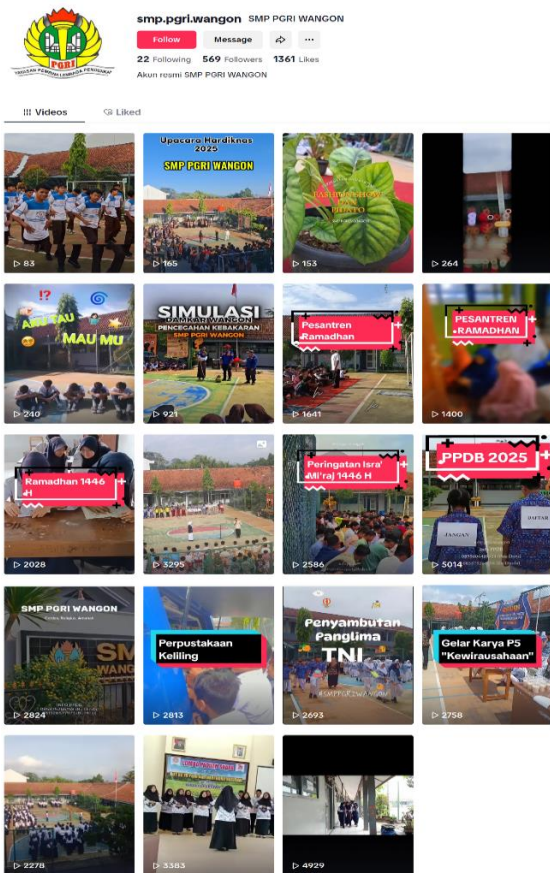


Gambar 4. 5 5 Instagram SMP PGRI Wagon

Pada gambar 4.5 menunjukkan bahwa Instagram SMP PGRI Wagon membagikan berbagai informasi seperti jadwal penilaian sumatif akhir tahun, ujian sekolah, dan kegiatan Senam Anak Indonesia Hebat. Hingga saat penelitian ini dilakukan, akun Instagram SMP PGRI Wagon (@smppgri.wagon) telah memiliki 90 postingan, 459 pengikut (followers), dan mengikuti 139 akun (following). Postingan

terakhir tercatat diunggah pada tanggal 13 Juni 2025.

Konten yang diunggah di akun Instagram sekolah umumnya bersifat informatif dan dokumentatif, mencerminkan aktivitas dan pencapaian sekolah. Selain itu, Instagram juga dimanfaatkan sebagai media promosi dan komunikasi dua arah antara sekolah dan masyarakat. Dengan desain visual yang menarik dan penggunaan bahasa yang mudah dipahami, akun Instagram SMP PGRI Wangon menjadi media yang cukup efektif dalam mendukung fungsi komunikasi dan publikasi sekolah secara digital.



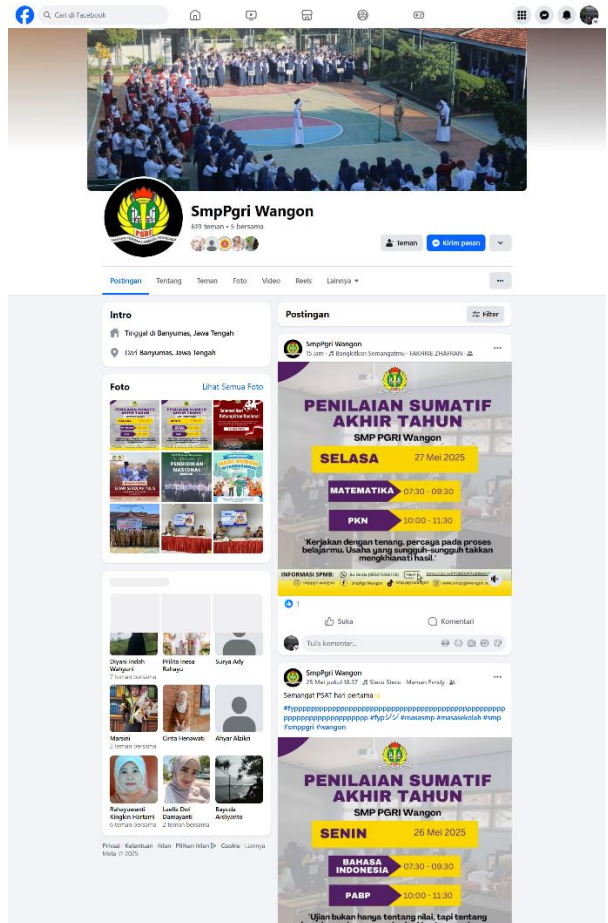
Gambar 4. 6 TikTok SMP PGRI Wangon

Pada gambar 4.6 menunjukkan bahwa TikTok SMP PGRI Wangon membagikan berbagai kegiatan yang ada di sekolah. Akun TikTok sekolah ini menjadi wadah kreatif untuk menyampaikan informasi dan membangun citra

positif sekolah melalui video pendek yang menarik dan mudah diakses oleh publik, khususnya generasi muda.

Hingga waktu penelitian ini dilakukan, akun TikTok SMP PGRI Wangon telah memiliki 23 postingan, mengikuti 22 akun (following), dan memiliki 588 pengikut (followers). Postingan terakhir tercatat diunggah pada tanggal 17 Juni 2025. Konten yang dibagikan meliputi dokumentasi kegiatan siswa, momen penting sekolah, hingga aktivitas harian yang dikemas secara ringan dan menghibur.

Pemanfaatan TikTok ini menunjukkan bahwa SMP PGRI Wangon telah mengikuti perkembangan tren media sosial untuk mendekatkan diri kepada siswa dan masyarakat luas. Platform ini tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai media komunikasi dan publikasi kegiatan sekolah yang efektif dan menjangkau audiens yang lebih luas.



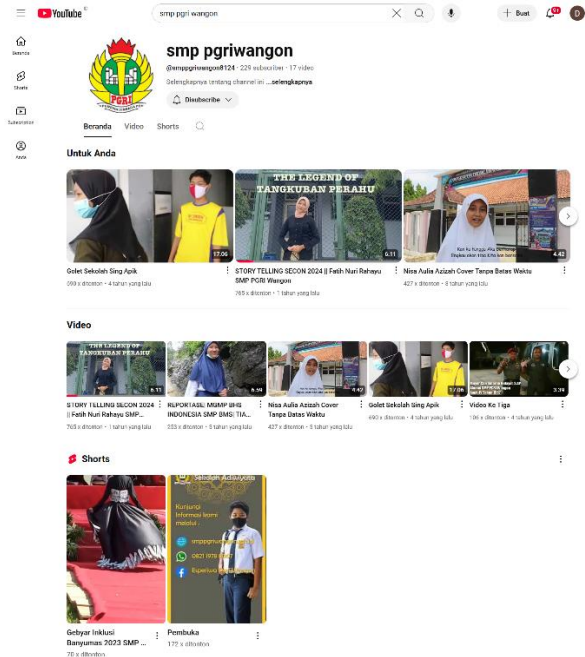
Gambar 4. 7 Facebook SMP PGRI Wangon

Pada gambar 4.6 menunjukkan bahwa Facebook SMP PGRI Wangon membagikan informasi mengenai jadwal ujian, kegiatan di sekolah, dan prestasi yang pernah diraih.

Facebook sebagai media sosial untuk menyampaikan informasi dan mendokumentasikan berbagai kegiatan sekolah. Meskipun platform ini cenderung digunakan oleh kalangan yang lebih dewasa, Facebook tetap menjadi sarana yang efektif dalam menjangkau orang tua/wali murid dan masyarakat umum.

Akun Facebook SMP PGRI Wangon tercatat memiliki 644 teman. Postingan terakhir pada akun ini diunggah pada tanggal 13 Juni 2025. Konten yang dibagikan umumnya berupa dokumentasi kegiatan sekolah, pengumuman, serta informasi penting lainnya yang berkaitan dengan dunia pendidikan dan aktivitas di lingkungan sekolah.

Penggunaan Facebook menunjukkan bahwa SMP PGRI Wangon berupaya memanfaatkan berbagai saluran media sosial untuk menjangkau beragam kelompok sasaran, baik dari kalangan internal maupun eksternal sekolah, guna memperkuat komunikasi dan transparansi informasi.



Gambar 4. 8 YouTube SMP PGRI Wangon

Pada gambar 4.8 menunjukkan YouTube SMP PGRI Wangon membagikan kegiatan siswa di sekolah. Platform ini memungkinkan sekolah menyampaikan informasi secara lebih visual, lengkap, dan mendalam.

Hingga saat penelitian ini dilakukan, akun YouTube SMP PGRI Wangon telah memiliki 234 subscribers dan memuat 17 video. Namun demikian, akun ini termasuk kurang aktif, yang terlihat dari unggahan terakhir yang dilakukan

pada tanggal 26 Februari 2024. Minimnya frekuensi unggahan menunjukkan bahwa platform ini belum dimanfaatkan secara optimal seperti media sosial lainnya.

Kondisi ini menunjukkan bahwa meskipun YouTube memiliki potensi besar sebagai media dokumentasi dan publikasi, pemanfaatannya di SMP PGRI Wangon masih terbatas. Oleh karena itu, dibutuhkan strategi pengelolaan konten yang lebih terjadwal dan konsisten agar kanal ini dapat berkontribusi lebih efektif dalam menyampaikan informasi dan membangun citra sekolah.

Berdasarkan pemaparan di atas SMP PGRI Wangon memanfaatkan berbagai platform media sosial sebagai sarana penyampaian informasi dan dokumentasi kegiatan sekolah secara cepat, menarik, dan mudah diakses. Namun, intensitas pemanfaatan setiap platform berbeda, dengan YouTube yang kurang aktif dibandingkan lainnya.

2) Melakukan interaksi aktif dengan audiens

Interaksi aktif dengan audiens mencerminkan keterlibatan langsung antara pengelola konten dan pengguna, yang bertujuan untuk membangun kedekatan, meningkatkan

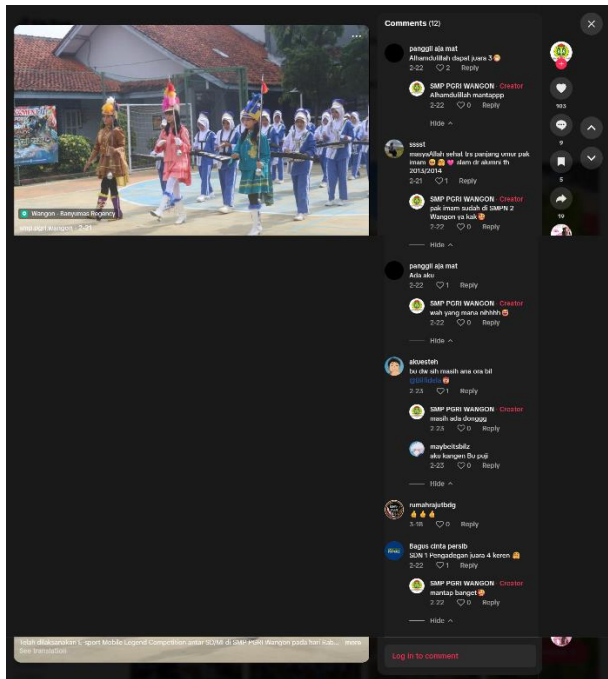
kepercayaan, serta memperluas jangkauan pesan yang disampaikan.

Dalam wawancara yang dilakukan dengan admin media sosial, menyatakan bahwa adanya interaksi dengan pengikut di media sosial:

“Interaksinya macam-macam, tapi paling sering itu likes, komentar dari siswa atau orang tua, dan kadang ada yang kirim DM tanya info tentang jadwal atau pengumuman. Saya usahakan jawab cepat kalau pertanyaannya penting.”⁸⁷

Berdasarkan wawancara tersebut, admin media sosial sebisa mungkin untuk merespon pertanyaan yang ditanyakan melalui media sosial.

⁸⁷ Hasil wawancara dengan Ibu Diani Nurul Afifah, S.Pd selaku admin media sosial SMP PGRI Wangon pada 11 Februari 2025



Gambar 4. 9 Komentar di platform TikTok SMP PGRI Wangon

Gambar 4.9 menunjukkan bahwa admin media sosial menanggapi di kolom komentar.

Diperkuat oleh kepala sekolah mengenai peran sekolah dalam menstimulasi interaksi publik di media sosial bahwa:

“Sekolah mendorong interaksi dengan cara membagikan konten yang menarik dan relevan, seperti dokumentasi kegiatan siswa, ucapan selamat, atau pengumuman penting. Kami juga mengajak siswa, guru, dan orang tua untuk menyukai, membagikan, atau mengomentari

postingan sekolah agar lebih hidup dan terasa dekat.”⁸⁸

Kemudian waka humas mengungkapkan mengenai isu-isu komentar negatif di media sosial bahwa:

“Kalau ada komentar negatif atau isu, saya ikut turun tangan. Biasanya saya koordinasi dengan kepala sekolah dan admin untuk klarifikasi atau memberi respon yang tepat, supaya tidak menimbulkan salah paham.”⁸⁹

Hasil wawancara dengan waka humas menunjukkan bahwa koordinasi dengan kepala sekolah dan admin media sosial sangat penting dalam menghadapi isu-isu negatif.

Didukung oleh penjelasan dari orang tua peserta didik yang terbantu adanya informasi yang dibagikan melalui media sosial, menyatakan bahwa:

“Iya, saya merasa sangat terbantu. Kadang informasi dari media sosial lebih cepat daripada surat atau grup WhatsApp.”⁹⁰

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa pihak sekolah berperan aktif dalam mendorong interaksi publik di media sosial

⁸⁸ Hasil wawancara dengan Bapak Bayuda Ardiyanto, S.Pd selaku Kepala SMP PGRI Wangon pada 10 Februari 2025

⁸⁹ Hasil wawancara dengan Bapak Tony Suparno, S.Pd selaku Kepala SMP PGRI Wangon pada 10 Februari 2025

⁹⁰ Hasil wawancara dengan Ibu Atin selaku orang tua siswa SMP PGRI Wangon pada 13 Februari 2025

melalui konten yang menarik dan melibatkan warga sekolah, serta menangani komentar negatif secara bijak melalui koordinasi antara kepala sekolah, waka humas, dan admin untuk menjaga citra positif sekolah.

d. Evaluasi (*controlling*) media sosial sebagai media informasi di SMP PGRI Wangon

1) Melakukan evaluasi kinerja akun

Proses ini mencakup peninjauan terhadap konsistensi unggahan, kualitas konten, jumlah pengikut, frekuensi interaksi, dan tingkat respons terhadap pertanyaan atau komentar dari audiens. Evaluasi ini penting untuk mengetahui apakah akun media sosial telah dikelola secara optimal dan sesuai dengan tujuan komunikasi informasi sekolah.

Sebagaimana dijelaskan oleh Kepala Sekolah SMP PGRI Wangon, Bapak Bayuda Ardiyanto, S.Pd, beliau menjelaskan bahwa:

“Evaluasi kami lakukan secara bulanan bersama Waka Humas dan admin. Kami lihat dari jumlah pengikut, jangkauan postingan, dan interaksi seperti komentar dan pesan masuk. Selain itu, kami juga mendengarkan masukan dari guru, siswa, dan orang tua untuk mengetahui

apakah informasi yang dibagikan sudah bermanfaat.”⁹¹

Didukung oleh penjelasan waka humas, Bapak Tony Suparno, S.Pd, mengenai keberhasilan media sosial dalam membangun komunikasi publik beliau menjelaskan bahwa:

“Kami nilai berhasil kalau informasi cepat tersebar, banyak yang merespon atau bertanya, dan orang tua merasa terbantu. Kadang juga kami dengar langsung dari guru atau wali murid, apakah mereka terbantu dengan info di media sosial”⁹²

Hal tersebut juga disampaikan oleh admin media sosial Ibu Diani Nurul Afifah, S.Pd, beliau mengatakan bahwa:

“Tanda kalau media sosial sekolah efektif itu ketika informasi cepat sampai, banyak yang lihat, like, atau share, dan ada respon positif dari siswa, guru, dan orang tua. Kadang juga kami tahu dari orang tua yang bilang mereka tahu info dari Instagram sekolah.”⁹³

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa evaluasi akun media sosial SMP PGRI Wangon dilakukan secara berkala

⁹¹ Hasil wawancara dengan Bapak Bayuda Ardiyanto, S.Pd selaku Kepala SMP PGRI Wangon pada 10 Februari 2025

⁹² Hasil wawancara dengan Bapak Tony Suparno, S.Pd selaku Kepala SMP PGRI Wangon pada 10 Februari 2025

⁹³ Hasil wawancara dengan Ibu Diani Nurul Afifah, S.Pd selaku admin media sosial SMP PGRI Wangon pada 11 Februari 2025

dengan meninjau konsistensi, kualitas, interaksi, dan masukan dari warga sekolah untuk memastikan efektivitas komunikasi informasi sekolah kepada siswa, guru, dan orang tua.

2) Menganalisis data insight

Analisis ini menggunakan data statistik yang tersedia dari platform media sosial, seperti jangkauan (reach), impresi, jumlah tayangan, keterlibatan (engagement), serta demografi pengikut. Data insight ini memberikan gambaran objektif mengenai performa konten dan perilaku audiens dalam mengonsumsi informasi yang disampaikan.

Sebagaimana disampaikan oleh admin media sosial Ibu Diani Nurul Afifah, S.Pd tentang adanya evaluasi performa konten, beliau menyatakan bahwa:

“Iya, saya biasa cek insight Instagram, kayak jumlah tayangan, jangkauan, dan interaksi. Dari situ saya lihat mana konten yang paling diminati dan kapan waktu posting yang paling efektif.”⁹⁴

Didukung oleh penjelasan waka humas Bapak Tony Suparno, S.Pd, mengenai indicator

⁹⁴ Hasil wawancara dengan Ibu Diani Nurul Afifah, S.Pd selaku admin media sosial SMP PGRI Wangon pada 11 Februari 2025

kinerja humas yang berkaitan dengan media sosial menyatakan bahwa:

“Secara formal belum ada indikator tertulis, tapi kami biasanya lihat dari konsistensi posting, jumlah interaksi, dan apakah informasi sampai ke siswa dan orang tua dengan baik.”⁹⁵

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat disimpulkan bahwa analisis performa media sosial di SMP PGRI Wangon dilakukan dengan memanfaatkan data insight yang mencakup jangkauan, tayangan, dan interaksi, guna memastikan konten yang diunggah efektif dalam menyampaikan informasi kepada audiens.

3) Melakukan survey kepuasan audiens

Survei dilakukan untuk mengetahui tingkat kepuasan audiens terhadap informasi yang disampaikan melalui media sosial sekolah. Survei ini mencakup aspek keterbacaan, kebermanfaatan, ketepatan waktu, serta preferensi audiens terhadap jenis konten yang diunggah. Hasil survei dapat dijadikan acuan untuk perbaikan strategi komunikasi ke depan.

⁹⁵ Hasil wawancara dengan Bapak Tony Suparno, S.Pd selaku Kepala SMP PGRI Wangon pada 10 Februari 2025

Namun kegiatan ini belum sepenuhnya dilakukan oleh SMP PGRI Wangon, seperti yang disampaikan oleh Bapak Bayuda Ardiyanto, S.Pd selaku kepala sekolah bahwa:

“Belum pernah. Sampai saat ini kami belum secara khusus melakukan survei atau meminta feedback langsung dari siswa maupun orang tua tentang media sosial sekolah. Kami hanya mengandalkan respon melalui komentar/ dm. Tapi ke depan, kami berencana untuk membuat survei sederhana agar bisa tahu kebutuhan dan harapan mereka.”⁹⁶

Berdasarkan uraian dia atas dapat disimpulkan bahwa survei kepuasan audiens terhadap informasi di media sosial sekolah, meskipun penting, belum sepenuhnya dilakukan oleh SMP PGRI Wangon sehingga perlu adanya rencana implementasi survei yang lebih terstruktur ke depannya.

2. Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat Manajemen Media Sosial sebagai Media Informasi di SMP PGRI Wangon

a. Faktor pendukung manajemen media sosial sebagai media informasi di SMP PGRI Wangon

⁹⁶ Hasil wawancara dengan Bapak Bayuda Ardiyanto, S.Pd selaku Kepala SMP PGRI Wangon pada 10 Februari 2025

Setiap kegiatan pastinya terdapat faktor pendukung. Berikut faktor pendukung manajemen media sosial sebagai media informasi di SMP PGRI Wangon:

- 1) Koordinasi internal yang solid antara admin, waka humas dan kepala sekolah

Keberhasilan pengelolaan media sosial di SMP PGRI Wangon tercapai berkat sinergi yang erat antara admin, Waka Humas, dan kepala sekolah. Ketiganya berkolaborasi dalam setiap tahap produksi konten, mulai dari perencanaan hingga evaluasi, agar pesan yang disampaikan melalui platform digital sekolah tepat sasaran dan sesuai dengan visi komunikasi yang ditetapkan.

- 2) Antusiasme dan partisipasi aktif warga sekolah

Antusiasme dan partisipasi aktif dari seluruh warga sekolah juga memainkan peran penting dalam pengelolaan media sosial. Guru, siswa, dan anggota OSIS secara rutin berkontribusi dalam kegiatan dokumentasi dan distribusi informasi yang akan dipublikasikan oleh admin, sehingga tidak hanya melengkapi konten tetapi juga memperkuat rasa memiliki terhadap media sosial sekolah sebagai wadah

bersama untuk menunjukkan aktivitas positif dan prestasi sekolah.

3) Dukungan orang tua/wali

Dukungan orang tua memperkuat efektivitas media sosial sekolah sebagai sarana informasi. Mereka mengakses akun resmi sekolah untuk mendapatkan update dengan lebih cepat dibandingkan saluran tradisional, yang menunjukkan tingginya kepercayaan terhadap platform digital sekolah.

4) Fasilitas yang memadai

Fasilitas yang memadai berperan penting dalam kelancaran pengelolaan media sosial sekolah. Admin memanfaatkan perangkat seperti kamera, laptop dan gawai, ditambah aplikasi desain sederhana seperti Canva, untuk menciptakan konten menarik secara visual; sementara koneksi internet yang stabil membantu produksi dan distribusi informasi berjalan lancar.

b. Faktor penghambat manajemen media sosial sebagai media informasi di SMP PGRI Wangon

Berikut faktor penghambat manajemen media sosial sebagai media informasi di SMP PGRI Wangon:

1) Keterbatasan sumber daya manusia

Saat ini, pengelolaan media sosial masih ditangani oleh satu orang admin, yang merangkap sebagai perencana, pembuat, dan pengunggah konten. Minimnya pembagian tugas ini menyebabkan beban kerja menjadi terpusat, sehingga jika admin berhalangan, kegiatan unggahan dapat terganggu.

2) Belum adanya pelatihan dan SOP tertulis

Ketiadaan pelatihan formal dan SOP tertulis menjadi hambatan dalam pengelolaan media sosial sekolah. Tanpa SOP, pengelolaan masih bergantung pada pengalaman individu sehingga rentan tidak konsisten, sedangkan minimnya pelatihan membatasi inovasi dan kemampuan teknis admin dalam membuat konten kreatif.

3) Ketidakteraturan dalam jadwal unggahan

Ketidakteraturan jadwal unggahan terjadi karena beban kerja admin yang tinggi dan belum adanya sistem rotasi tim. Hal ini berdampak pada kontinuitas informasi, sehingga mengurangi efektivitas media sosial sebagai sumber informasi utama, padahal konsistensi unggahan sangat penting untuk

membangun kepercayaan dan keterlibatan audiens.

- 4) Belum diterapkannya mekanisme formal feedback

Belum adanya mekanisme formal untuk mengumpulkan umpan balik dari siswa dan orang tua membuat evaluasi konten media sosial hanya mengandalkan insight dan tanggapan informal. Tanpa instrumen formal seperti survei atau kuesioner, sekolah kesulitan memahami persepsi dan harapan audiens, sehingga perbaikan konten menjadi kurang terarah dan inovasi terbatas. Padahal, sistem feedback yang terstruktur sangat penting agar media sosial benar-benar informatif dan partisipatif sesuai fungsi komunikasi institusi pendidikan.

C. Analisis Data

1. Manajemen media sosial sebagai media informasi di SMP PGRI Wangon

Berdasarkan hasil penelitian penulis di SMP PGRI Wangon mengenai manajemen media sosial sebagai media informasi, sekolah dalam melakukan penyebaran informasi melalui media sosial memerlukan manajemen yang baik agar lebih efektif

dan efisien. Dalam pengelolaannya, SMP PGRI Wangon menerapkan fungsi-fungsi manajemen meliputi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan evaluasi. Media sosial sebagai media informasi diuraikan sebagai berikut:

a. Perencanaan (*planning*) media sosial sebagai media informasi di SMP PGRI Wangon

Perencanaan merupakan tahapan strategis awal dalam manajemen media sosial pendidikan, yang mencakup penetapan tujuan komunikasi digital, identifikasi target audiens, serta penentuan konten dan frekuensi unggahan. Menurut Zubaidillah dan Nuruddaroini (2022), keberhasilan manajemen komunikasi digital sangat ditentukan oleh kualitas perencanaan yang matang sejak awal pelaksanaan, termasuk dalam pemanfaatan media sosial pendidikan.⁹⁷

Hasil penelitian di lapangan menunjukkan bahwa di SMP PGRI Wangon, Waka Humas bertanggung jawab atas penyusunan agenda konten media sosial. Perencanaan ini mencakup jenis informasi yang akan disampaikan, waktu unggahan, serta koordinasi dengan kepala sekolah dan admin

⁹⁷ Zubaidillah, M. H., & Nuruddaroini, M. A. S. (2022). Problematika Mahasiswa dalam Manajemen Skill Berbahasa Arab pada Perguruan Tinggi. *Jurnal Basicedu*, 6(3), 4892–4900.

media sosial. Pendekatan ini mencerminkan praktik perencanaan strategis, di mana peran pengelola adalah merumuskan pesan yang sesuai dengan visi sekolah serta menjawab kebutuhan komunikasi masyarakat.

Menurut George R. Terry “Perencanaan adalah pemilihan fakta dan penghubungan fakta - fakta serta pembuatan dan penggunaan perkiraan - perkiraan atau asumsi – asumsi untuk masa yang akan datang dengan jalan menggambarkan dan merumuskan kegiatan – kegiatan yang diperlukan untuk mencapai hasil yang diinginkan”.⁹⁸

Hasil penelitian di lapangan menyatakan bahwa media sosial sebagai sarana informasi di SMP PGRI Wangon sudah terlaksana. Karena masyarakat modern kini banyak menggunakan perangkat teknologi, memperoleh informasi menjadi lebih mudah dan fleksibel melalui media sosial. Media ini memudahkan komunikasi, pencarian data, serta memungkinkan terjalinnya interaksi dua arah yang dapat meningkatkan keakraban secara emosional. Selain itu, humas dan admin media sosial juga menyusun rencana dengan mengidentifikasi kebutuhan masyarakat terlebih dahulu, kemudian menyusun

⁹⁸ Syahputra, R. D., & Aslami, N. (2023). Prinsip-Prinsip Utama Manajemen George R. Terry. *Manajemen Kreatif Jurnal*, 1(3), 51-61.

konten yang dikemas secara menarik agar mudah dipahami. Kegiatan ini dilakukan sebelum pelaksanaan acara, baik mingguan maupun promosi jangka menengah. Rencana tersebut melibatkan penyusunan kalender konten, pemetaan audiens (siswa, orang tua, masyarakat), serta penentuan format dan platform penyebarannya yang dilakukan di lingkungan internal sekolah. Setelah itu, mereka merancang strategi penyebaran informasi agar masyarakat dapat dengan mudah memahami informasi yang dibagikan oleh SMP PGRI Wangon.

Tabel 4. 3 Rekomendasi Perencanaan

Indikator	Hasil	Rekomendasi
Perencanaan	Perencanaan sudah mencakup agenda konten, jenis informasi, waktu unggahan, serta koordinasi dengan kepala sekolah dan admin media sosial	Meningkatkan keterlibatan siswa dan masyarakat melalui pembuatan konten interaktif, seperti kuis atau lomba daring, agar lebih partisipatif.

b. Pengorganisasian (*organizing*) media sosial sebagai media informasi di SMP PGRI Wangon

Fungsi pengorganisasian berperan dalam menyusun tim kerja, menetapkan peran masing-masing anggota, dan menciptakan alur koordinasi yang efisien dalam pengelolaan konten media sosial. Dalam penelitiannya, Ruliana (2019) menegaskan bahwa struktur organisasi media digital yang efektif harus memperhatikan keseimbangan antara fungsi komunikasi dan kemampuan teknis operasional untuk mempertahankan audiens di era digital.⁹⁹

Menurut George R. Terry “Pengorganisasian ialah penentuan, pengelompokkan, dan penyusunan macam - macam kegiatan yang diperlukan untuk mencapai tujuan, penempatan orang - orang (pegawai), terhadap kegiatan - kegiatan ini, penyediaan faktor - faktor fisik yang cocok bagi keperluan kerja dan penunjukkan hubungan wewenang, yang dilimpahkan terhadap setiap orang dalam hubungannya dengan pelaksanaan setiap kegiatan yang diharapkan.”¹⁰⁰

Hasil penelitian di lapangan menyatakan bahwa di SMP PGRI Wangon, pengorganisasian media sosial dilakukan secara nonstruktural, yaitu melalui

⁹⁹ Hendrarto, D., & Ruliana, P. (2019). Strategi Public Relations Radio Delta FM Dalam Mempertahankan Pendengar Melalui Media Sosial. *Jurnal Inter Komunika*, 4(2), 167–181.

¹⁰⁰ Syahputra, R. D., & Aslami, N. (2023). Prinsip-Prinsip Utama Manajemen George R. Terry. *Manajemen Kreatif Jurnal*, 1(3), 51-61.

pembentukan tim kecil yang terdiri dari Waka Humas, guru dokumentasi, dan admin media sosial. Namun, belum terdapat struktur organisasi formal atau pembagian tugas yang terdokumentasi. Proses ini menjawab apa yang dibutuhkan dalam struktur kerja yang efektif dan mengapa pembagian tugas sangat penting agar tidak terjadi penumpukan tanggung jawab pada satu orang. Dalam hal ini, meskipun belum terdapat struktur formal atau SOP tertulis, sekolah sudah menjalankan pembagian tugas secara fungsional dan informal. Siapa saja yang terlibat sudah memiliki peran yang cukup jelas meskipun belum terdokumentasi secara resmi. Kapan pengorganisasian dilakukan bersifat dinamis dan berbasis kebutuhan acara, di mana pelaksanaannya melibatkan ruang kerja sekolah dan koordinasi daring. Bagaimana tim bekerja adalah dengan komunikasi langsung, baik melalui diskusi mingguan maupun komunikasi spontan saat ada kegiatan yang perlu dipublikasikan.

Tabel 4. 4 Rekomendasi Pengorganisasian

Indikator	Hasil	Rekomendasi
Pengorganisasian	Pengorganisasian media sosial di SMP PGRI Wangon	Membentuk struktur organisasi formal yang mencakup

	masih dilakukan secara nonstruktural melalui tim kecil tanpa struktur formal atau pembagian tugas yang jelas	pembagian tugas yang terdokumentasi, wewenang yang jelas, serta alur koordinasi yang tertata agar manajemen media sosial lebih efektif dan profesional.
--	---	--

c. Pelaksanaan (*actuating*) media sosial sebagai media informasi di SMP PGRI Wangon

Menurut George R. Terry “Penggerakan adalah membangkitkan dan mendorong semua anggota kelompok agar supaya berkehendak dan berusaha dengan keras untuk mencapai tujuan dengan ikhlas serta serasi dengan perencanaan dan usaha - usaha pengorganisasian dari pihak pimpinan”.¹⁰¹

Di SMP PGRI Wangon, fungsi pelaksanaan telah berjalan melalui kegiatan seperti pengunggahan dokumentasi kegiatan siswa di Instagram, TikTok, dan Facebook. Akan tetapi, pelibatan siswa dalam proses

¹⁰¹ Syahputra, R. D., & Aslami, N. (2023). Prinsip-Prinsip Utama Manajemen George R. Terry. *Manajemen Kreatif Jurnal*, 1(3), 51-61.

produksi konten masih sangat terbatas. Koontz & O'Donnell menjelaskan bahwa pelaksanaan mencakup motivasi, kepemimpinan, dan penggerakan sumber daya manusia untuk menjalankan kegiatan sesuai perencanaan. Dalam aspek motivasi, pihak sekolah mendorong tim pengelola media sosial baik guru maupun siswa untuk aktif dan kreatif melalui pemberian apresiasi atau pelatihan. Kepemimpinan ditunjukkan oleh kepala sekolah atau koordinator Humas yang memberikan arahan strategis dan menjaga konsistensi pesan sekolah di media sosial. Sementara itu, penggerakan SDM dilakukan dengan membagi peran secara jelas, seperti pembuatan konten, pengambilan gambar, hingga pengelolaan interaksi publik, serta menyediakan fasilitas pendukung yang memadai. Ketiga aspek ini saling mendukung untuk mewujudkan pengelolaan media sosial sekolah yang efektif, informatif, dan mencerminkan identitas serta visi-misi sekolah.

Pelaksanaan ini penting karena media sosial menjadi sarana efektif dalam menyebarkan informasi secara cepat, menarik, dan mudah diakses. Pelaksana utama dalam kegiatan ini adalah admin media sosial, yang kapan pun terdapat kegiatan sekolah, segera mengunggah dokumentasi melalui platform seperti

Instagram, TikTok, Facebook, bahkan YouTube serta interaksi langsung dengan pengikut. Kegiatan ini dilakukan bisa fleksibel, mulai dari ruang guru, rumah admin, atau lokasi kegiatan berlangsung Admin menggunakan perangkat sederhana dan aplikasi seperti Canva, yang menunjukkan efisiensi kerja serta adaptasi terhadap kondisi teknis yang tersedia. Kepala sekolah dan Waka Humas juga melakukan supervisi secara berkala terhadap aktivitas digital tersebut.

Tabel 4. 5 Rekomendasi Pelaksanaan

Indikator	Hasil	Rekomendasi
Pelaksanaan	Pelaksanaan manajemen media sosial di SMP PGRI Wangon sudah berjalan melalui pengunggahan dokumentasi kegiatan siswa. Namun, pelibatan siswa dalam produksi konten masih sangat terbatas.	Tingkatkan partisipasi siswa dalam produksi konten dengan membuat program kerja khusus (misalnya lomba pembuatan konten kreatif atau tim media siswa) untuk memperkuat literasi digital dan

		keterampilan abad 21.
--	--	--------------------------

d. Evaluasi (*controlling*) media sosial sebagai media informasi di SMP PGRI Wangon

Menurut George R. Terry “Pengawasan dapat dirumuskan sebagai proses penentuan apa yang harus dicapai yaitu standard, apa yang sedang dilakukan yaitu pelaksanaan, menilai pelaksanaan, dan bila mana perlu melakukan perbaikan - perbaikan, sehingga pelaksanaan sesuai dengan rencana, yaitu selaras dengan standard (ukuran)”¹⁰²

Di SMP PGRI Wangon, pengawasan terhadap performa media sosial belum dilakukan secara sistematis. Belum tersedia analisis data insight, survei kepuasan, atau indikator kinerja konten. Evaluasi dilakukan secara internal oleh kepala sekolah, Waka Humas, dan admin untuk menilai apa saja yang sudah berhasil dicapai, seperti jumlah interaksi, komentar, serta tingkat keterjangkauan unggahan. Evaluasi dilakukan karena perlu adanya perbaikan dan penyesuaian strategi komunikasi agar informasi dapat diterima secara maksimal. Siapa saja yang terlibat

¹⁰² Syahputra, R. D., & Aslami, N. (2023). Prinsip-Prinsip Utama Manajemen George R. Terry. *Manajemen Kreatif Jurnal*, 1(3), 51-61.

dalam evaluasi masih terbatas pada pihak internal, karena belum ada survei atau feedback formal dari siswa dan orang tua. Evaluasi ini dilakukan kapan saja secara berkala, umumnya setiap bulan, dan dilakukan di dalam sekolah melalui diskusi informal. Proses evaluasi dilakukan adalah dengan mengecek fitur insight dari media sosial, mendengarkan masukan informal dari warga sekolah, serta merencanakan ke depan untuk menerapkan survei kepuasan secara sistematis agar pengawasan lebih objektif dan menyeluruh.

Tabel 4. 6 Rekomendasi Evaluasi

Indikator	Hasil	Rekomendasi
Evaluasi	Pengawasan media sosial di SMP PGRI Wangon belum dilakukan secara sistematis; tidak ada analisis data insight, survei kepuasan, atau indikator kinerja konten.	Membuat sistem evaluasi rutin dengan analisis data insight (engagement rate, reach, impressions) serta survei kepuasan publik untuk meningkatkan kontrol kualitas dan kredibilitas akun media sosial.

2. aktor pendukung dan penghambat manajemen media sosial sebagai media informasi di SMP PGRI Wangon

a. Faktor pendukung manajemen media sosial sebagai media informasi di SMP PGRI Wangon

Faktor yang mendukung berjalannya manajemen media sosial sebagai media informasi di SMP PGRI Wangon yaitu koordinasi internal yang solid antara admin, waka humas, dan kepala sekolah, antusiasme dan partisipasi aktif warga sekolah, dukungan orang tua/wali, dan fasilitas yang memadai.

Faktor-faktor di atas sangat membantu berjalannya manajemen media sosial sebagai media informasi di SMP PGRI Wangon.

Tabel 4. 7 Rekomendasi Faktor Pendukung

Indikator	Hasil	Rekomendasi
Koordinasi internal yang solid antara admin, waka humas, dan kepala sekolah	Koordinasi antara ketiga pihak sudah berjalan baik dan mendukung keberhasilan produksi konten sesuai visi komunikasi sekolah.	Pertahankan dan tingkatkan koordinasi dengan rapat rutin, sistem komunikasi yang jelas (misalnya grup WA khusus), serta SOP yang terdokumentasi.

Antusiasme dan partisipasi aktif warga sekolah	Guru, siswa, dan anggota OSIS aktif mendokumentasikan dan mendistribusikan informasi, sehingga memperkuat rasa memiliki terhadap media sosial sekolah.	Berikan penghargaan atau apresiasi untuk kontribusi mereka, seperti sertifikat, lomba konten, atau publikasi karya siswa di akun sekolah.
Dukungan orang tua/wali	Orang tua/wali mendukung media sosial sekolah sebagai sumber informasi utama, menunjukkan kepercayaan terhadap platform digital sekolah.	Tingkatkan interaksi melalui sesi tanya jawab daring, forum orang tua, atau newsletter digital agar hubungan sekolah dan orang tua lebih erat.
Fasilitas yang memadai	Admin telah memanfaatkan kamera, laptop, gawai, dan aplikasi desain untuk menciptakan konten yang menarik dengan	Lengkapi fasilitas dengan pelatihan teknis bagi admin (editing, copywriting) dan upgrade alat secara berkala agar kualitas konten tetap optimal.

	koneksi internet yang stabil.	
--	-------------------------------	--

b. Faktor penghambat manajemen media sosial sebagai media informasi di SMP PGRI Wangon

Faktor yang menjadi penghambat dalam proses manajemen media sosial sebagai media informasi di SMP PGRI Wangon yaitu keterbatasan sumber daya manusia, belum adanya pelatihan dan SOP tertulis, ketidakteraturan dalam jadwal unggahan, dan belum diterapkannya mekanisme formal feedback.

Faktor-faktor tersebut bisa menghambat jalannya proses manajemen media sosial sebagai media informasi di SMP PGRI Wangon.

Tabel 4. 8 Rekomendasi Faktor Penghambat

Indikator	Hasil	Rekomendasi
Keterbatasan sumber daya manusia	Pengelolaan media sosial hanya ditangani oleh satu orang admin yang merangkap semua peran (perencana, pembuat, dan pengunggah	Membentuk tim media sosial yang terdiri dari beberapa anggota (misalnya guru dan siswa) dengan pembagian tugas yang jelas agar

	konten). Beban kerja menumpuk, sehingga jika admin berhalangan, kegiatan unggahan terganggu.	lebih ringan dan berkelanjutan.
Belum adanya pelatihan dan SOP tertulis	Pengelolaan masih bergantung pada pengalaman individu. Minim pelatihan menghambat kemampuan teknis admin dalam membuat konten kreatif dan inovatif.	Menyusun SOP tertulis yang jelas dan memberikan pelatihan berkala bagi admin agar kualitas pengelolaan media sosial lebih profesional dan inovatif.
Ketidakteraturan dalam jadwal unggahan	Jadwal unggahan tidak konsisten karena tingginya beban kerja admin dan belum adanya sistem rotasi tim. Akibatnya, kontinuitas informasi terganggu	Membuat kalender konten (content calendar) dan menerapkan sistem rotasi unggahan agar konsistensi terjaga dan keterlibatan audiens meningkat.

	dan mengurangi keterlibatan audiens.	
Belum diterapkannya mekanisme formal feedback	Evaluasi konten media sosial hanya mengandalkan insight dan tanggapan informal. Tanpa sistem feedback formal, sekolah kesulitan memahami harapan audiens dan melakukan perbaikan konten secara terarah.	Membuat instrumen evaluasi seperti survei kepuasan, kuesioner online, atau sesi tanya jawab untuk mengumpulkan feedback secara sistematis.

D. Keterbatasan Penelitian

Dalam pelaksanaan penelitian ini, penulis menyadari adanya berbagai kelemahan dan keterbatasan. Meskipun demikian, penulis berharap penelitian ini tetap bermanfaat serta dapat dijadikan rujukan bagi penelitian-penelitian selanjutnya. Berikut ini adalah beberapa keterbatasan yang dihadapi:

1. Keterbatasan Waktu

Penelitian ini dilaksanakan dalam jangka waktu yang singkat dengan tujuan utama memenuhi persyaratan penyelesaian skripsi, namun walaupun waktunya terbatas, penelitian ini tetap berhasil diselesaikan sesuai prosedur penelitian yang berlaku.

2. Keterbatasan Tempat

Penelitian ini terbatas hanya pada satu sekolah, yaitu SMP PGRI Wangon, sehingga hasil penelitian ini mungkin berbeda jika diterapkan di sekolah lain yang memiliki karakteristik yang berbeda.

3. Keterbatasan Pengetahuan

Penulis menyadari bahwa keterbatasan pengetahuan yang dimiliki memengaruhi pelaksanaan penelitian ini, namun dengan arahan dan bimbingan dari dosen pembimbing, penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan di SMP PGRI Wangon dengan judul “Manajemen Media Sosial sebagai Media Informasi di SMP PGRI Wangon”, maka dapat diambil Kesimpulan sebagai berikut:

1. Manajemen media sosial sebagai media informasi di SMP PGRI Wangon telah dilaksanakan melalui penerapan fungsi-fungsi manajemen modern, yaitu perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), pelaksanaan (*actuating*), dan pengawasan (*controlling*). Perencanaan dengan penetapan tujuan komunikasi dan penyusunan konten sesuai agenda, pengorganisasian dengan pembentukan tim meski tanpa struktur formal, pelaksanaan yang melibatkan admin secara aktif di Instagram, TikTok, dan Facebook, serta pengawasan melalui pemantauan insight tanpa sistem umpan balik formal. Secara keseluruhan, penerapan POAC telah memperkuat peran media sosial sebagai sarana informasi, dokumentasi, dan komunikasi publik yang efektif dan adaptif.
2. Keberhasilan manajemen media sosial di SMP PGRI Wangon didukung oleh koordinasi yang solid antar pihak sekolah, partisipasi aktif warga sekolah, dukungan orang tua, dan fasilitas teknologi yang memadai. Namun, masih

terdapat hambatan seperti keterbatasan SDM, belum adanya pelatihan teknis dan SOP tertulis, jadwal unggahan yang tidak teratur, serta ketiadaan evaluasi formal. Untuk meningkatkan efektivitas, diperlukan penguatan tim, penyusunan SOP, dan optimalisasi feedback sebagai dasar perbaikan strategi komunikasi digital secara berkelanjutan.

B. Saran

1. Bagi Kepala Sekolah

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi pedoman untuk memahami pentingnya penggunaan platform media sosial sebagai media informasi sekolah. Kepala Sekolah disarankan untuk menetapkan kebijakan tertulis dan struktur tim resmi dalam pengelolaan media sosial agar pelaksanaannya lebih terarah dan profesional. Selain itu, perlu disediakan dukungan fasilitas dan supervisi rutin guna menjamin efektivitas komunikasi digital sekolah.

2. Bagi Waka Humas

Waka Humas diharapkan menyusun SOP pengelolaan media sosial serta meningkatkan koordinasi rutin dengan admin untuk memastikan keterpaduan pesan yang disampaikan. Selain itu, perlu melibatkan siswa dalam produksi konten sebagai bentuk literasi digital partisipatif.

3. Bagi Admin Media Sosial

Admin media sosial disarankan untuk menyusun kalender konten dan memanfaatkan fitur insight secara

berkala untuk mengevaluasi efektivitas unggahan. Admin juga perlu mengikuti pelatihan teknis guna meningkatkan kompetensi desain dan komunikasi digital.

C. Penutup

Segala puji bagi Allah SWT atas segala nikmat dan karunia-Nya. Dengan penuh rasa syukur, penulis mengucapkan terima kasih kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat, ridho, serta petunjuk-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki beberapa kekurangan yang perlu disempurnakan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran dari berbagai pihak demi perbaikan di masa mendatang. Semoga karya ini dapat memberikan manfaat bagi banyak orang. Aamiin ya Rabbal Alamin.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, Julis Suriani, Harits Puja Alif, Indra Sakti, Indah Nuggrahani Siregar, & Silvia Aprianis. (2024). Kajian Literatur Hubungan Management Public Relation dengan Media Sosial. *Jurnal Pendidikan Sosial Dan Humaniora*, 4(1), 480–492.
- Anif, Sofyan. (2012). Implementasi Fungsi Manajemen Pendidikan Terhadap Profesionalitas Guru. *Jurnal Pendidikan*. Universitas Muhammadiyah Surakarta. Vol. 24. No. 1.
- Anjani, R., & Kusumawati, D. (2023). Pengorganisasian Tim Digital dalam Lembaga Pendidikan. *Jurnal Media Informasi Sekolah*, Vol.6. No. 2.
- Apriansyah, R. (2024). Literatur Riview Pemanfaatan Media Sosialis Pendukung Penyebaran Informasi di Masyarakat. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(4), 8429–8444.
- Ardiyanti, A., M. T. Rhamadani, & R. A. Putri. (2025). Pengaruh Media Sosial terhadap Fokus Belajar Mahasiswa Universitas Negeri Medan. *Benefit Journal*. Vol. 10, No. 1.
- Arikunto, Suharsimi. (2003). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arum Purbohastuti Wahyuni. (2017). Efektivitas Media Sosial sebagai Media Promosi. *Ekonomika*. Vol. 12. No. 2.
- Azizah, N., E. Randa, & N. R. Syafar. (2025). Pengaruh Gerakan Media Sosial terhadap Minat Beli Generasi Z. *Teewan Journal*. Vol. 5. No. 2.
- Bangun, Wilson. (2008). *Intisari Manajemen*. Bandung: Refika Aditama.
- Budiwibowo, Satrijo & Sudarmiani. (2018). *Manajemen Pendidikan*. Yogyakarta: ANDI.
- Cangara, Hafied. (2021). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Effendy, Onong Uchjana. (2021). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

- Emzir. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Kualitatif dan Kuantitatif*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Erlin, E., Andriani, L., & Andriani, D. (2024). Peran Manajemen Humas dalam Membangun Citra di Lembaga Pendidikan. *Journal of Governance and Public Administration*, 5(2). 1-9
- Farabi, M. N., Anwar, R. K., & Amar, S. C. D. (2024). Penerapan Teknologi Informasi di Perpustakaan melalui Database Google Scholar: Narrative Literature Review. *VISI Pustaka: Jurnal Perpustakaan dan Jaringan Informasi*, 26(1). 123-134.
- Fitrianingsih, A., & S. Bachri. (2025). Content Marketing dan Electronic Word of Mouth (e-WoM) terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Manajemen Akuntansi E-BISMA*. Vol. 12. No. 1.
- Hapsari, S. A. (2025). Instagram PPID sebagai Media Layanan Informasi Publik. *Jurnal Ilmu Komunikasi STIK-P*. Vol. 10. No. 2.
- Hasibuan, Malayu S.P.(2016). *Manajemen Dasar, Pengertian, dan Masalah*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Hendrarto, D., & Ruliana, P. (2019). Strategi Public Relations Radio Delta FM Dalam Mempertahankan Pendengar Melalui Media Sosial. *Jurnal Inter Komunika*. Vol. 4. No. 2.
- <https://quran.nu.or.id/al-isra/53> diakses pada tanggal 10 Februari 2025.
- Jahari,Jaja. (2013). *Manajemen Madrasah*. Bandung: Alfabeta.
- Khamidi, A., Amalia, K., & Nursalim, M. (2025). Social Media Branding Strategies that Strengthen School Image Among Stakeholders. *Academia Open*, 7(1). 1-14.
- Kiantini, R. (2021). Kajian Literatur: Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Layanan Perpustakaan di Masa Pandemi. *STRATEGY: Jurnal Inovasi Strategi dan Model Pembelajaran*, 2(2). 71-79.
- Laulita, N. B., and H. Wiliyan. (2025). Pengaruh Media Sosial dan Celebrity Endorser terhadap Minat Belanja Produk Skincare

- Lokal. *JUREQ: Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*. Vol. 9. No. 2.
- Lestari, Agustina & Dinda Putri. (2022). Efektivitas Instagram sebagai Media Promosi Sekolah Menengah. *Jurnal Pendidikan dan Teknologi Informasi*. Vol 5. No. 1.
- M Nur Rohim, "Marketing Strategy of Educational Service", *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*. (Vol. 387, 2017), hlm. 264.
- Manulang, M. (2015). *Dasar-Dasar Manajemen*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Maolani, Rukaesih A. & Ucu Cahyan. (2015). *Metodologi Penelitian*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Moleong, Lexy J. (2005). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2016), hlm. 6.
- Muchtarom, H. Zaini. (1996). *Dasar-Dasar Manajemen Dakwah*. Yogyakarta: Al-Amin dan IKFA.
- Mukhibat. (2012). *Manajemen Berbasis Sekolah (MBS)*. Ponorogo: STAIN Ponorogo Pres.
- Mulawarman Mulawarman dan Aldila Dyas Nurfitri. (2017). Perilaku Pengguna Media Sosial beserta Implikasinya Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan. *Buletin Psikologi*. Vol 25, No. 1.
- Mulyono. (2009). *Manajemen Administrasi & Organisasi Pendidikan*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Nafisaturohmah, N., Wahid, A., & Sholihah, B. (2021). Strategi Humas melalui Media Online dalam Membangun Citra MI Miftahul Akhlaqiyah Semarang. *Jawda: Journal of Islamic Education Management*, 2(2). 116-132.
- Narbuko, Cholid & Abu Achmad. (2007). *Metodelogi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara. cet 8.

- Nasrullah, Rulli. (2022). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*. Jakarta: Kencana.
- Rafiq, A. (2020). Dampak media sosial terhadap perubahan sosial suatu masyarakat. *Global Komunika: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*. Vol. 3. No. 1.
- Ramadina, Putri Syiami, Taufik, & Akil. (2021). Strategi Marketing Pendidikan Melalui Media Sosial di Sekolah. *PeTeKa: Jurnal Penelitian Tindakan Kelas Dan Pengembangan Belajar*. Vol 4. No. 1.
- Ramadina, Putri Syiami. Strategi Marketing Pendidikan melalui Media Sosial. *PeTeKa*. Vol. 4. No. 3.
- Rambe, E., & Sahri, A. A. (2024). Analisis Penggunaan Media Sosial pada Pemberian Layanan Informasi. *Rumbio: Jurnal Pendidikan dan Sosial Humaniora*, 2(1).
- Ridwan, M. G., and I. Fellang. (2025). Peran Media Sosial terhadap Perubahan Karakter Siswa SMPIT Al Ihsan. *NineStars Education: Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran*. Vol. 7. No. 1.
- Ridwan, M., & Fellang, Y. (2025). *Digital Literacy in Education through Social Media*. Jurnal Pendidikan Islam Digital. Vol. 3 No. 2.
- Rizqie, A. A., and G. Astrid. (2025). Optimalisasi Komunikasi Eksternal PT. KAI Melalui Media Sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi STIK-P*. Vol. 11. No. 2.
- Rusdi, M., & Musyowir, M. (2020). Penerapan Sistem Informasi Manajemen Pendidikan dalam Proses Pembelajaran. *Jurnal Basicedu*. Vol. 4. No. 4.
- Salsabila, A., & R. T. H. Pranata. (2025). Instagram sebagai Sarana Promosi Wisata Kota Bogor.” *Jurnal Ilmiah Manajemen Informatika dan Komputer (JIMIK)*. Vol. 5. No. 1.
- Saputra, E. B. N. (2024). Manajemen Media Sosial Lembaga Pendidikan Islam: Studi pada SMP IT Taqiyya Rosyida

- Kartasura. *Indonesian Journal of Islamic Educational Review*. Vol. 1, No.1, Hal.22-37.
- Setiawan, D., & Hidayati, D. (2023). Efektivitas Media Sosial sebagai Sistem Informasi Manajemen Sekolah. *Academy of Education Journal*, Vol. 14, No. 2, Hal. 484-493.
- Siswanto. (1987). *Manajemen Tenaga Kerja*. Bandung: PT Sinar Baru.
- Somad, Rismi & Doni Juni Priansa. (2014). *Manajemen Komunikasi Mengembangkan Bisnis Berorientasi Pelanggan*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, *Manajemen Pendidikan Berbasis Teknologi Informasi* (Bandung: Alfabeta, 2021), hlm. 89.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi (Mixed Methods)*. (Bandung: Alfabeta. cet 8.
- Sukanto Reksodiprojo, *Dasar-Dasar Manajemen*, (Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta, 2010), hlm. 31.
- Syahputra, R. D., & Aslami, N. (2023). Prinsip-Prinsip Utama Manajemen George R. Terry. *Manajemen Kreatif Jurnal*. Vol. 1. No. 3.
- Syahputri, A. Z., Della Fallenia, F., & Syafitri, R. (2023). Kerangka berfikir penelitian kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran*. Vol. 2. No. 1.
- Usman Effendi, *Asas Manajemen*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014), hlm. 3.
- Wibowo, Agus. (2013). *Manajemen Pendidikan Karakter di Sekolah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Wijaya, R. B., Jamaludin, M., & Arifin, Z. (2025). Dampak Sosial Media sebagai Sarana Teknologi Informasi di Lembaga Pendidikan. *Advances in Education Journal*, 6(1). Hal. 603-614.
- Wulandari, T., & Zulkifli, M. (2020). Pelaksanaan Strategi Media Sosial dalam Manajemen Sekolah. *Jurnal Pendidikan Digital*. Vol. 8. No. 3.

- Zakiyudin, A. (2020). Evaluasi Kinerja Guru dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan di Yayasan Sekolah Wirausaha Indonesia. *Jurnal Khatulistiwa Informatik*. Vol. 9. No. 1.
- Zubaidillah, M. H., & Nuruddaroini, M. A. S. (2022). Problematika Mahasiswa dalam Manajemen Skill Berbahasa Arab pada Perguruan Tinggi. *Jurnal Basicedu*. Vol. 6. No. 3.

LAMPIRAN

Lampiran 1: Pedoman Wawancara, Observasi dan Dokumentasi

A. Pedoman Wawancara

1. Panduan Wawancara: Admin Media Sosial Sekolah

a. Planning

- 1) Bagaimana proses awal perencanaan konten media sosial dilakukan? (target)

Jawab: Biasanya kami mulai dari lihat agenda kegiatan sekolah, lalu saya buat rencana konten berdasarkan itu. Misalnya kalau ada lomba, upacara, atau pengumuman penting, langsung saya catat untuk dijadikan konten. Targetnya untuk semua warga sekolah baik itu siswa, guru, orang tua dan warga di luar sekolah supaya mereka mengetahui informasi-informasinya.

- 2) Siapa yang terlibat dalam merancang jadwal atau tema konten mingguan/bulanan?

Jawab: Yang terlibat biasanya saya sendiri, lalu koordinasi sama Waka Humas dan guru pembina kegiatan. Kadang juga ada masukan dari kepala sekolah kalau ada info penting yang perlu diprioritaskan.

- 3) Apakah ada tujuan komunikasi khusus dari setiap unggahan (akademik, promosi, informasi publik)?

Jawab: Iya, setiap unggahan ada tujuannya. Ada yang untuk informasikan kegiatan sekolah, ada juga yang untuk promosi sekolah ke masyarakat, dan kadang juga untuk mengajak siswa atau orang tua ikut berpartisipasi, misalnya lewat komentar atau share.

b. Organizing

- 4) Bagaimana pembagian tugas dalam tim pengelola media sosial? Apakah ada struktur atau jobdesk tertentu? (struktur tanggungjawab)

Jawab: Untuk sekarang, timnya masih kecil. Saya yang pegang akun dan buat kontennya, jadi tugas utama di saya. Tapi kalau ada kegiatan besar, biasanya saya minta dokumentasi ke guru atau OSIS, lalu saya olah jadi postingan. Struktur formalnya belum ada, tapi saya tetap lapor ke Waka Humas.

- 5) Apakah Anda bekerja sama dengan guru, Waka Humas, atau pihak lain untuk membuat konten? (sumber daya pendukung)

Jawab: Iya, saya sering kerja sama dengan guru pembina, Waka Humas, dan kadang kepala sekolah juga. Mereka kasih info, foto, atau arahan konten. Jadi saya nggak kerja sendirian, tetap ada komunikasi dan koordinasi.

c. Actuating

- 6) Bagaimana pelaksanaan teknis pembuatan dan pengunggahan konten dilakukan setiap hari/minggu?

Jawab: Biasanya saya buat konten pakai HP atau laptop, terus edit pakai aplikasi desain yang sederhana seperti canva. Setelah itu saya unggah ke Instagram, Facebook, tiktok sekolah, tergantung kegiatan yang ada.

- 7) Apa bentuk interaksi yang sering terjadi antara admin dan pengikut (komentar, DM, likes)?

Jawab: Interaksinya macam-macam, tapi paling sering itu likes, komentar dari siswa atau orang tua, dan kadang ada yang kirim DM tanya info tentang jadwal atau pengumuman. Saya usahakan jawab cepat kalau pertanyaannya penting.

- 8) Pernahkah Anda melakukan inovasi atau kampanye khusus melalui media sosial?

Jawab: Pernah, waktu PPDB kami buat kampanye kecil promosi sekolah, pakai video dan testimoni alumni. Hasilnya cukup bagus, banyak yang tanya dan tertarik daftar lewat DM.

d. Controlling

- 9) Apakah ada evaluasi terhadap performa konten (misalnya melihat insight Instagram)?

Jawab: Iya, saya biasa cek insight Instagram, kayak jumlah tayangan, jangkauan, dan interaksi. Dari situ saya lihat mana konten yang paling diminati dan kapan waktu posting yang paling efektif.

- 10) Bagaimana Anda menanggapi kritik, saran, atau komentar dari publik?

Jawab: Kalau ada kritik atau saran, saya tanggapi dengan santai dan terbuka. Saya laporkan ke Waka Humas dulu, terus kami diskusikan bareng. Kalau memang perlu, kami langsung perbaiki atau klarifikasi di media sosial.

- 11) Apa indikator bahwa media sosial sekolah sudah berjalan efektif?

Jawab: Tanda kalau media sosial sekolah efektif itu ketika informasi cepat sampai, banyak yang lihat, like, atau share, dan ada respon positif dari siswa, guru, dan orang tua. Kadang juga kami tahu dari orang tua yang bilang mereka tahu info dari Instagram sekolah.

2. Panduan Wawancara: Kepala Sekolah

a. Planning

- 1) Apakah sekolah memiliki visi khusus terkait penggunaan media sosial sebagai saluran informasi resmi? T

Jawab: Ya, sekolah kami memiliki visi khusus terkait penggunaan media sosial sebagai saluran informasi resmi. Kami melihat media sosial bukan hanya sebagai alat promosi, tetapi sebagai jembatan komunikasi yang cepat, transparan, dan efisien antara sekolah, siswa, orang tua, dan masyarakat. Melalui media sosial, kami ingin memastikan bahwa seluruh warga sekolah selalu mendapatkan informasi yang akurat, relevan, dan tepat waktu, baik itu tentang kegiatan akademik, kesiswaan, pengumuman penting, maupun nilai-nilai karakter yang ingin kami tanamkan.

- 2) Siapa yang dilibatkan dalam menyusun kebijakan atau rencana komunikasi digital?

Jawab: Kami melibatkan Waka Humas, admin media sosial, dan beberapa guru dalam menyusun rencana komunikasi digital. Mereka bekerja sama membuat jadwal dan jenis informasi yang akan dibagikan. Tujuannya agar semua informasi yang disampaikan lewat media sosial itu teratur, jelas, dan bermanfaat bagi siswa dan orang tua.

b. Organizing

- 3) Bagaimana struktur formal tim pengelola media sosial dibentuk di bawah koordinasi sekolah? (pembentukan tim)

Jawab: Struktur tim pengelola media sosial kami sederhana. Waka Humas bertindak sebagai koordinator, lalu ada admin utama yang mengelola akun dan membuat konten. Selain itu, beberapa guru ditunjuk sebagai kontributor konten dari kegiatan di sekolah.

- 4) Apakah ada regulasi tertulis atau SOP dalam pengelolaan akun media sosial sekolah?

Jawab: harusnya ada, tapi untuk saat ini belum ada.

c. Actuating

- 5) Bagaimana proses pelaksanaan manajemen media sosial dipantau oleh pihak sekolah?

Jawab: Pelaksanaannya kami pantau melalui laporan rutin dari admin media sosial dan koordinasi mingguan dengan Waka Humas. Kami juga mengecek langsung postingan dan interaksi di akun resmi sekolah. Kalau ada konten yang kurang tepat atau perlu revisi, kami segera beri arahan agar segera diperbaiki.

- 6) Apakah ada peran sekolah dalam menstimulasi interaksi publik di media sosial?

Jawab: Ada. Sekolah mendorong interaksi dengan cara membagikan konten yang menarik dan relevan, seperti dokumentasi kegiatan siswa, ucapan selamat, atau pengumuman penting. Kami juga

mengajak siswa, guru, dan orang tua untuk menyukai, membagikan, atau mengomentari postingan sekolah agar lebih hidup dan terasa dekat.

d. Controlling

- 7) Bagaimana sekolah melakukan evaluasi berkala terhadap efektivitas media sosial?

Jawab: Evaluasi kami lakukan secara bulanan bersama Waka Humas dan admin. Kami lihat dari jumlah pengikut, jangkauan postingan, dan interaksi seperti komentar dan pesan masuk. Selain itu, kami juga mendengarkan masukan dari guru, siswa, dan orang tua untuk mengetahui apakah informasi yang dibagikan sudah bermanfaat.

- 8) Apakah pernah dilakukan survei atau feedback dari siswa/orang tua tentang media sosial sekolah?

Jawab: Belum pernah. Sampai saat ini kami belum secara khusus melakukan survei atau meminta feedback langsung dari siswa maupun orang tua tentang media sosial sekolah. Kami hanya mengandalkan respon melalui komentar/ dm. Tapi ke depan, kami berencana untuk membuat survei sederhana agar bisa tahu kebutuhan dan harapan mereka.

- 9) Apa langkah yang diambil jika terjadi penyalahgunaan akun sekolah atau kesalahan informasi?
- 10) Jawab: Jika terjadi penyalahgunaan akun atau kesalahan informasi, langkah pertama yang kami ambil adalah menghapus atau mengoreksi konten secepat mungkin. Setelah itu, kami lakukan klarifikasi secara terbuka bila diperlukan. Kami juga akan mengevaluasi internal tim media sosial dan memperkuat pengawasan agar kejadian serupa tidak terulang.

3. Panduan Wawancara: Waka Humas

a. Planning

- 1) Bagaimana peran Waka Humas dalam merencanakan strategi informasi publik sekolah?

Jawab: Tugas saya merencanakan informasi apa yang mau dibagikan ke publik, terutama lewat media sosial. Saya juga koordinasi sama admin dan kepala sekolah supaya kontennya sesuai dan tepat waktu.

- 2) Apakah ada rencana komunikasi jangka pendek/menengah untuk media sosial?

Jawab: Ada. Untuk jangka pendek, kami buat jadwal posting mingguan berisi info kegiatan dan pengumuman. Untuk jangka menengah, kami

rencanakan konten promosi sekolah dan dokumentasi prestasi siswa agar lebih dikenal masyarakat.

b. Organizing

- 3) Bagaimana koordinasi antara Waka Humas dan admin media sosial dalam produksi konten? (tanggung jawab)

Jawab: Koordinasi saya dengan admin biasanya lewat diskusi mingguan atau saat ada acara penting. Saya kasih arahan soal konten apa yang perlu dibuat, dan admin yang bantu desain dan unggah.

- 4) Apakah ada pelatihan, pendampingan, atau supervisi terhadap pengelola media sosial?

Jawab: Untuk saat ini, belum ada pelatihan khusus, tapi saya sering memberi arahan langsung dan dampingi saat membuat konten. Kedepan, kami rencanakan pelatihan sederhana biar pengelola lebih siap dan kreatif.

c. Actuating

- 5) Dalam pelaksanaan, bagaimana Humas memastikan konten mencerminkan citra sekolah?

Jawab: Saya selalu cek dulu konten sebelum diunggah, terutama yang bersifat publik. Konten harus sopan, informatif, dan menunjukkan

kegiatan positif sekolah, jadi citra sekolah tetap baik di mata masyarakat.

- 6) Apakah Humas terlibat dalam menangani isu-isu atau komentar negatif yang muncul di media sosial?

Jawab: Ya, kalau ada komentar negatif atau isu, saya ikut turun tangan. Biasanya saya koordinasi dengan kepala sekolah dan admin untuk klarifikasi atau memberi respon yang tepat, supaya tidak menimbulkan salah paham.

d. Controlling

- 7) Apakah ada indikator kinerja Humas yang berkaitan dengan media sosial?

Jawab: Secara formal belum ada indikator tertulis, tapi kami biasanya lihat dari konsistensi posting, jumlah interaksi, dan apakah informasi sampai ke siswa dan orang tua dengan baik.

- 8) Bagaimana Anda mengevaluasi keberhasilan media sosial dalam membangun komunikasi publik?

Jawab: Kami nilai berhasil kalau informasi cepat tersebar, banyak yang merespon atau bertanya, dan orang tua merasa terbantu. Kadang juga kami dengar langsung dari guru atau wali murid, apakah mereka terbantu dengan info di media sosial

4. Panduan Wawancara: Orang Tua Siswa

a. Planning

- 1) Apakah Anda mengetahui bahwa sekolah memiliki akun media sosial resmi?

Jawab: ya, saya tahu. Saya sering lihat akun Instagram resmi sekolah, kadang juga dibagikan di grup WhatsApp oleh wali kelas.

- 2) Menurut Anda, informasi seperti apa yang sebaiknya direncanakan untuk dibagikan?

Jawab: Menurut saya, informasi yang penting itu seperti jadwal ujian, kegiatan sekolah, prestasi siswa, dan pengumuman penting. Kalau bisa juga ada konten tentang motivasi belajar atau tips parenting.

b. Organizing

- 3) Apakah menurut Anda informasi di media sosial sudah cukup terorganisasi dan rutin disampaikan?

Jawab: Sudah cukup terorganisasi, meskipun kadang postingnya tidak selalu rutin. Tapi informasinya jelas dan mudah dimengerti.

- 4) Apakah ada informasi yang menurut Anda kurang atau berulang?

Jawab: menurut saya ngga ada, sudah cukup baik akan tetapi perlu banyak konten yang bervariasi lagi

c. Actuating

- 5) Apakah Anda merasa terbantu dengan informasi yang disampaikan melalui media sosial?

Jawab: Iya, saya merasa sangat terbantu. Kadang informasi dari media sosial lebih cepat daripada surat atau grup WhatsApp.

- 6) Seberapa sering Anda mengakses media sosial sekolah untuk mencari informasi?

Jawab: Saya biasanya cek media sosial sekolah kalau saya sedang senggang buka-buka hp. Hampir setiap hari saya melihat sosial media sekolah karena ada di beranda juga.

d. Controlling

- 7) Apakah Anda pernah menyampaikan saran atau masukan kepada pihak sekolah terkait media sosial?

Jawab: Belum pernah secara langsung, tapi kalau ada masukan, biasanya saya sampaikan lewat wali kelas atau saat pertemuan orang tua.

- 8) Bagaimana tanggapan Anda terhadap keakuratan dan kecepatan informasi di media sosial sekolah?

Jawab: Selama ini informasinya cukup akurat dan cepat, meskipun kadang ada yang terlambat diunggah. Tapi secara umum, sudah sangat membantu kami sebagai orang tua.

B. Pedoman Observasi

Kegiatan pengamatan (observasi) yang dilakukan adalah mengamati manajemen media sosial sebagai media informasi di SMP PGRI Wangon, dengan tujuan untuk memperoleh informasi dan data baik mengenai fisik maupun non fisik dalam manajemen media sosial sebagai media informasi di SMP PGRI Wangon. Adapun aspek yang diamati, meliputi:

1. Alamat Sekolah/Madrasah
2. Profil Sekolah
3. Visi, Misi dan Tujuan sekolah
4. Lingkungan fisik sekolah pada umumnya
5. Unit kantor/Ruang kerja
6. Ruang kelas
7. Masjid/aula
8. Kegiatan di sekolah

C. Dokumentasi



Wawancara dengan admin media sosial



Wawancara dengan Waka Humas

Lampiran 2: Nilai Bimbingan Skripsi



KEMENTERIAN AGAMA RI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN
Jl. Prof. Hamka Kampus II, Ngaliyan, Telp. 7601295, Semarang 50185

Hal : Nilai Bimbingan Skripsi

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
UIN Walisongo Semarang

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Kami beritahukan bahwa setelah membimbing skripsi Saudari:

Nama : Dinda Intan Permata Sari
NIM : 1803036049
Judul : **Manajemen Media Sosial sebagai Media Informasi di SMP PGRI Wangon**

Maka nilai naskah skripsinya adalah : 3,75

Catatan khusus Pembimbing :

paper lanjut sidang skripsi!

Demikian agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Pembimbing

Syaiful Bakhri M.MSI

NIP. 198810302019031011

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas Diri

1. Nama : Dinda Intan Permata Sari
2. TTL : Banyumas, 19 Mei 2000
3. Alamat : Desa Pengadegan, RT 02/RW 02, Kecamatan Wangon, Kabupaten Banyumas, Provinsi Jawa Tengah
4. No. HP : 085875266158
5. E-mail : dindaintanpermatasari32@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

SD Negeri 1 Pengadegan	2006-2012
SMP Negeri 1 Wangon	2012-2015
SMA Negeri 1 Jatilawang	2015-2018

C. Riwayat Organisasi

Lembaga Studi Bahasa UIN Walisongo Semarang

Semarang, 26 Juni 2025



Dinda Intan Permata Sari

NIM. 1802026049