

OPTIMALISASI MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN CITRA LEMBAGA PENDIDIKAN DI MASA PANDEMI COVID-19

Muhammad Irchas Ilham Falah
Aditya Chandra Setiawan

Manajemen Pendidikan, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Surabaya
muhammad.18078@mhs.unesa.ac.id

Abstrak

Citra lembaga mempengaruhi keberhasilan kinerja lembaga. Salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan citra positif lembaga pendidikan ialah dengan optimalisasi media sosial. Penggunaan media sosial sendiri semakin krusial seiring dengan pembatasan tatap muka yang disebabkan wabah Covid-19. Tujuan artikel ini adalah untuk mendeskripsikan optimalisasi media sosial dalam meningkatkan citra lembaga pendidikan di masa pandemi covid-19. Artikel ilmiah ini menggunakan metode studi literatur sebagai sumber informasi berupa data-data sekunder melalui tahap identifikasi, evaluasi, sintesis dengan sumber rujukan 10 artikel jurnal nasional dan 10 artikel jurnal internasional dan didukung dengan sumber buku sebagai penguat argumen peneliti. Dari hasil telaah studi literatur ditemukan bahwa terdapat urgensi optimalisasi media sosial dikarenakan dibatasinya kegiatan tatap muka di masa pandemi covid-19. Selain itu ada 3 hal utama yang harus dipenuhi untuk optimalisasi media sosial yakni: akun media sosial, konten visual dan konten naratif. Optimalisasi media sosial sendiri berdampak positif pada citra lembaga dikarenakan adanya aksesibilitas informasi.

Kata kunci: Citra Lembaga, Media Sosial, Pandemi Covid-19

Abstract

The image of the institution affects the success of the institution's performance. One of the efforts that can be done to improve the positive image of educational institutions is by optimizing social media. The use of social media itself is increasingly crucial in line with face-to-face restrictions caused by the Covid-19 outbreak. This article aims to describe the optimization of social media in improving the image of educational institutions during the Covid-19 pandemic. This scientific article uses the literature study method as a source of information in the form of secondary data through the stages of identification, evaluation, synthesis with reference sources of 10 national and 10 international journal articles and supported by book sources to strengthen the researcher's argument. From the results of a literature review, it was found that there is an urgency in optimizing social media due to the limited face-to-face activities during the Covid-19 pandemic. In addition, 3 main things must be met for the optimization of social media, namely: social media accounts, visual content, and narrative content. Optimization of social media itself has a positive impact on the institution's image due to the accessibility of information.

Keywords: Institutional Image, Social Media, Covid-19 Pandemic

PENDAHULUAN

Pendidikan adalah salah satu aspek penting dalam kehidupan. Urgensi tersebut didukung oleh pemerintah dengan serangkaian kebijakan dan dikeluarkannya beberapa peraturan pemerintah. Salah satu yang menjadi dasar berjalannya proses pendidikan di Indonesia adalah Undang-Undang Nomor 23 tahun 2003 mengenai sistem pendidikan nasional.

Dewasa ini lembaga pendidikan yang ada di Indonesia mulai banyak berkembang. Badan Pusat Statistik (2021) menyebutkan bahwasannya setidaknya terdapat 217.283 sekolah yang ada di Indonesia. Jumlah tersebut sudah cukup banyak dan membuat orang tua berpikir beberapa kali untuk menentukan dimana anak mereka akan disekolahkan.

Citra lembaga memiliki peran penting untuk membuat orang tua memilihkan sekolah untuk anak-anaknya. Ruslan (2014) mengungkapkan, "Citra sendiri itu adalah tujuan utama dan sekaligus reputasi dan prestasi yang hendak dicapai bagi dunia hubungan masyarakat atau public relations". Citra merupakan sebuah gambaran mengenai kelompok, perusahaan atau instansi dimata orang lain dan masyarakat. Selain itu, citra adalah kesan yang diterima oleh seseorang, kelompok, perusahaan atau instansi berdasarkan pengetahuan atau pengalaman yang diperolehnya selama ini. Pada dasarnya citra itu abstrak dan tidak dihitung secara matematis. meskipun tidak bisa dihitung, citra merupakan sesuatu yang bisa dirasakan. Sutarno (2006) berpendapat bahwa, "Citra mencerminkan kemauan dan kemampuan dalam melakukan berbagai kegiatan, seperti tugas dan kewajiban yang menjadi tanggung jawab, serta tanggung jawab sosial".

Corona virus Disease ini muncul pertama kali di kota Wuhan, China akhir 2019. Awal tahun 2020 telah diumumkan oleh WHO sebagai pandemi global. Di Indonesia pertama kali diumumkan kasus pertama, jumlah pasien Covid- 19 yang positif terus meningkat. Namun, angka kematian jauh lebih tinggi daripada data yang dilaporkan. Untuk melakukan pengurangan terhadap penyebaran virus Covid-19 pemerintah melakukan penerapan berbagai kebijakan, yaitu dengan menaati protokol kesehatan, memakai masker, mencuci tangan, social distancing dan isolasi diri (KEMENKES RI, 2020).

Pandemi Covid-19 ini berdampak pada berbagai sektor di kehidupan, yaitu sektor ekonomi, sektor kesehatan, politik dan juga sektor pendidikan (Yamali & Putri, 2020). Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI (2020) mendeklarasikan Surat Edaran No 4 Th. 2020 mengenai pelaksanaan

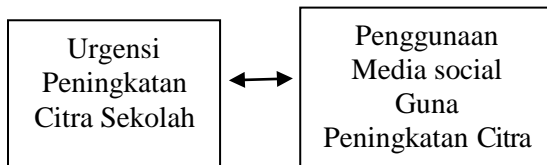
kebijakan pendidikan dalam masa darurat penyebaran Covid-19. Salah satu isi dalam kebijakan tersebut ialah menjalankan proses belajar dari rumah atau yang biasa disebut BDR. Kebijakan mengenai belajar dari rumah mengubah banyak kebiasaan baik dalam metode pembelajaran maupun penyediaan informasi layanan pendidikan di sekolah, yakni yang awalnya manual lebih ke pemaksimalan peran teknologi di dalamnya. Oleh karenanya mau tidak mau dalam proses membangun citra yang baik di masa pandemi Covid-19 ini maka pihak sekolah harus memaksimalkan peran teknologi.

Castells (2005) menjelaskan teknologi merupakan sebuah kumpulan alat, aturan dan juga prosedur yang tujuan pembuatannya ialah untuk memudahkan pekerjaan manusia. Pada masa pandemi Covid-19 saat ini teknologi sangat diperlukan untuk menunjang aktivitas akademik maupun non akademik di sekolah (Salsabila et al., 2020). Salah satu peran teknologi yang ada di sekolah adalah pemanfaatan media sosial untuk proses *branding* dan membangun citra baik sekolah (Suryawan et al., 2020).

Suryawan et al (2020) menjelaskan bahwasannya salah satu tantangan yang harus dihadapi sekolah adalah memberikan citra yang baik kepada masyarakat sehingga mampu membuat masyarakat merasa tertarik untuk mendaftarkan anak-anak mereka ke sekolah tersebut, dan hal tersebut bisa dilakukan dengan memaksimalkan peran media sosial. Fiandari et al (2021) menambahkan bahwasannya untuk melakukan *branding* dan komunikasi pemasaran yang baik untuk sekolah diperlukan sebuah strategi jitu untuk melakukannya, salah satu strategi yang bisa dilakukan ialah dengan melakukan pemaksimalan peran sosial media di dalamnya.

Peningkatan citra lembaga atau kegiatan *branding* menjadi kegiatan yang krusial dilakukan oleh sekolah, namun banyak hambatan dan kendala dalam pelaksanaannya di masa pandemi covid-19. Hal tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Rahmawati & Trihantoyo (2021) yang menyebutkan bahwasannya kegiatan pemasaran offline untuk sekolah menjadi hal yang cukup sulit dilakukan, dimana sekolah tidak lagi bisa melakukan kegiatan *door to door promotion* atau promosi yang dilakukan dari tiap rumah ke rumah maupun promosi offline lainnya karena adanya kebijakan pembatasan tatap muka. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan optimalisasi peran media sosial dalam meningkatkan citra lembaga pendidikan di masa pandemi covid-19. Manfaat dari penelitian ini adalah untuk membuat peta konseptual mengenai optimalisasi peran media sosial dalam meningkatkan citra lembaga pendidikan di masa

pandemi covid-19 sehingga mampu menjadi pedoman penyelenggara pendidikan dan menjadi bahan rujukan untuk peneliti selanjutnya yang memiliki topik penelitian yang serupa. Disamping itu, penelitian ini mampu berkontribusi dalam keilmuan manajemen pendidikan untuk memberikan tambahan pustaka mengenai cabang ilmu manajemen pendidikan yang berkaitan dengan manajemen humas. Berikut gambar konseptual dari hasil penelitian:



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Gambar 1 diatas merupakan kerangka penelitian pada penelitian ini. Melalui beberapa latar belakang yang telah disampaikan maka penulis tertarik untuk melakukan sebuah penelitian dengan metode studi pustaka dengan judul “Optimalisasi Media Sosial dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan di Masa Pandemi Covid 19”. Dengan tujuan untuk merumuskan apa saja peran media sosial dalam meningkatkan citra lembaga pendidikan di masa pandemi covid-19.

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi literatur. Metode ini dilakukan oleh peneliti yakni dengan mengkaji beberapa penelitian relevan berkaitan dengan topik penelitian. Hasil kajian dari berbagai literatur akan diulas sebelum akhirnya ditarik hasil sebagai suatu kesimpulan.

Bungin (2007) metode studi literatur adalah satu dari beberapa metodologi penelitian yang mana proses pengumpulan datanya dengan menelusuri data pustaka. Sugiyono (2010) menyampaikan bahwasannya Literatur adalah catatan peristiwa yang sudah terjadi yang bisa berwujud tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.

Data-data yang dibutuhkan oleh peneliti dalam penelitian ini didapatkan dari sumber pustaka atau dokumen. Adapun dalam proses penarikan kesimpulan, peneliti akan terlebih dahulu melakukan analisis terhadap 20 jurnal yang terdiri dari 10 jurnal nasional dan 10 jurnal internasional yang memiliki keterkaitan dengan *keyword* atau kata kunci mengenai pandemi, sosial media, manajemen humas.

Hasan (2002) menyebutkan bahwasannya terdapat 3 tahapan dalam proses penelitian studi

literatur, yakni: 1) Mencari terlebih dahulu bahan-bahan pustaka apa saja yang nantinya diperlukan 2) Melakukan proses pengumpulan dan pengkajian terhadap bahan pustaka yang memiliki keterkaitan dengan topik penelitian, biasanya dilakukan dengan menggunakan alat bantu yang disebut bibliografi daftar artikel yang dijadikan rujukan dalam bentuk tabel; 3) Menyajikan hasil dan pembahasan dari bahan pustaka yang telah dikumpulkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Pemaparan yang telah ditelaah diatas mendapatkan hasil yang merupakan bahasan dari isi setiap jurnal yang telah ditentukan dengan menggunakan studi kepustakaan atau studi literatur yang selanjutnya akan didapatkan temuan penelitian baru untuk memberikan masukan atau gagasan baru terkait judul yang dipilih oleh peneliti.

Menurut hasil penelitian dari Tatwa & Dewi, (2021) menyebutkan bahwa strategi yang dipakai oleh lembaga dalam memaksimalkan pemakaian media digital sebagai sarana promosi dialah dimulai dengan menganalisis terlebih dahulu perilaku dari masyarakat (orang tua siswa dan orang tua dari calon siswa), setelah menganalisis maka pihak lembaga bisa mengetahui media yang sesuai dengan hal tersebut. Promosi yang dapat dilakukan oleh lembaga pendidikan bisa saja dengan mengupload ke media sosial terkait lembaga pendidikan tersebut baik berupa video maupun gambar yang tujuannya adalah untuk menarik perhatian dan memperoleh citra positif. Hal ini membuktikan jika media sosial dapat menciptakan citra yang positif bagi perkembangan lembaga.

Hasil penelitian yang serupa juga disampaikan oleh (Faishal, 2020) yang menyebut jika pandemi covid-19 memberikan dampak yang besar bagi sekolah. Salah satu dampak besar yang dialami sekolah ialah kesulitan dalam berinteraksi secara langsung dengan masyarakat dan mengadakan kegiatan tatap muka, oleh karenanya sekolah memerlukan pemanfaatan teknologi dan media informasi seperti radio, website, media sosial untuk menjadi sarana informasi dan promosi sekolah. Hal tersebut dikarenakan, dengan adanya pemakaian dan pemanfaatan teknologi tersebut, mampu memberi pengaruh terhadap masyarakat untuk berpersepsi positif terhadap sekolah.

Dalam penelitian (Setyawan, 2020) dengan metode kualitatif menyebut bahwasannya ada beberapa tahapan untuk aktivitas manajemen humas yang dimiliki SDIT Nur Rohman Slogohimo Wonogiri yang bertujuan untuk meningkatkan citra positif sekolah. Tahapan yang dijalankan oleh

manajemen sekolah dimulai dari perencanaan, pembuatan program kerja, pengorganisasian sampai evaluasi.

Selanjutnya penelitian yang dijalankan oleh Hia et al, (2020) yang menyebutkan bahwasannya diperlukan adanya penggunaan dan pemaksimalan peran komunikasi dan media informasi sebagai media hubungan masyarakat yang dimiliki oleh sekolah. Website dan juga media sosial yang dimiliki oleh SD Islam As-Salam, Malang, Indonesia memiliki peran untuk bisa menyebarkan informasi-informasi mengenai sekolah dengan cepat dan luas sehingga mampu dijangkau orang tua dan masyarakat dan terbukti mampu menjembatani keberhasilan sekolah untuk membesarkan nama lembaga di masa pandemi. Diperlukan adanya gambar dan video yang menarik untuk mendukung penyampaian informasi tersebut.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Ariyanti et al., (2020) menyebutkan jika sekolah bisa memakai web sekolah dan beberapa aplikasi yang tersedia di handphone seperti halnya (Whatsapp, Line, Telegram atau Instagram) untuk dimaksimalkan penggunaannya sebagai sarana penghubung antara sekolah dan masyarakat dalam memberikan informasi tanpa disertai dengan proses bertemu secara langsung. Hal tersebut merupakan strategi hubungan masyarakat yang tepat untuk dijalankan di masa pandemi covid-19.

Penelitian yang dilakukan oleh (P & Andriyani, 2020) bertujuan untuk menjelaskan perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi hubungan masyarakat untuk meningkatkan citra sekolah. Temuan studi ini mengungkap pola pemahaman sekolah tentang perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan evaluasi dalam meningkatkan hubungan kolaboratif dengan masyarakat sekitar untuk meningkatkan kualitas sekolah melalui kerjasama internal dan eksternal yang baik. Penelitian ini menyebutkan bahwa sekolah memanfaatkan media sosial untuk meningkatkan citra lembaga.

Penelitian yang dilakukan oleh Bastian & Anggraeni (2021) menunjukkan bahwasannya dalam melakukan optimalisasi pemanfaatan media instagram atau media sosial salah satu hal yang penting dimiliki terlebih dahulu ialah akun media sosial tersebut lalu selanjutnya ialah konten-konten yang menarik di dalamnya sehingga mampu menarik minat orang lain untuk melihat. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Gusliana et al., 2020) menyebutkan bahwa website sekolah merupakan salah satu bentuk publikasi dengan media elektronik yang dapat digunakan sebagai senjata bagi sekolah untuk menunjukkan kualitasnya kepada masyarakat luas,

serta sebagai media informasi bagi pihak luar yang ingin mengetahui mengenai sekolah tersebut. Menurutnya dengan adanya website ini memberikan kemudahan dalam mencari informasi mengenai sekolah. Pemanfaatan sistem informasi manajemen berbasis website ini diharapkan dapat membantu sekolah dalam publisitas yang efektif, efisien dan hemat biaya, karena penyebaran informasi lebih mudah dan luas. Penyebaran informasinya lebih luas maka sekolah akan dikenal oleh masyarakat luas, hal ini merupakan keuntungan bagi sekolah.

Penelitian yang dilakukan oleh Anweh & Hile, (2020) mengemukakan bahwa banyak bisnis dan organisasi di seluruh dunia berkembang lebih baik melalui adopsi dan penerapan alat digital seperti situs web dan platform media sosial lainnya untuk manajemen informasi yang efektif. Penelitian ini menilai penggunaan situs web dan platform media sosial lainnya sebagai alat digital untuk praktek Humas di mengelola upaya komunikasi antar universitas di Benue State. Tujuan dari sebuah situs web harus menjadi cara mengkomunikasikan kegiatan lembaga kepada publik yang membutuhkan informasi tersebut, namun pengelolaan situs web disalahgunakan sehingga tidak memberikan hasil yang diinginkan atau diharapkan. Selain itu, salah satu hal yang perlu ada dalam praktik humas ialah adanya narasi yang menarik dan persuasif sehingga mampu mengarahkan pembaca untuk tertarik.

Hasil penelitian dari Hardiyani (2021) menyebutkan bahwa komunikasi yang dilakukan oleh sekolah untuk siswa, orang tua maupun masyarakat lainnya dibatasi oleh kebijakan social distancing yang dikeluarkan oleh pemerintah. Hal tersebut membuat aktivitas sekolah memerlukan kerjasama, metode dan media yang tepat untuk memaksimalkan proses pembelajaran dari rumah. Pemaksimalan peran media informasi dan teknologi membantu melancarkan proses komunikasi jarak jauh yang dilakukan oleh sekolah. Akibat dari pemaksimalan media informasi dan teknologi tersebut, diperoleh citra positif yang terbentuk dari masyarakat.

Penelitian yang dilakukan Prastiwi & Dwikurnaningsih (2021) menyimpulkan bahwa SD Santo Antonius 02 mempromosikan sekolahnya dengan menggunakan dan memaksimalkan teknologi dan media informasi seperti halnya pemakaian website, chanel youtube, official instagram, account facebook, dan whatsapp. Akan tetapi terdapat beberapa kendala yang dialami sekolah saat melakukan mempromosikan sekolah dengan menggunakan teknologi dan media informasi di SD Santo Antonius 02 Semarang. Beberapa kendala tersebut adalah antara lain keraguan orang tua mengenai penerapan protokol

kesehatan di sekolah, ketidaktahuan orang tua mengenai media pembelajaran yang dipakai untuk proses pembelajaran (zoom dan meet), dan kurang mengenalnya orang tua terhadap sekolah.

Hasil Penelitian Yuniarsih (2020) menyebutkan MAN 2 Brebes telah menerapkan strategi dan upaya yang bertujuan untuk melakukan peningkatan citra positif sekolah dan memperoleh keberhasilan. Peningkatan citra positif tersebut ditandai dengan adanya peningkatan jumlah pendaftar di MAN 2 Brebes yang berasal dari kecamatan Bumiayu, Bantarkawung, dan Paguyangan pada tahun 2018-2019. Maka peneliti menyimpulkan bahwasannya apabila sekolah berhasil untuk melakukan peningkatan citra lembaga maka akan meningkatkan pula minat masyarakat untuk bersekolah di lembaga tersebut, namun diperlukan adanya strategi dan upaya yang tepat dan sistematis.

Hasil Penelitian oleh Prasetya (2021) MTs. T. I Kerkap melakukan beberapa aktivitas dan kegiatan sekolah yang mampu meningkatkan citra baik yang dimiliki sekolah di masa pandemi covid-19. Beberapa kegiatan tersebut memiliki beberapa tujuan yang salah satu diantaranya ialah melakukan promosi dan meningkatkan citra positif yang dimiliki masyarakat, berikut adalah beberapa kegiatan sekolah tersebut : kegiatan Home Visit, kegiatan yasinan dan tahlilan serta memberikan bantuan kepada masyarakat yang membutuhkan, melakukan pembinaan baca dan tulis Al-quran kepada peserta didik, dan kegiatan pengenalan kesenian islam. Kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh sekolah, mampu meningkatkan citra positif yang ada. Salah satu bukti adanya peningkatan citra positif yang dimiliki sekolah ialah adanya peningkatan jumlah pendaftar baru di sekolah, hal tersebut dibuktikan adanya 4 kelas untuk siswa baru dengan setiap kelasnya berjumlah paling tidak 38 siswa.

Hasil Penelitian Siskawati (2021) menunjukkan jika perencanaan (need assessment) yang dilakukan guna meningkatkan citra positif sekolah terbukti dapat melahirkan program bagus sebagai terobosan sekolah untuk meningkatkan citra di masyarakat. Hal ini berbanding lurus dengan hasil evaluasi yang ditunjukkan. Hasil wawancara dengan wali murid menunjukkan hasil jika sekolah ini berhasil membuat rasa kepercayaan terhadap pengguna jasa dan layanan pendidikan baik siswa maupun orang tua.

Penelitian dari Aji (2020) menjelaskan jika sekolah diharuskan untuk mempersiapkan diri dan memberikan layanan yang terbaik kepada peserta didik yang disesuaikan dengan kondisi dan regulasi

yang ada disaat pandemi covid-19. Program yang telah dicanangkan sekolah, harus tersampaikan dengan baik kepada masyarakat, orang tua dan juga siswa. Proses belajar mengajar yang dilakukan dengan jarak jauh harus tetap bisa dilaksanakan dengan baik tanpa mengurangi esensi dari proses belajar mengajar itu sendiri.

Penelitian Panda et al (2019) menguraikan pentingnya sebuah lembaga pendidikan dalam memiliki citra lembaga. Penelitian ini menguraikan hubungan antara citra sebagai merek yang positif dan reputasi terhadap tingkat kepuasan mahasiswa. Studi ini menawarkan tiga aspek utama yang perlu dikerjakan oleh universitas untuk menaikkan citra lembaga yaitu membangun identitas mereka, memberikan kualitas layanan yang hebat, dan membangun kepercayaan di antara mereka salah satunya melalui pendekatan berbasis media sosial.

Hasil Penelitian Chen (2019) yang melakukan analisis dengan pemodelan persamaan struktural menunjukkan bahwa: (1) kesadaran citra lembaga berpengaruh positif signifikan terhadap identitas lembaga; (2) citra berpengaruh positif signifikan terhadap identitas lembaga; (3) identitas lembaga memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan berbagi pengalaman; (4) identitas lembaga memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap rekomendasi kepada orang lain; dan (5) kesadaran lembaga dan citra lembaga keduanya memberikan pengaruh pada kepuasan berbagi pengalaman dan rekomendasi kepada orang lain melalui efek mediasi identitas lembaga.

Omar et al (2021) juga mengadakan penelitian untuk menguji dampak dari strategi pemasaran viral melalui situs jejaring sosial pada citra mahasiswa di Universitas Teknik Palestina-Kadoorie. Hasilnya mengungkapkan hubungan positif dan signifikan antara elemen pendukung yang dirasakan.

Hasil Penelitian Radzevičienė & Sokolova (2020) juga menambahkan jika branding dapat berpengaruh positif terhadap masyarakat serta unsur pembangun lainnya, salah satunya pemberi kerja. Upaya branding sendiri dapat dilakukan dengan bermacam pendekatan. Namun disimpulkan jika pendekatan berbasis media sosial adalah pendekatan paling efektif dan ekonomis dalam era saat ini.

Pembahasan

Urgensi Peningkatan Citra Sekolah

Penggunaan media sosial sebagai sarana branding sekolah merupakan hal yang mulai digalakkan oleh sekolah-sekolah dewasa ini. Penggunaan media sosial sebagai peningkatan citra sekolah semakin dirasa perlu dialami sejak

bergelirnya pandemi covid-19 yang melanda Indonesia pada tahun 2019. Hal ini sesuai dengan pernyataan Faishal (2020) yang menyebutkan jika pandemi covid-19 menuntut lembaga melakukan perbaikan sistem pemasaran sebagai sarana peningkatan citra lembaga pendidikan. Ruslan (2017) mengatakan bahwa citra merupakan seperangkat keyakinan, ide, gagasan, dan kesan masyarakat terhadap suatu objek tertentu. Berdasarkan beberapa definisi diatas, citra sekolah dapat diartikan sebagai gambaran mutu suatu lembaga pendidikan.

Citra sekolah memegang peranan penting dalam pengambilan keputusan masyarakat untuk memilih lembaga pendidikan. Oleh karena itu, pembangunan citra positif merupakan unsur yang wajib dipenuhi oleh suatu lembaga pendidikan. Pendapat senada diutarakan oleh Yuniarsih (2020) yang menyebut jika strategi dan upaya dalam menciptakan citra yang telah dilakukan oleh MAN 2 Brebes memberikan dampak yang cukup baik pada hasil penerimaan peserta didik baru. Tingginya tingkat animo pendaftar di kecamatan Bumiayu, Bantarkawung, dan Paguyangan pada tahun 2018-2019, menunjukkan bahwa masyarakat di tiga kecamatan tersebut memiliki kepercayaan dan respon yang positif terhadap madrasah sehingga mendaftarkan putra putrinya di MAN 2 Brebes.

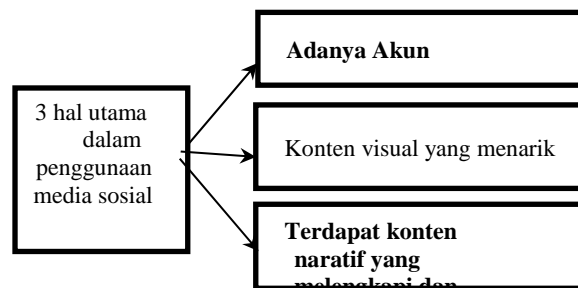
Optimalisasi citra lembaga merupakan salah satu poin yang harus diperhatikan oleh stakeholder pendidikan. Sebagaimana dengan upaya dalam membangun citra lembaga, upaya meningkatkan citra bukan merupakan hal yang mudah dilakukan dalam waktu yang singkat. Untuk citra terbentuk dari bagaimana lembaga melaksanakan kegiatan operasional yang mempunyai landasan utama pada segi layanan. Citra juga terbentuk berdasarkan impresi dan berdasarkan pengalaman yang dialami oleh seseorang terhadap sesuatu, sehingga membangun suatu sikap mental.

Penggunaan Media Sosial dalam meningkatkan citra Lembaga Pendidikan di Masa Pandemi Covid-19

Pandemi yang terjadi berkepanjangan, menuntut lembaga pendidikan melahirkan inovasi dan terobosan baru guna menunjang keberhasilan pelaksanaan kegiatan operasional lembaga, salah satunya dalam pemasaran dan branding sekolah. Dilain sisi, masa Pandemi juga menuntut manusia yang semula bertatap muka berganti dengan metode dalam jaringan (Daring). Kondisi ini tentunya harus diadaptasi dalam pemasaran lembaga pendidikan. Lembaga pendidikan harus

segera berbenah agar dapat bersaing. Salah satu cara yang dapat digunakan adalah menggunakan metode daring untuk promosi guna peningkatan citra sekolah.

Upaya tersebut dapat ditempuh dengan beberapa cara, salah satunya dengan optimalisasi penggunaan media sosial. Media sosial menurut Kellis & Katis (2007) adalah sebuah alat komunikasi yang dipakai manusia dalam melakukan aktivitas sosial. Media sosial sendiri memudahkan penggunaannya untuk melakukan komunikasi yang akhirnya tidak terbatas oleh jarak dan jumlah dengan kata lain pengguna media sosial bisa berkomunikasi meskipun tidak sedang bertemu dan bisa berkomunikasi dengan banyak orang sekaligus. Humas sekolah bisa melakukan pemanfaatan beberapa aplikasi media sosial yang nantinya berguna bagi pihak sekolah untuk berkomunikasi untuk branding sekolah dan meningkatkan citra sekolah seperti halnya aplikasi whatsapp, facebook, twitter, website dan juga tiktok.



Gambar 2. Hal-hal utama dalam penggunaan media sosial untuk meningkatkan citra lembaga

Penggunaan media sosial dalam meningkatkan citra lembaga pendidikan di masa pandemi covid-19 sendiri memiliki 3 hal utama yang harus terpenuhi, yakni : 1) Adanya akun media sosial yang dimiliki oleh lembaga pendidikan. Hal tersebut dijelaskan pada penelitian Bastian & Anggraeni (2021) yang menjelaskan bahwa salah satu hal penting dalam pemanfaatan media sosial adalah dimulai dengan memiliki akun media sosial itu sendiri; 2) Terdapat konten visual yang menarik seperti halnya foto, infografis, poster, dan juga video. Hal tersebut dijelaskan pada penelitian Hia et al., (2020) yang menjelaskan bahwa penyampaian informasi pada media sosial harus didukung dengan gambar dan video yang menarik; 3) Terdapat konten naratif/teks/caption yang memperjelas konten visual yang ada. Hal tersebut dijelaskan pada penelitian (Anweh & Hile, 2020) yang menyampaikan bahwa saya penyampaian informasi baik pada website maupun media sosial dibutuhkan adanya narasi yang mendukung dan persuasif.

Beberapa penelitian relevan

telah membuktikan efektivitas penggunaan media sosial dalam peningkatan citra lembaga selama terjadi pandemi. Hal tersebut selaras dengan hasil penelitian Ariyanti et al (2020) menyebutkan jika strategi hubungan sekolah dengan masyarakat yang memanfaatkan media sosial memudahkan aksesibilitas informasi dan membantu masyarakat memperoleh informasi mengenai kegiatan, program dan prestasi sekolah sehingga masyarakat percaya kredibilitas sekolah. Hal tersebut berimplikasi positif terhadap citra sekolah.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan paparan hasil dan pembahasan sebelumnya dapat disimpulkan bahwa: 1) Terdapat urgensi optimalisasi media sosial dalam meningkatkan citra lembaga pendidikan di masa pandemi covid-19, hal tersebut dikarenakan pandemi covid-19 berdampak pada dibatasinya pergerakan dan kegiatan tatap muka sehingga diperlukan metode lain dalam melakukan pemasaran dan kegiatan kehumasan untuk meningkatkan citra lembaga pendidikan, maka optimalisasi media sosial menjadi jawaban atas kebutuhan tersebut; 2) Dalam melakukan optimalisasi media sosial terdapat 3 hal yang harus terpenuhi yakni : Akun media sosial, konten visual yang menarik (seperti foto, poster, infografis, dan juga video) dan konten naratif (seperti caption atau berita). Optimalisasi media sosial bisa meningkatkan citra lembaga di masa pandemi covid-19, hal tersebut telah dibuktikan dari beberapa penelitian sebelumnya yang menyebutkan adanya pengaruh optimalisasi media sosial terhadap peningkatan citra lembaga pendidikan. Peningkatan citra lembaga tersebut dikarenakan optimalisasi media sosial memudahkan aksesibilitas informasi atau memudahkan masyarakat bisa dengan mudah mengakses informasi lembaga pendidikan seperti prestasi, kegiatan unggulan dan aktivitas lembaga pendidikan sehingga masyarakat percaya kredibilitas sekolah.

Saran

Saran yang akan diberikan peneliti berdasarkan hasil penelitian sebelumnya: 1) Untuk kepala sekolah hendaknya mengoptimalkan penggunaan media sosial sebagai sarana peningkatan citra lembaga dalam masa pandemi Covid-19 2) Untuk peneliti selanjutnya yang memiliki topik penelitian serupa hendaknya melakukan penelitian dengan topik penelitian lebih spesifik seperti optimalisasi whatsapp grup, facebook atau twitter sehingga mampu menambah

keahlian keilmuan dan bahan pustaka untuk pedoman optimalisasi peran media sosial dalam meningkatkan citra sekolah di masa pandemic covid-19.

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, R. H. S. (2020). Dampak Covid-19 pada Pendidikan di Indonesia: Sekolah, Keterampilan, dan Proses Pembelajaran. *SALAM: Jurnal Sosial Dan Budaya Syar-I*, 7(5), 395–402. <https://doi.org/10.15408/SJSBS.V7I5.15314>
- Anweh, G. I., & Hile, M. M. (2020). Websites and other Social Media Platforms as Digital Tools for Information Management of Universities in Benue State, Nigeria. 7, 110–119. www.ebsujmc.com
- Ariyanti, N. S., Adha, M. A., Imron, A., Sobri, A. Y., & Bafadal, I. (2020). School Relations Strategy with the Community through the Utilization of Online Applications in the Digital Era. 93–97. <https://doi.org/10.2991/ASSEHR.K.201214.219>
- Badan Pusat Statistik. (2021). Berapa Jumlah Sekolah di Indonesia pada Tahun Ajaran 2020/2021? <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/26/berapa-jumlah-sekolah-di-indonesia-pada-tahun-ajaran-20202021>
- Bastian, A. B. F. M., & Anggraeni, W. (2021). Optimalisasi Pemanfaatan Media Instagram dalam Meningkatkan Hubungan Orangtua dan Sekolah Di Kelompok Bermain Al- Azkia Purwokerto. *Kiddo: Jurnal Pendidikan Islam Anak Usia Dini*, 2(2), 128–142. <https://doi.org/10.19105/KIDDO.V2I2.4969>
- Castells, M. (2005). *The Network Society: From Knowledge to Policy*. Center for Transatlantic Relations The Johns Hopkins University.
- Chen, C. T. (2019). The mediating effect of brand identity on brand knowledge and the operational development of universities. *South African Journal of Business Management*, 50(1). <https://doi.org/10.4102/SAJBM.V50I1.416>
- Faishal. (2020). Pemasaran Lembaga Pendidikan Masa Pandemi Covid-19. *Ta'dibi: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 8(2), 70–70. <https://e-jurnal.stail.ac.id/index.php/tadibi/article/view/166>
- Fiandari, Y. R., Arifiani, R. S., & Rumijati, A. (2021). Pendampingan Strategi Branding Dan Komunikasi Pemasaran Pada Media Sosial

- Smk Muhammadiyah 3 Singosari. Studi Kasus Inovasi Ekonomi, 5(02). <https://ejournal.umm.ac.id/index.php/skie/article/view/17465>
- Gusliana, E., Alwi, H., & Khumaidi, A. (2020). Implementation Of Management Information Systems In The Integrated Islamic Basic School (Sd It) Al Ihya Kalirejo Based On Website. JPGMI (Jurnal Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah Al- Multazam), 6(1), 40–47. <https://ojs.stitmaltazam.ac.id/index.php/JPGMI/article/view/70>
- Hardiyani, I. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Komunikasi Pembelaaran Antara Guru Dengan Wali Murid Pada Masa Pandemi Covid-19 Di MI Plus Ma'arif NU Makam Purbalingga. IAIN Purwokerto.
- Hia, E. P. D., Prestiadi, D., Maisyaroh, Maghfiroh, S. I., & Oktaviani, V. M. (2020). The Use of Information and Communication Technology Through Website and Social Media as Public Relations Information Media. 269–274. <https://doi.org/10.2991/ASSEHR.K.201112.048>
- Surat Edaran Nomor 4 Tahun 2020 tentang pelaksanaan kebijakan pendidikan dalam masa darurat penyebaran Covid-19, (2020).
- Kellis, E., & Katis, A. (2007). Biomechanical Characteristics and Determinants of Instep Soccer Kick. Journal of Sports Science & Medicine, 6(2), 154. [/pmc/articles/PMC3786235/](https://pmc/articles/PMC3786235/)
- KEMENKES RI. (2020). Info Infeksi Emerging Kementerian Kesehatan RI [Internet]. <https://infeksiemerging.kemkes.go.id/>
- Omar, K., Herzallah, F., Moufeed, M., & Ayyash. (2021). The impact of viral marketing strategy via social network sites on student`s image: a case study at palestine technical university- kadoorie. Journal of Theoretical and Applied Information Technology, 99(2). <http://www.jatit.org/volumes/Vol99No2/15Vol99No2.pdf>
- P, H. A., & Andriyani, D. E. (2020). Public Relations Management in Building the Image of Schools in Senior High School. Journal of the Community Development in Asia(JCDA), 3(3), 1–6. <https://doi.org/10.32535/JCDA.V3I3.885>
- Panda, S., Pandey, S. C., Bennett, A., & Tian, X. (2019). University brand image as competitive advantage: a two-country study. International Journal of Educational Management, 33(2), 234–251. <https://doi.org/10.1108/IJEM-12-2017-0374>
- Prasetya, M. A. (2021). Strategi Komunikasi MTsT.I Kerkap Dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik Dimasa Pandemi Covid-19. IAIN Bengkulu.
- Prastiwi, N. T., & Dwikurnaningsih, Y. (2021). Manajemen Promosi PPDB di Era Pandemi Covid-19 Berbasis Digital. Prosiding Seminar Nasional Institut Agama Hindu Negeri Tampung Penyang Palangka Raya, 6, 48–66. <https://doi.org/10.33363/SN.V0I6.166>
- Radzevičienė, A., & Sokolova, A. (2020). Employer Branding As Recruitment And Retention Tool For The Universities. 453– 457. <https://doi.org/10.36315/2020END096>
- Rahmawati, N. S., & Trihantoyo, S. (2021). Strategi Humas dalam Meningkatkan Pemasaran Sekolah Menengah Kejuruan Di Masa Pandemi Covid-19 Melalui Network Marketing | Inspirasi Manajemen Pendidikan. Inspirasi Manajemen Pendidikan, 9(3). <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/inspirasi-manajemen-pendidikan/article/view/39901>
- Ruslan, R. (2014). Manajemen Humas dan MediaKomunikasi. PT Raja Grafindo Persada.
- Salsabila, U. H., Sari, L. I., Lathif, K. H., Lestari, A. P., & Ayuning, A. (2020). Peran Teknologi Dalam Pembelajaran Di Masa Pandemi Covid-19. Al-Mutharahah: Jurnal Penelitian Dan Kajian Sosial Keagamaan, 17(2), 188–198. <https://doi.org/10.46781/ALMUTHARAHAH.V17I2.138>
- Setyawan, A. (2020). Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Membangun Citra Sekolah Di Sekolah Dasar Islam Terpadu Nur Rohman Slogohimo Wonogiri. IAIN Ponorogo.
- Siskawati, S. (2021). Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan Di SMA Muhammadiyah 1 Ponorogo. IAIN Ponorogo.
- Sugiyono. (2010). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Alfabeta.
- Suryawan, A., Umam, A. K., Prasetyo, A. D., Rizki, M., Pranata, A., Setyawan, H., & Ahmady, F. (2020). Optimalisasi Media Sosial untuk Eksistensi SD Muhammadiyah Sirojudin dalam Penerimaan Peserta Didik Baru. Community Empowerment, 5(2), 96–100. <https://doi.org/10.31603/CE.3884>
- Sutarno. (2006). Cermin dan Citra Diri. Jala Permata.
- Tatwa, G. S., & Dewi, N. P. D. U. (2021). Peran Public Relation Dalam Pengoptimalan Penggunaan Media Digital Di Masa Pandemi. SISTA: Jurnal Akademisi Dan Praktisi Pariwisata, 1(1), 84–91.

<https://stahnmpukuturan.ac.id/jurnal/index.php/sista/article/view/1449>

- Yamali, F. R., & Putri, R. N. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap Ekonomi Indonesia. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 4(2), 384–388. <https://doi.org/10.33087/EKONOMIS.V4I2.179>
- Yuniarsih, N. (2020). *Penciptaan Citra Positif Madrasah dan Implikasinya Terhadap Penerimaan Peserta Didik Baru di MAN 2 Brebes*. IAIN Purwokerto.