

## PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM UNTUK MEMBANGUN CITRA SEKOLAH DI SMA KORNITA INSTITUT PERTANIAN BOGOR

Anisa Aprilia Fiorensieka

Erny Roesminingsih

Manajemen Pendidikan, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Surabaya

[anisa.21050@mhs.unesa.ac.id](mailto:anisa.21050@mhs.unesa.ac.id)

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan mengenai perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan evaluasi pengelolaan media sosial Instagram di SMA Kornita Institut Pertanian Bogor. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara dan studi dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Perencanaan dalam pengelolaan media sosial Instagram di SMA Kornita Institut Pertanian Bogor dilakukan dengan menetapkan tujuan yang jelas dan merumuskan langkah strategis, seperti mencari referensi ide konten, melakukan riset bahan konten untuk memastikan keakuratan data, serta menentukan unsur-unsur desain grafis yang sesuai, sekolah dapat menghadirkan konten yang tidak hanya menarik tetapi juga kredibel dan representatif. (2) Pengorganisasian dalam pengelolaan media sosial Instagram di SMA Kornita Institut Pertanian Bogor melibatkan koordinator IT dan koordinator kerjasama sekolah dengan pembagian peran, tugas, dan tanggung jawab yang disesuaikan berdasarkan kedudukan dan kemampuan masing-masing sangat berperan penting dalam membangun citra sekolah. Struktur organisasi yang jelas dan alur koordinasi yang berjalan dengan baik memungkinkan proses pengelolaan konten berjalan efektif dan efisien. (3) Pelaksanaan pengelolaan media sosial Instagram di SMA Kornita Institut Pertanian Bogor yang dilakukan oleh koordinator IT dan koordinator kerjasama sekolah berjalan dengan baik dan terstruktur, dimulai dari proses perencanaan, pendelegasian tugas dan tanggung jawab, pembuatan konten, hingga pengeditan menggunakan aplikasi desain grafis seperti CorelDraw, Canva, dan Capcut. Proses ini dilanjutkan dengan memastikan kelayakan posting melalui review ulang konten sebelum publikasi, serta aktif melakukan interaksi dengan audiens melalui kolom komentar dan direct message untuk membangun citra sekolah. (4) Pengawasan dalam pengelolaan media sosial Instagram di SMA Kornita Institut Pertanian Bogor yang dilakukan melalui pengecekan ulang setiap konten oleh kepala sekolah dan tim pengelola sangat penting dalam membangun citra sekolah yang positif dan terpercaya.

**Kata Kunci** : Pengelolaan, Media Sosial Instagram, Citra Sekolah

### Abstract

*This study aims to describe the planning, organization, implementation and evaluation of Instagram social media management at SMA Kornita Institut Pertanian Bogor. This study uses a qualitative approach with a case study method. Data collection techniques are carried out by observation, interviews and documentation studies. The results of this study indicate that (1) Planning in managing Instagram social media at SMA Kornita Institut Pertanian Bogor is carried out by setting clear goals and formulating strategic steps, such as looking for content idea references, conducting content material research to ensure data accuracy, and determining appropriate graphic design elements, schools can present content that is not only interesting but also credible and representative. (2) Organization in managing Instagram social media at SMA Kornita Institut Pertanian Bogor involves the IT coordinator and school cooperation coordinator with the division of roles, tasks, and responsibilities that are adjusted based on the position and abilities of each, which plays a very important role in building the school's image. A clear organizational structure and a well-running coordination flow allow the content management process to run effectively and efficiently. (3) The implementation of Instagram social media management at SMA Kornita Institut Pertanian Bogor carried out by the IT coordinator and school cooperation coordinator went well and was structured, starting from the planning process, delegation of tasks and responsibilities, content creation, to editing using graphic design applications such as CorelDraw, Canva, and Capcut. This process was continued by ensuring the suitability of posts through content review before publication, as well as actively interacting with the audience through the comments column and direct messages to build the school's image. (4) Supervision in the management of Instagram social media at SMA Kornita Institut Pertanian Bogor which was carried out through re-checking each content by the principal and management team was very important in building a positive and trusted school image.*

**Keywords** : Management, Instagram Social Media, School Image

## PENDAHULUAN

Pesatnya kemajuan teknologi informasi dan komunikasi di era digital ini, telah mengubah cara institusi pendidikan dalam berkomunikasi dan berinteraksi guna membangun citranya di mata publik (Fitriyanti, 2023). Sebelum masuk pada era digital, penyebaran informasi publik yang dilakukan oleh institusi pendidikan masih bersifat konvensional seperti melalui spanduk, poster, billboard, flyer, juga melalui iklan layanan masyarakat di surat kabar, majalah, radio dan televisi (Aat Ruchiat Nugraha, 2022). Kehadiran media sosial menjadi platform penting untuk berkomunikasi dan berinteraksi dengan stakeholder sekolah seperti siswa, orangtua, guru, dan masyarakat umum. Media sosial memberikan kesempatan baru bagi institusi pendidikan untuk melakukan komunikasi dan interaksi dengan stakeholder sekolah secara lebih efektif karena dapat menjangkau khalayak yang lebih luas dan beragam. Institusi pendidikan juga dapat membangun citranya dengan mempromosikan visi, misi dan program unggulan sekolah secara lebih efektif melalui media sosial.

Keputusan menggunakan media sosial sebagai alat komunikasi dalam dunia pendidikan pada era digital merupakan pilihan yang sangat tepat dan didasarkan pada jaringan internet yang semakin memadai di Indonesia sehingga memungkinkan penyampaian informasi secara cepat dan interaksi yang lebih luas tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Menurut *We Are Social* dan *Hootsuite*, jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia sebanyak 139 juta orang pada Januari 2024. Salah satu platform media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia adalah Instagram. Berdasarkan laporan dari Napoleon Cat, Indonesia memiliki 90,18 juta pengguna aktif media sosial Instagram yang menjadikannya sebagai platform media sosial paling populer. Bukan hal yang mengejutkan jika banyak instansi termasuk instansi pendidikan yang membuat akun media sosial Instagram untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan membangun citra positif tentang institusinya.

Instagram adalah salah satu platform visual media sosial paling populer, khususnya di kalangan remaja dan generasi muda.

Penggunaan media sosial Instagram dapat memungkinkan institusi pendidikan untuk menjangkau calon siswa, orang tua, dan masyarakat luas yang merupakan sasaran target audiens utama dari institusi pendidikan secara lebih efektif dan efisien. Media sosial Instagram memberikan kesempatan bagi sekolah untuk dapat melakukan interaksi dengan cara yang unik dan menarik karena Instagram lebih mengedepankan tampilan konten visual seperti foto dan video daripada teks. Sekolah dapat memanfaatkan fitur-fitur pada media sosial Instagram seperti foto, video, dan Instagram Stories untuk menampilkan konten yang memuat terkait fasilitas, prestasi, program unggulan, kegiatan akademik maupun non akademik, dan budaya sekolah secara menarik. Konten yang menarik dapat dengan mudah dibagikan dan diperluas melalui fitur Instagram seperti hashtag, reels, serta berkolaborasi dengan akun lain sehingga segala informasi tentang sekolah dapat tersebar secara lebih luas, cepat dan mudah. Fitur Instagram lainnya seperti komentar dan pesan langsung juga memungkinkan sekolah untuk dapat berinteraksi secara langsung dengan siswa, orang tua, dan masyarakat sehingga dapat menciptakan hubungan yang lebih dekat dan memungkinkan sekolah untuk mendengarkan umpan balik dari masyarakat, yang sangat penting dalam membangun citra positif. Interaksi yang aktif di Instagram dapat menciptakan rasa kebersamaan antara pihak sekolah dan stakeholder sekolah guna membangun komunitas yang solid dan loyal. Melalui konten edukatif, inspiratif, dan kreatif yang dipublikasikan di media sosial Instagram, sekolah dapat menonjolkan nilai-nilai inti pada lembaga pendidikannya untuk memperkuat identitas institusionalnya.

Citra sekolah adalah persepsi atau pandangan masyarakat mengenai suatu lembaga pendidikan. Citra sekolah mencerminkan reputasi, nilai-nilai, dan kualitas pendidikan yang ditawarkan oleh sekolah, yang pada dasarnya dapat memengaruhi keputusan orang tua dalam memilih tempat pendidikan bagi anak-anak mereka. Citra positif sekolah dapat terbentuk dari berbagai faktor, seperti kualitas pendidikan, fasilitas sekolah, dan perilaku peserta didik dan pendidik. Kehadiran aktif di

media sosial Instagram dapat mencerminkan bahwa sekolah mampu beradaptasi terhadap teknologi modern dan terlibat dalam komunikasi digital. Hal ini meningkatkan citra institusi sebagai lembaga yang progresif, inovatif, dan relevan dengan kebutuhan zaman. Penggunaan Instagram sebagai media untuk membangun citra sekolah perlu memperhatikan aspek etika dan profesionalisme dalam pendidikan. Konten yang dipublikasikan harus tetap mencerminkan nilai-nilai pendidikan, menghormati privasi siswa, dan menjaga standar profesionalisme di lembaga pendidikan. Hal ini penting dilakukan guna memastikan bahwa pengelolaan media sosial Instagram untuk membangun citra sekolah tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip dasar pendidikan.

Berdasarkan hasil pra-survey pada SMA Kornita Institut Pertanian Bogor, peneliti mendapatkan informasi bahwasannya sekolah melakukan pengelolaan media sosial Instagram untuk membangun citra positif sekolah dengan cara melakukan proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan. Perencanaan dilakukan dengan mengidentifikasi tujuan yang ingin dicapai sekolah melalui media sosial Instagram dengan cara menganalisis audiens target, seperti calon siswa dan orang tua. Pihak sekolah melakukan survei untuk memahami kebutuhan dan preferensi informasi yang dibutuhkan oleh stakeholder dan masyarakat umum. Sekolah juga menentukan elemen visual yang akan digunakan untuk menciptakan citra profesional, seperti logo sekolah dan desain grafis konten yang konsisten. Media sosial Instagram digunakan pihak sekolah sebagai sarana untuk melakukan Pemanfaatan media sosial Instagram di sekolah digunakan sebagai sumber informasi, komunikasi, dan promosi untuk menciptakan citra positif sekolah dan menarik minat calon siswa dalam ketatnya persaingan di era digital ini. Tujuan lainnya adalah untuk memperluas jangkauan audiens tanpa batasan geografis guna memperkenalkan sekolah kepada masyarakat umum, dengan cara menginformasikan berbagai prestasi sekolah dan kegiatan akademik maupun non akademik sekolah untuk menarik minat calon siswa baru dan agar lebih dikenal oleh banyak orang. Hal yang dipromosikan melalui

instagram sekolah yaitu tentang kegiatan-kegiatan disekolah seperti kegiatan akademik dan non-akademik. Kegiatan akademik yang diposting di instagram yaitu seperti pelatihan-pelatihan, seminar, lomba/olimpiade, program kegiatan kerjasama akademik yang dilakukan oleh sekolah, serta berbagai prestasi yang telah didapatkan sekolah. Sedangkan Kegiatan non-akademik yang diposting di instagram yaitu seperti Kegiatan Olahraga, Kegiatan Keagamaan, Memperingati Hari Penting Nasional serta juga membuat konten yang sedang *trending* dan kegiatan acara-acara sekolah non-akademis lainnya.

Pihak sekolah juga mengembangkan rencana konten yang mencakup tema dan jenis konten yang akan di publikasikan. Rancangan konten ini tetap disesuaikan dengan kebutuhan audiens dan karakteristik sekolah sehingga memungkinkan konten yang dibuat lebih relevan dan menarik bagi audiens. Pihak sekolah melakukan pengorganisasian dengan membentuk tim yang bertugas dan bertanggung jawab dalam pengelolaan akun media sosial instagram sekolah yang terdiri dari koordinator IT dan koordinator kerjasama sekolah. Koordinator IT dan koordinator kerjasama sekolah memiliki tugas dan tanggung jawab yang jelas dalam pengelolaan akun media sosial Instagram sekolah yakni seperti tugas dari pihak koordinator IT adalah mengedit konten foto maupun video yang akan dipublikasikan, sedangkan tugas dari koordinator kerjasama adalah mengupload konten foto dan video untuk postingan media sosial Instagram. Diskusi terkait konten yang akan dibuat dan dipublikasikan oleh koordinator IT bersama koordinator kerjasama, dilakukan dengan tujuan agar setiap konten yang dipublikasikan tetap menarik dan tetap memperlihatkan nilai nilai dan visi misi dari SMA Kornita Institut Pertanian Bogor. Pihak sekolah juga menetapkan prosedur dalam pembuatan konten.

Fakta pada pelaksanaannya, pihak sekolah memastikan menghasilkan konten sesuai dengan rencana yang telah disusun. Selain itu, sekolah juga memastikan kelengkapan informasi sekolah pada profil media sosial Instagram. Pihak sekolah, memposting foto dan video dengan kualitas bagus di media sosial Instagram serta

melibatkan siswa dalam proses pembuatan konten media sosial Instagram. Sekolah juga aktif berinteraksi dengan audiens melalui komentar pada konten yang dibagikan dan pesan langsung untuk membangun hubungan yang lebih baik. Pengawasan dalam hal pengelolaan media sosial Instagram dilakukan oleh sekolah untuk mengetahui ketercapaian tujuan yang telah di rencanakan. Sekolah melakukan analisis terkait faktor apa yang mendukung dan menghambat dalam pengelolaan media sosial Instagram guna memperbaiki proses pengelolaan di masa mendatang. Pihak sekolah meminta umpan balik dari siswa, orang tua, dan guru mengenai konten yang telah dipublikasikan melalui survey dan diskusi langsung. Sehingga, *feedback* yang diperoleh bisa menjadi dasar untuk meningkatkan pengelolaan akun media sosial Instagram di masa mendatang.

Penelitian ini sangat relevan dalam konteks pendidikan modern. Relevansi penelitian ini terletak pada kemampuannya untuk memberikan wawasan bagi sekolah dalam melakukan pengelolaan akun media sosial khususnya Instagram sebagai alat komunikasi untuk membangun citra positif sekolah. Dengan melakukan penelitian, diharapkan dapat mengembangkan pemahaman yang lebih baik dan mendalam tentang pengelolaan media sosial Instagram secara efektif untuk mencapai tujuan-tujuan pendidikan. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi pada pengembangan praktik terbaik dalam manajemen komunikasi pendidikan di era digital

## **METODE**

Penelitian ini dilakukan menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian *case study research* (studi kasus) yang bersifat deskriptif. Waktu dan tempat penelitian dilaksanakan selama 3 bulan dari bulan September sampai November 2024 di SMA Kornita Institut Pertanian Bogor yang berlokasi di IPB Darmaga, Jl. Tj. Kampus, Babakan, Kec. Dramaga, Kabupaten Bogor, Jawa Barat. Sumber data yang dilakukan peneliti terdiri dari dua macam yaitu data primer dan data sekunder. Data primer didapatkan langsung

dari informan yang terlibat dalam proses perencanaan dan pengorganisasian yaitu Kepala Sekolah, Koordinator IT Sekolah, Koordinator Kerjasama Sekolah dan Siswa. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi dan studi dokumentasi. Analisis data dilakukan menggunakan model Miles & Huberman (2014) meliputi kondensasi data, display data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi. Uji keabsahan diperlukan untuk memastikan kebenaran yang obyektif dari data yang dilaporkan peneliti. Adapun teknik pengujian keabsahan data dalam penelitian ini yaitu uji kredibilitas dengan triangulasi sumber dan waktu serta member check, uji transferabilitas, uji dependabilitas dan terakhir uji obyektivitas.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Perencanaan dalam Pengelolaan Media Sosial Instagram untuk Membangun Citra Sekolah**

Proses awal yang SMA Kornita Institut Pertanian Bogor lakukan dalam pengelolaan media sosial Instagram guna membangun citra sekolah adalah perencanaan. Fungsi perencanaan menurut Terry dalam (Nawawi, 2011) adalah proses mendefinisikan tujuan organisasi, membuat strategi untuk mencapai tujuan dan mengembangkan rencana aktivitas kerja organisasi. Perencanaan merupakan langkah awal dalam proses manajemen, karena dengan merencanakan aktivitas organisasi kedepan, maka segala sumber daya dalam organisasi difokuskan pada pencapaian tujuan organisasi. Diketahui bahwasannya, pihak sekolah telah melakukan perencanaan dengan melakukan rapat perencanaan yang diikuti oleh seluruh warga sekolah guna menentukan tujuan, sekaligus merumuskan langkah-langkah yang harus dilakukan untuk membangun citra sekolah melalui media sosial instagram sekolah. Menetapkan tujuan yang dimaksud yaitu untuk membangun citra sekolah melalui media sosial instagram dengan menonjolkan keunggulan yang dimiliki oleh SMA Kornita Institut Pertanian Bogor.

Penggunaan media sosial Instagram ini menjadi kebutuhan untuk mendukung keberhasilan dan keberlanjutan sebuah institusi pendidikan di masa kini. Pihak sekolah

memanfaatkan berbagai keunggulan dan fitur yang ada di media sosial Instagram untuk menunjang tercapainya tujuan dari adanya pengelolaan media sosial Instagram. Media sosial dapat mencerminkan bagaimana setiap institusi mampu memberikan nilai positif di mata masyarakat. Oleh karena itu, media sosial menjadi sangat penting bagi sebuah institusi untuk menciptakan citra institusinya yang positif dengan berbagai cara pengelolaan. Media sosial merupakan media online yang dapat dengan mudah digunakan oleh semua kalangan dengan tujuan dan kepentingan yang berbeda-beda. Dengan adanya media sosial, banyak orang yang membranding dirinya atau Lembaganya, terutama untuk mendapatkan citra positif dari orang lain yang menggunakan media sosial lain.

Citra merek tidak terbentuk dengan sendirinya, ia terbentuk dengan waktu yang lama dan dari apa yang dipersepsikan oleh konsumen pendidikan. Sekolah atau lembaga pendidikan harus mampu memunculkan kesan positif melalui prestasi maupun keunggulan yang kompetitif, sehingga mampu menjadi citra yang baik dimata masyarakat. Sebab citra yang positif dari para pengguna layanan merupakan pengalaman yang menunjukkan bahwa mereka percaya, merasa puas, loyal dan pada gilirannya akan mampu menjalin kerja sama yang saling menguntungkan. Dari hasil temuan penelitian juga mendapatkan informasi bahwa tujuan SMA Kornita Institut Pertanian Bogor menggunakan media sosial Instagram adalah untuk membangun citra positif sekolah juga memperkenalkan SMA Kornita kepada masyarakat umum serta mempromosikan sekolah guna menarik dari calon siswa baru dan mempengaruhi keputusan dari orang tua untuk memilih sekolah terbaik bagi anaknya.

Menurut Buchari Alma (2003), citra adalah persepsi, emosi, atau gagasan masyarakat mengenai suatu hal, seseorang, atau organisasi. Cara suatu lembaga atau institusi dalam menjalankan operasionalnya sehari-hari yang sebagian besar didasarkan pada penyediaan layanan, dapat berpengaruh dalam pembentukan citranya. Dari hasil temuan penelitian, pihak sekolah melalui media sosial Instagram mampu membangun dan memperkuat citra lembaga pendidikan

dengan cara memanfaatkan media sosial Instagram sebagai saluran komunikasi dan interaksi yang efektif dan efisien dengan stakeholder lembaga pendidikan, serta sebagai sarana promosi dan branding bagi lembaga pendidikan. Pihak sekolah memanfaatkan media sosial Instagram sebagai sarana komunikasi antara sekolah, siswa, orang tua, dan stakeholder lainnya untuk menginformasikan seluruh informasi tentang sekolah, termasuk mempublikasikan keunggulan yang dimiliki sekolah sehingga dapat mempengaruhi keputusan orang tua dalam memilih sekolah untuk anaknya. Media sosial Instagram penting di era digital saat ini untuk membentuk persepsi publik tentang sekolah. Pihak sekolah membuat dan mempublikasikan konten-konten menarik sehingga sekolah dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat dan menarik calon siswa baru.

Citra sekolah merujuk pada persepsi atau gambaran umum yang dimiliki oleh masyarakat atau pihak-pihak terkait terhadap sekolah. Citra sekolah mencakup berbagai aspek, seperti reputasi, prestasi akademis, budaya sekolah, fasilitas, kebijakan, dan hubungan dengan siswa, orang tua, dan masyarakat. Citra sekolah yang positif dapat memengaruhi pemilihan sekolah oleh calon siswa, dukungan dari orang tua, dan partisipasi masyarakat dalam kegiatan sekolah. Salah satu langkah yang sangat penting untuk membentuk reputasi lembaga di mata khalayak adalah membuat citra positif. Oleh karena itu, SMA Kornita Institut Pertanian Bogor ingin meyakinkan orang tua dan calon siswa dengan berusaha membangun sebuah citra yang terbaik dan berbeda dengan sekolah lainnya yakni dengan menyelenggarakan pendidikan yang kuat aspek religiusnya, sesuai dengan motto SMA Kornita untuk Dekat dan akrab dengan Allah Sang Maha Pencipta, Bersahabat dengan sesama, Erat dengan alam semesta, Giat mencari ilmu untuk akhirat dan dunia. Kemudian juga sekolah yang unggul dalam akademik maupun non-akademiknya, serta sekolah yang memiliki kerjasama internasional maupun nasional sesuai dengan visi misi sekolah yang ada dan juga tagline dari SMA Kornita yaitu religious, scientific, global.

## **Pengorganisasian dalam Pengelolaan Media Sosial Instagram untuk Membangun Citra Sekolah**

Terry dalam (Nawawi, 2011) yang menyebutkan bahwa pengorganisasian adalah proses menyusun struktur organisasi, mengalokasikan sumber daya, dan mendelegasikan tugas, tanggung jawab serta wewenang pada lembaga pendidikan untuk melaksanakan rencana yang telah ditetapkan guna mencapai tujuan pendidikan secara efektif. Diketahui dari hasil temuan penelitian bahwa, pengelolaan media sosial instagram SMA Kornita Institut Pertanian Bogor dilaksanakan oleh koordinator IT sekolah dan koordinator kerjasama sekolah dengan tetap diawasi oleh Kepala Sekolah.

Pengorganisasian dalam pengelolaan media sosial Instagram sangat penting untuk membangun citra sekolah yang positif di mata masyarakat. Pengelolaan yang baik diawali dengan pembagian tugas dan tanggung jawab yang jelas di antara tim pengelola. Setiap anggota tim memiliki peran spesifik, seperti pembuatan dan pengeditan konten visual, pengelolaan interaksi dengan audiens, hingga monitoring dan evaluasi performa akun. Dengan struktur kerja yang terorganisir, konten yang diunggah menjadi lebih variatif, terjadwal, dan konsisten, sehingga pesan yang ingin disampaikan sekolah dapat diterima dengan baik oleh siswa, orang tua, dan masyarakat luas

Pembagian peran dan tanggung jawab dari masing-masing personil didasarkan pada kompetensi, kemampuan, serta disesuaikan dengan posisi masing-masing. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan dari (Nanang F, 2004) bahwa pengorganisasian merupakan kegiatan pembagian pekerjaan yang besar menjadi pekerjaan yang lebih kecil serta pembagian tersebut didasarkan pada kemampuan dari para anggota organisasi dalam menggunakan sumber daya organisasi yang ada demi tercapainya tujuan dari organisasi tersebut. Berdasarkan temuan penelitian, diketahui bahwa pembagian peran, tugas dan tanggung jawab diantara koordinator IT dan koordinator kerjasama sekolah adalah seperti, bu Tia sebagai koordinator IT sekolah bertanggung jawab atas aspek teknis seperti

pembuatan, editing, dan publikasi konten, serta memastikan kelayakan postingan. Dan Sensei Inna selaku koordinator kerjasama sekolah bertugas dan bertanggung jawab mengelola komunikasi dan interaksi dengan pengikut melalui komentar dan DM. Koordinasi dilakukan secara daring dan bertemu langsung untuk berbagi ide dan feedback. Dan dalam alur koordinasi pembagian tugas, peran dan tanggung jawab diantara koordinator IT dan koordinator kerjasama sekolah, serta alur koordinasi antara kepala sekolah dengan koordinator IT dan koordinator kerjasama dalam hal pengelolaan media sosial berjalan dengan baik. Pengorganisasian dengan adanya pembagian tugas dan tanggung jawab yang jelas, sejalan dengan banyaknya pengguna internet dan media sosial oleh lembaga pendidikan sebagai salah satu sumber informasi antara pendidik dengan peserta didik, maupun sekolah dengan masyarakat (Maya Pramesti, 2022). Pengorganisasian ini dibutuhkan agar pengelolaan media sosial Instagram berjalan dengan lancar.

## **Pelaksanaan dalam Pengelolaan Media Sosial Instagram untuk Membangun Citra Sekolah**

Proses selanjutnya yakni pelaksanaan atau penggerakan. Dalam teori Terry dalam (Nawawi, 2011) yang mengartikan bahwa pelaksanaan merupakan usaha menggerakkan anggota-anggota organisasi sedemikian rupa sehingga mereka berkeinginan dan berusaha untuk mencapai sasaran dan tujuan organisasi secara maksimal. Proses pelaksanaan ini melibatkan tindakan nyata untuk mendorong semua anggota tim agar berkontribusi dalam mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Dari hasil temuan penelitian, proses pelaksanaan pengelolaan media sosial Instagram dilakukan oleh koordinator IT dan koordinator kerjasama sekolah sesuai dengan tugas dan tanggung jawabnya. Dalam pelaksanaan pengelolaan media sosial Instagram tetap diawasi oleh kepala sekolah.

George R Terry dalam Nawawi 2011, mengemukakan bahwasannya pelaksanaan juga dapat diartikan sebagai proses melaksanakan kegiatan pendidikan sesuai dengan rencana yang telah dibuat. Diketahui

dari hasil temuan penelitian, proses eksekusi dari konsep kerangka konten adalah proses pengambilan foto ataupun video dan proses editing konten dilakukan oleh koordinator IT sekolah. Dalam proses pelaksanaannya, pihak sekolah memanfaatkan aplikasi desain grafis yakni Canva, CorelDraw dan Capcut untuk membantu dalam pengeditan konten seperti foto dan video yang akan dipublikasikan pada media sosial instagram sekolah. Diketahui juga dari temuan penelitian bahwa kualitas konten yang dipublikasikan sekolah pada media sosial instagramnya juga sudah baik yakni berkisar pada resolusi 1920x1080 piksel dan berkisar di 300 DPI.

Instagram adalah platform media sosial untuk berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil gambar, merekam video, menggunakan filter, dan mempostingnya ke platform media sosial lainnya, termasuk Instagram itu sendiri, melalui feed dan Stories (Atmoko, 2012). Diketahui dari hasil temuan penelitian bahwa, konten yang sering dipublikasikan di akun media sosial Instagram sekolah adalah informasi yang berhubungan dengan SMA Kornita Institut Pertanian Bogor baik dari bidang akademik maupun non-akademiknya seperti apresiasi postingan terkait prestasi akademik maupun non-akademik siswa, ekstrakurikuler, pengumuman penting terkait jadwal sekolah ataupun program baru, ucapan di hari besar nasional, serta semua kegiatan atau event yang ada di SMA Kornita dilakukan melalui fitur-fitur yang tersedia di media sosial Instagram seperti *feed*, *instagram story*, *reels* dan *highlights*. Hal tersebut juga sesuai dengan definisi media sosial yang dikemukakan oleh Meike (2012) sebagai kombinasi antara media publik yang digunakan untuk berbagi informasi dengan semua orang tanpa ada kekhususan tertentu, dan komunikasi pribadi yang digunakan untuk bertukar informasi antar orang. Dari hasil temuan penelitian juga diketahui bahwa waktu posting untuk publikasi konten di media sosial Instagram sekolah masih irregularly atau tidak secara periodictly karena disesuaikan dengan event tertentu sesuai dengan agenda pada kalender akademik sekolah juga interaksi pihak sekolah dengan audiens di media sosial Instagram dilakukan

melalui fitur media sosial Instagram yaitu DM (*direct message*) dan juga kolom komentar. Agar pemanfaatan instagram berjalan secara optimal, lembaga perlu memposting konten yang menarik disertai dengan memaksimalkan fitur-fitur yang ada didalam instagram, dan menggunakan literasi yang baik, yang menggambarkan kejadian dari postingan tersebut (Bastian & Anggraeni, 2021). Diketahui dari hasil penelitian bahwasannya SMA Kornita Institut Pertanian Bogor mengunggah setiap konten disertai dengan penjelasan informasi terkait unggahan postingannya secara jelas dan informatif.

Pelaksanaan yang baik sesuai ungkapan dari George R Terry (2006) adalah menempatkan semua anggota daripada kelompok agar bekerja secara sadar untuk mencapai suatu tujuan yang telah ditetapkan sesuai dengan perencanaan dan pola organisasi. Melalui pembahasan diatas, diketahui bahwasannya pihak sekolah sudah melaksanakan pengelolaan media sosial Instagram untuk membangun citra sekolah dengan baik sesuai dengan perencanaan dan pengorganisasian yang telah dilakukan.

Media sosial dirasa sebagai salah satu strategi yang berdampak kuat dalam upaya peningkatan penerimaan peserta didik baru di tengah semakin mengkatnya persaingan antar sekolah khususnya di SMA swasta yang makin banyak bermunculan belakangan ini (Alifia Habibah dan Dian Hidayati, 2023). Diketahui, dalam hasil temuan penelitian bahwa pihak sekolah menggunakan strategi khusus untuk menarik perhatian audiens di media sosial Instagram adalah dengan berusaha membuat konten yang unik, berkualitas dan relevan dengan trend terkini. Serta fokus pada konsistensi desain grafis dalam setiap konten yang diunggah di akun media sosial Instagram sekolah.

### **Pengawasan dalam Pengelolaan Media Sosial Instagram untuk Membangun Citra Sekolah**

Berdasarkan teori Terry dalam (Nawawi, 2011) pengawasan dapat dirumuskan sebagai proses penentuan apa yang dicapai, pengukuran dan koreksi terhadap aktivitas pelaksanaan pada lembaga

pendidikan yang memiliki tujuan untuk memastikan bahwa kegiatan yang berjalan di lembaga pendidikan berjalan sesuai dengan rencana dan tujuan yang telah ditetapkan. Maka dalam hal ini pengawasan yang harus dilakukan yakni dengan mengamati, menilai, mengevaluasi agar sesuai rencana yang sudah ditetapkan. Dalam hal ini sekolah melakukan pengawasan dengan melakukan pengecekan ulang guna memastikan setiap konten yang akan dipublikasikan tidak mengandung unsur SARA dan tetap mengandung nilai-nilai yang ingin ditunjukkan oleh sekolah kepada masyarakat. Sekolah juga melakukan pengawasan dengan memantau *insight* atau *engagement* yang didapatkan dari akun profil media sosial instagram sekolah maupun dari konten yang dipublikasikan, diketahui bahwa *insight* atau *engagement* yang didapatkan pihak sekolah sudah baik karena sudah berhasil mencapai tujuan yang direncanakan sejak awal yakni ingin memperkenalkan SMA Kornita kepada masyarakat umum dan mendapatkan banyak calon siswa baru.

George R Terry (2006) mengemukakan bahwasannya pengawasan yang baik adalah proses penentuan yang dicapai, pengukuran dan koreksi terhadap aktivitas pelaksanaan dan bilamana perlu mengambil tindakan korektif terhadap aktivitas pelaksanaan agar dapat berjalan menurut rencana. Dan dari hasil temuan dan pembahasan diatas, dapat dinyatakan bahwa pihak sekolah sudah melakukan pengawasan secara baik dengan melakukan proses monitoring dan evaluasi guna perbaikan kedepannya.

Dari hasil temuan penelitian diketahui bahwa dengan adanya pengelolaan media sosial Instagram, SMA Kornita Institut Pertanian Bogor semakin dikenal oleh masyarakat umum dan berhasil mencapai tujuan awal pengelolaan media sosial yakni mendapatkan calon siswa baru yang cukup banyak untuk memenuhi pagu yang ada. Banyak orang tua dari calon siswa yang mengetahui informasi terkait SMA Kornita dari media sosial instagram sekolah, dan adanya pengelolaan media sosial instagram yang dilakukan oleh pihak sekolah sudah berhasil mencapai tujuan yang sudah direncanakan yakni membangun citra yang

baik untuk sekolahnya agar menarik minat calon orang tua dan siswa baru untuk menyekolahkan anaknya di SMA Kornita Institut Pertanian Bogor. Dengan adanya media sosial penyampaian informasi dan komunikasi dari Lembaga pendidikan kepada masyarakatnya menjadi lebih mudah dan jangkauannya pun menjadi lebih luas. Peningkatan penerimaan siswa baru sangat dirasakan karena pengaruh positif dari penggunaan media sosial karena kemudahan penyebaran informasi dan jangkauannya yang semakin luas yang menambah ketertarikan calon siswa kepada sekolah tersebut (Alifia Habibah dan Dian Hidayati, 2023).

## **PENUTUP**

### **Simpulan**

Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan peneliti di SMA Kornita Institut Pertanian Bogor dengan judul “Pengelolaan Media Sosial Instagram untuk Membangun Citra Sekolah di SMA Kornita Institut Pertanian Bogor” dapat disimpulkan bahwa:

1. Perencanaan pengelolaan media sosial Instagram di SMA Kornita Institut Pertanian Bogor melakukan beberapa langkah penting diantaranya penentuan tujuan dan merumuskan langkah strategis dalam pengelolaan media sosial Instagram untuk membangun citra sekolah seperti mencari referensi ide konten, melakukan riset bahan konten untuk memastikan keakuratan data serta menentukan unsur-unsur dalam desain grafis pada konten yang akan dipublikasikan di akun media sosial Instagram sekolah.
2. Pengorganisasian dalam pengelolaan media sosial instagram di SMA Kornita Institut Pertanian Bogor melibatkan koordinator IT dibantu dengan koordinator kerjasama sekolah. Pembagian peran, tugas dan tanggung jawab disesuaikan dengan kedudukan ataupun kemampuan yang dimiliki. Alur koordinasi dalam pengorganisasian sekolah berjalan dengan baik.
3. Pelaksanaan dalam pengelolaan media sosial instagram di SMA Kornita

Institut Pertanian Bogor yang dilakukan oleh koordinator IT dan koordinator kerjasama sekolah berjalan dengan baik, dimulai dari proses perencanaan, pendelegasian tugas dan tanggung jawab, pembuatan konten, pengeditan konten yang memanfaatkan aplikasi desain grafis (CorelDraw, Canva dan Capcut), memastikan kelayakan posting dengan mereview ulang konten, hingga proses publikasi konten dan interaksi dengan audiens melalui kolom komentar dan *direct message*.

4. Pengawasan dalam pengelolaan media sosial instagram di SMA Kornita Institut Pertanian Bogor dilakukan dengan melakukan pengecekan ulang pada setiap konten yang akan dipublikasikan oleh kepala sekolah dan tim pengelola. Konten yang akan dipublikasikan di akun media sosial Instagram sekolah harus bebas kontroversi dan unsur SARA. Setiap konten yang dipublikasikan harus mencerminkan nilai-nilai sekolah. Pengawasan juga dilakukan dengan memantau data *insight* dan *engagement* setiap konten yang telah diunggah di media sosial Instagram sekolah.

### Saran

1. Bagi Kepala Sekolah  
Kepala sekolah diharapkan dapat konsisten melakukan perbaikan dan peningkatan pada pengelolaan media sosial Instagram untuk membangun citra sekolah di mata masyarakat.
2. Bagi Koordinator IT Sekolah  
Koordinator IT diharapkan dapat terus melakukan perbaikan dan peningkatan dalam mengelola media sosial instagram sekolah untuk membangun citra sekolah yang lebih baik kedepannya.
3. Bagi Koordinator Kerjasama Sekolah  
Koordinator kerjasama diharapkan dapat memanfaatkan media sosial Instagram sebagai sarana efektif

untuk memperkuat dan mempublikasikan berbagai program kerjasama sekolah dengan pemangku kepentingan terkait guna membangun citra sekolah yang lebih baik kedepannya.

4. Bagi Peneliti Lain  
Diharapkan informasi ini bisa digunakan sebagai sumber dan referensi yang mendukung terkait pengelolaan media sosial Instagram yang mencakup perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan untuk membangun citra sekolah.

### DAFTAR PUSTAKA

- Aat Ruchiat Nugraha, D. F. S. E. N. (2022). Analisis strategi humas pemerintahan era milenial dalam menghadapi tata kelola informasi publik. *PROfesi Humas*, 6(2), 286–310.
- Alifia Habibah dan Dian Hidayati. (2023). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENERIMAAN SISWA BARU DI SMA SWASTA. In *AoEJ: Academy of Education Journal* (Vol. 14).
- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Media Kita.
- Bastian, A. B. F. M., & Anggraeni, W. (2021). Optimalisasi Pemanfaatan Media Instagram dalam Meningkatkan Hubungan Orangtua dan Sekolah Di Kelompok Bermain Al-Azkiya Purwokerto. *Kiddo: Jurnal Pendidikan Islam Anak Usia Dini*, 2(2), 128–142. <https://doi.org/10.19105/kiddo.v2i2.4969>.
- Buchari Alma. (2003). *Pemasaran Stratejik Jasa Pendidikan*. Alfabeta.
- Fitriyanti, D. N. (2023). MANAJEMEN MEDIA SOSIAL SEKOLAH DI MADRASAH TSANAWIYAH MUHAMMADIYAH 2 KARANGANYAR. *Jurnal Studi Manajemen Pendidikan Islam*, 7.
- George R Terry. (2006). *Prinsip-Prinsip Manajemen*. Bumi Aksara.
- Maya Pramesti, A. (2022). *Pengelolaan Website dan Media Sosial di SMK Negeri 4 Surakarta* (Vol. 5, Issue 2).
- Meike, G. & Y. S. (2012). *Media Convergence, MNetworked Digital Media in Everyday Life*. MPG Books Group.

- Miles, M. B. H. A. M. & S. J. (2014). *Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook* (3rd ed.). Sage Publications.
- Nanang F. (2004). *Prinsip-Prinsip Manajemen*. Bina Aksara.
- Nawawi, H. (2011). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Gajah Mada University Press.