

## PENGARUH KUALITAS PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL DAN INFORMASI LEMBAGA TERHADAP REPUTASI SEKOLAH MENENGAH ATAS SWASTA DI KECAMATAN BANYUMANIK KOTA SEMARANG

Rany Santoso<sup>1</sup>, Aditya Chandra Setiawan<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Universitas Negeri Surabaya; [rany.21040@mhs.unesa.ac.id](mailto:rany.21040@mhs.unesa.ac.id)

<sup>2</sup> Universitas Negeri Surabaya; [adityasetiawan@unesa.ac.id](mailto:adityasetiawan@unesa.ac.id)

---

### INFO ARTIKEL

#### *Kata Kunci:*

Media Sosial;  
Informasi Lembaga;  
Reputasi Sekolah

---

#### *Riwayat artikel:*

Diterima 2025-06-25  
Direvisi 2025-06-27  
Diterima 2025-06-30

---

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk (1) Menguji pengaruh kualitas pengelolaan media sosial terhadap reputasi SMA Swasta di Kecamatan Banyumanik Kota Semarang; (2) Menguji pengaruh kualitas pengelolaan informasi lembaga terhadap reputasi SMA Swasta di Kecamatan Banyumanik Kota Semarang; (3) Menguji pengaruh secara simultan kualitas pengelolaan media sosial dan informasi lembaga terhadap reputasi SMA Swasta di Kecamatan Banyumanik Kota Semarang. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan metode survei. Pengumpulan data dilakukan melalui kuisioner, sedangkan instrumen disajikan dalam bentuk tabel yang kemudian dianalisis pada setiap aspeknya. Berdasarkan hasil analisis data untuk uji T, menunjukkan bahwa variabel kualitas pengelolaan media sosial terdapat pengaruh terhadap reputasi lembaga. Selanjutnya untuk variabel kualitas pengelolaan informasi lembaga melalui analisis data menunjukkan bahwa terdapat pengaruh terhadap reputasi lembaga. Sedangkan untuk uji F, menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan secara simultan antara Kualitas Pengelolaan Media Sosial dan Informasi Lembaga terhadap Reputasi SMA Swasta di Kecamatan Banyumanik Kota Semarang.

---

Rany Santoso

Universitas Negeri Surabaya; [rany.21040@mhs.unesa.ac.id](mailto:rany.21040@mhs.unesa.ac.id)

---

## 1. PERKENALAN

Internet memiliki potensi yang sangat luar biasa untuk menyebarluaskan informasi di semua bidang. Hal ini termasuk kemampuan untuk berkomunikasi secara instan melalui media sosial, berbelanja secara *online* dan menikmati hiburan seperti menonton video dan mendengarkan musik *online*, serta memberi orang kesempatan untuk belajar dan berkembang dengan menggunakan sumber daya pembelajaran daring (Puspitarini & Nuraeni, 2019). Bagi generasi Z di masa kini, internet adalah alat yang dapat mencerminkan gaya hidup mereka. Mereka selalu mengandalkan internet sebagai penyedia informasi utama karena memiliki koneksi yang cepat, lancar, dan tanpa batas. Ada kesulitan baru dalam banyak aspek kehidupan di era *post-truth*. Istilah "*post-truth*" ialah suatu keadaan dimana opini publik lebih dipengaruhi oleh perasaan dan keyakinan pribadi daripada fakta objektif. Informasi akan cepat meluas melalui platform digital dan terkadang tidak melalui proses verifikasi yang cukup. Dalam konteks pendidikan, banyak informasi yang tersebar melalui media sosial tidak akurat sehingga dapat memengaruhi pandangan masyarakat terhadap reputasi sekolah. Orang merasa mudah

mempercayai informasi yang mendukung keyakinan mereka, bahkan ketika kebenarannya belum dapat dipastikan, karena fenomena *echo number* dan *confirmation bias* (Abdullah et al., 2024).

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) memproyeksikan pada tahun 2025, akan ada 231 juta pengguna internet di Indonesia. APJII memproyeksikan jumlah pengguna internet di tahun 2025 naik sekitar 1%-2% atau sekitar 6 juta pengguna. Persentase penduduk Indonesia yang memiliki akses internet adalah 64,8% pada tahun 2018, 73,7% pada tahun 2019–2020, 77,01% pada tahun 2022, dan 78,19% pada tahun 2023. Generasi Z (lahir tahun 1997–2021) merupakan pengguna internet terbanyak (34,40%), diikuti oleh generasi milenial (lahir tahun 1981–1996) (30,62%). 18,98% merupakan anggota Generasi X (lahir 1965–1980), 9,17% merupakan pasca-Gen Z (lahir setelah 2022), 6,58% merupakan baby boomer (lahir 1946–1964), dan 0,24% merupakan pra-boomer (lahir 1945 atau sebelumnya) (APJII, 2024). Jumlah pengguna internet dari usia 5 hingga 19 tahun, yang termasuk dalam kategori pendidikan dasar dan menengah, diperkirakan berkisar antara 15,1% hingga 24,8% (Ginantra et al., 2022). Data tersebut menunjukkan bahwa penggunaan internet terus meningkat sehingga ada peluang besar untuk promosi melalui media sosial. Sekolah perlu mempunyai terobosan dengan cara menggunakan media sosial untuk alat promosi yang efektif (Suryawan et al., 2021). Sekolah dapat meningkatkan reputasi, citra, dan minat calon siswa dengan menggunakan media sosial.

Reputasi adalah opini yang telah terbentuk dari waktu ke waktu oleh semua pihak yang terkait dengan suatu organisasi dan dipengaruhi oleh pengalaman orang-orang yang terlibat (Gassing & S, 2016). Reputasi menjadi bukti nyata tentang keberadaan serta kualitas lembaga. Persepsi masyarakat terhadap fasilitas, nilai, dan mutu pendidikan suatu sekolah dikenal sebagai reputasi sekolah. Reputasi yang positif dapat menarik calon peserta didik, meningkatkan hubungan dengan pemangku kepentingan, serta mengembangkan dan meningkatkan kepercayaan publik. Di era digital saat ini, reputasi suatu organisasi berkorelasi dengan integrasi manajemen komunikasi di berbagai platform media sosial. Sekolah dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap institusinya dengan menciptakan narasi yang konstan, valid, dan relevan dengan komunikasi media sosial sekolah (Smith & Taylor, 2020). Untuk mempromosikan program unggulan sekolah dan membangun hubungan masyarakat yang kuat, media sosial dapat digunakan sebagai alat komunikasi yang strategis. Sekolah dapat menggunakan pendekatan literasi informasi untuk membantu warga sekolah menjadi lebih mahir dalam memverifikasi informasi dan menghentikan penyebaran informasi palsu (Kim & Park, 2022).

Di era post truth, media sosial merupakan alat yang digunakan untuk membentuk persepsi publik terhadap sekolah. Agar dapat mempertahankan reputasi yang baik di era digital saat ini, media sosial harus mampu bereaksi secara cepat dan tepat. Elemen media sosial seperti komentar, likes, dan pesan memberi platform untuk humas dalam membangun hubungan yang lebih eksklusif dengan publik, menumbuhkan rasa keintiman dan kepercayaan sekaligus meningkatkan keterlibatan publik melalui interaksi pengguna secara langsung. Hubungan tersebut dapat memperkuat kepercayaan dan menciptakan komunitas yang dapat menunjang reputasi sekolah. Melalui analisis data perilaku daring, media sosial dapat membantu lembaga menemukan tren yang memenuhi tuntutan audiens mereka (Abdullah et al., 2024). Keakuratan dan kecepatan media sosial dapat memberikan kesempatan kepada humas untuk menanggapi terhadap masalah secara instan. Informasi hoaks dapat menyebar dengan cepat, oleh karena itu kecakapan humas dalam memberikan tanggapan atau klarifikasi sangat penting agar meminimalisir efek buruk terhadap nama baik instansi. Pendekatan proaktif untuk menyampaikan narasi positif secara berkala dapat dipadukan dengan strategi respons yang tangkas.

Persaingan di antara sekolah swasta dan negeri semakin meningkat seiring dengan jumlah sekolah di Indonesia yang semakin besar. Berdasarkan laporan dari Kemendikbud-Ristek, jumlah sekolah di Indonesia pada semester 1 tahun ajaran 2024/2025 hingga 6 November tercatat sebanyak 439.049 sekolah. Jumlah tersebut mencakup dari tingkat PAUD hingga sekolah menengah atas. Jumlah sekolah menengah atas tercatat sebanyak 14.793 sekolah. Di Kota Semarang Provinsi Jawa Tengah, terdapat sebanyak 2.220 sekolah tersebar di tahun ajaran 2024/2025. Kecamatan Banyumanik Kota Semarang memiliki 196 sekolah dari berbagai tingkat. Terdapat 8 sekolah menengah atas negeri maupun swasta yang tersebar di Kecamatan Banyumanik. Mayoritas terdapat SMA Swasta di

Kecamatan Banyumanik dibanding dengan SMA Negeri di Kecamatan Banyumanik yang terdiri hanya 2 SMA Negeri. Terdapat 6 SMA Swasta di Kecamatan Banyumanik yaitu SMA Islam Al-Azhar 14 Semarang, SMA Islam Hidayatullah, SMA Mardisiswa, SMA Multazam IBS, SMA Permata Bangsa, SMA Bina Bangsa School. SMA Swasta merupakan sekolah yang dikelola oleh pihak independen, tidak dikelola oleh pemerintah dan menawarkan berbagai program unggulan dengan biaya yang bervariasi. Mayoritas SMA Swasta menawarkan berbagai fasilitas yang lengkap seperti laboratorium, perpustakaan, serta ekstrakurikuler yang lebih beragam dibandingkan SMA Negeri. Selain itu, sebagian sekolah favorit khususnya sekolah swasta mempunyai sarana gedung permanen, kelas unggulan, sarana olahraga, halaman asri, lokasi belajar elit, ruang kelas full AC dan dilengkapi Wifi dan CCTV. Oleh karena itu, SMA Swasta di Kecamatan Banyumanik berhasil bersaing dengan SMA Negeri lainnya yang memiliki reputasi kuat dan telah beroperasi dalam waktu yang lebih lama. Keberhasilan branding sekolah tidak lepas dari penerapan strategi promosi yang komprehensif, baik melalui pendekatan fisik maupun virtual. Kombinasi kedua pendekatan ini terbukti efektif dan efisien dalam menjangkau calon siswa dan membangun reputasi sekolah untuk bersaing dengan SMA Negeri lainnya yang sudah lebih dulu dikenal.

Namun pada kenyataannya, terdapat beberapa kendala dalam mengelola media sosial dan informasi lembaga salah satunya ialah keterbatasan waktu. Guru dan staf sekolah seringkali memiliki beban kerja yang padat, mulai dari proses belajar mengajar hingga tugas administratif, seringkali menyita waktu yang signifikan sehingga sulit untuk mengalokasikan waktu secara efektif untuk mengelola media sosial. Akibatnya respon terhadap pertanyaan, komentar, ataupun pesan dari publik seringkali tertunda serta memberikan kesan bahwa sekolah kurang responsif atau bahkan tidak peduli terhadap interaksi dengan komunitas. Hal ini dapat berdampak negatif pada citra sekolah di mata publik sebagai lembaga pendidikan yang modern dan responsif, karena di era digital saat ini dapat memicu persepsi negatif bahwa sekolah tidak menghargai feedback dari masyarakat. Bukti lain diperoleh dari berbagai review dan komentar yang ditinggalkan pengguna di halaman Google Maps SMA Swasta di Kecamatan Banyumanik. Pilihan bintang lima tidak segan diberikan oleh pengguna kepada lembaga karena telah terwujud kesan yang baik. Akan tetapi, terdapat beberapa ulasan yang kurang baik diberikan kepada lembaga tersebut. Ulasan negatif di media sosial dapat dengan cepat memengaruhi reputasi lembaga. Walaupun rating lembaga tersebut unggul, akan tetapi review yang kurang baik juga tidak dapat diabaikan.

Dapat disimpulkan dari pemaparan di atas, SMA Swasta di Kecamatan Banyumanik Kota Semarang dijadikan tempat penelitian karena seluruh lembaga tersebut menggunakan platform media sosial sebagai alat penyampaian informasi lembaga dan menjadi representasi dari lembaga pendidikan swasta lainnya di Kota Semarang. Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk menilai pengelolaan informasi kelembagaan dan strategi media sosial yang ada serta memberikan saran untuk kemajuan di masa mendatang. Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk mempelajari bagaimana informasi kelembagaan dan pengelolaan media sosial memengaruhi reputasi sekolah, sehingga dalam penelitian ini peneliti merumuskan judul penelitian berupa "Pengaruh Kualitas Pengelolaan Media Sosial dan Informasi Lembaga Terhadap Reputasi Sekolah Menengah Atas Di Kecamatan Banyumanik Kota Semarang".

## **2. METODE**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk meneliti "Pengaruh Kualitas Pengelolaan Media Sosial dan Informasi Lembaga terhadap Reputasi di SMA Swasta di Kecamatan Banyumanik Kota Semarang". Penelitian kuantitatif ialah jenis penelitian yang menghasilkan data yang dapat diukur melalui informasi yang diperoleh. Data yang telah didapat dijadikan sebagai dasar untuk dapat menghasilkan hasil penelitian yang lebih terukur (Priadana & Sunarsi, 2021). Penelitian kuantitatif melibatkan pengujian teori menggunakan pengukuran numerik dan analisis statistik (Creswell & Garret, 2008).

Peneliti menjadikan SMA Swasta di Kecamatan Banyumanik Kota Semarang, Provinsi Jawa Tengah sebagai lokasi penelitian. Populasi penelitian ini adalah semua peserta didik SMA Swasta se-

Kecamatan Banyumanik Kota Semarang, Provinsi Jawa Tengah. Menurut Data Pokok Pendidikan (Dapodik) Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi, Direktorat Jenderal Pendidikan Anak Usia Dini, Pendidikan Dasar, dan Pendidikan Menengah jumlah seluruh peserta didik yang tersebar di 6 SMA Swasta se-Kecamatan Banyumanik mulai dari tingkat kelas X hingga kelas XII adalah 1.380 peserta didik. Peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel *proportional stratified random sampling* dengan membagi populasi menjadi beberapa bagian atau tingkat, kemudian dilakukan pengambilan secara acak (Sugiyono, 2013). Sampel dalam penelitian ini berjumlah 310 peserta didik. Peneliti memanfaatkan kuisioner atau angket sebagai alat untuk mengumpulkan data penelitian. Kuisioner dibagikan kepada responden dengan menggunakan skala likert dan diberikan skor 1 hingga 4. Peneliti memanfaatkan berbagai teknik analisis data, yaitu uji validitas, uji reliabilitisa, uji normalitas, uji linieritas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji T, uji F, dan analisis regresi berganda.

### 3. TEMUAN DAN DISKUSI

#### 3.1. Temuan

##### Hasil Uji Normalitas

Uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* digunakan untuk melakukan uji normalitas. Jika diketahui Asymp. Sig. (2-tailed) menunjukkan nilai lebih besar dari 0,05 maka data dianggap terdistribusi secara normal. Dilihat dari tabel *One-Sample Uji Kolmogorov-Smirnov test* di bawah, terlihat bahwa data penelitian terdistribusi normal karena hasil Asymp. Sig. (2-tailed) menunjukkan angka 0,051 > 0,05.

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

|                                  |                | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|----------------|-------------------------|
| N                                |                | 310                     |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup> | Mean           | .0000000                |
|                                  | Std. Deviation | 1.50306328              |
| Most Extreme Differences         | Absolute       | .051                    |
|                                  | Positive       | .051                    |
|                                  | Negative       | -.033                   |
| Test Statistic                   |                | .051                    |
| Asymp. Sig. (2-tailed)           |                | .051 <sup>c</sup>       |

a. Test distribution is Normal.

Gambar 1. Hasil Uji Normalitas

##### Hasil Uji Linearitas

Berdasarkan hasil analisis linearitas pada variabel kualitas pengelolaan media sosial ( $X_1$ ) dan reputasi lembaga ( $Y$ ), diperoleh hasil untuk nilai signifikansinya sebesar  $0,000 < 0,05$  yang dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan linear secara signifikan antara variabel kualitas pengelolaan media sosial dengan variabel reputasi lembaga. Berikut adalah gambar hasil uji linearitas variabel  $X_1$  dan  $Y$ :

**ANOVA Table**

|                                    |                |                          | Sum of Squares | df  | Mean Square | F      | Sig. |
|------------------------------------|----------------|--------------------------|----------------|-----|-------------|--------|------|
| Reputasi Lembaga *<br>Media Sosial | Between Groups | (Combined)               | 44.528         | 7   | 6.361       | 2.661  | .011 |
|                                    |                | Linearity                | 38.349         | 1   | 38.349      | 16,044 | .000 |
|                                    |                | Deviation from Linearity | 6.179          | 6   | 1.030       | .431   | .858 |
|                                    | Within Groups  |                          | 721.846        | 302 | 2.390       |        |      |
|                                    | Total          |                          | 766.374        | 309 |             |        |      |

Gambar 2. Hasil Uji Linearitas  $X_1$  dan  $Y$

Selanjutnya, berdasarkan hasil analisis linearitas pada variabel kualitas pengelolaan informasi lembaga ( $X_2$ ) dan reputasi lembaga ( $Y$ ), diperoleh hasil untuk nilai signifikansinya sebesar  $0,000 < 0,05$  yang dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan linear secara signifikan antara variabel kualitas pengelolaan informasi lembaga dengan variabel reputasi lembaga. Berikut adalah gambar hasil uji linearitas variabel  $X_2$  dan  $Y$ :

**ANOVA Table**

|   |                |                          | Sum of Squares | df  | Mean Square | F      | Sig. |
|---|----------------|--------------------------|----------------|-----|-------------|--------|------|
| Reputasi Lembaga *<br>Informasi Lembaga | Between Groups | (Combined)               | 54.347         | 9   | 6.039       | 2.544  | .008 |
|   |                | Linearity                | 32.603         | 1   | 32.603      | 13.737 | .000 |
|   |                | Deviation from Linearity | 21.744         | 8   | 2.718       | 1.145  | .333 |
| Within Groups                           |                |                          | 712.027        | 300 | 2.373       |        |      |
| Total                                   |                |                          | 766.374        | 309 |             |        |      |

Gambar 3. Hasil Uji Linearitas  $X_2$  dan  $Y$

*Hasil Uji Multikolinieritas*

Dalam uji ini jika terjadi multikolinieritas maka nilai VIF  $> 10$  dan Tolerance Value  $< 0.1$ . Berdasarkan hasil uji, menunjukkan bahwa hasil *Collinearity Statistics* pada kedua variabel independen yaitu variabel kualitas pengelolaan media sosial dan informasi lembaga menampilkan hasil yang sama. Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai Tolerance value  $0.998 > 0.1$  dan nilai VIF  $1.002 < 10$  sehingga dapat disimpulkan tidak terdapat korelasi antara variabel independen. Berikut adalah gambar hasil uji multikolinieritas:

**Coefficients<sup>a</sup>**

| Model |                   | Collinearity Statistics |       |
|-------|-------------------|-------------------------|-------|
|       |                   | Tolerance               | VIF   |
| 1     | Media Sosial      | .998                    | 1.002 |
|       | Informasi Lembaga | .998                    | 1.002 |

a. Dependent Variable: Reputasi Lembaga

Gambar 4. Hasil Uji Multikolinieritas

*Hasil Uji Heteroskedastisitas*

Berdasarkan hasil uji glejser, variabel bebas media sosial memiliki nilai Sig. sebesar  $0.938 > 0.05$ , yang menunjukkan tidak adanya gejala heteroskedastisitas. Nilai Sig. variabel bebas informasi lembaga adalah  $0.232 > 0.05$ , yang menunjukkan tidak adanya gejala heteroskedastisitas.

**Coefficients<sup>a</sup>**

| Model |                   | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. |
|-------|-------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
|       |                   | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1     | (Constant)        | -.855                       | 2.418      |                           | -.354 | .724 |
|       | Media Sosial      | -.003                       | .042       | -.004                     | -.078 | .938 |
|       | Informasi Lembaga | .046                        | .039       | .068                      | 1.198 | .232 |

a. Dependent Variable: ABS\_RES

Gambar 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

*Hasil Analisis Regresi Linier Berganda*

Berdasarkan dari hasil uji, menunjukkan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pengelolaan media sosial ( $X_1$ ) dan kualitas pengelolaan informasi lembaga ( $X_2$ ) memiliki pengaruh secara simultan terhadap reputasi lembaga ( $Y$ ).

**ANOVA<sup>a</sup>**

| Model |            | Sum of Squares | df  | Mean Square | F      | Sig.              |
|-------|------------|----------------|-----|-------------|--------|-------------------|
| 1     | Regression | 68.282         | 2   | 34.141      | 15.014 | .000 <sup>b</sup> |
|       | Residual   | 698.093        | 307 | 2.274       |        |                   |
|       | Total      | 766.374        | 309 |             |        |                   |

a. Dependent Variable: Reputasi Lembaga

b. Predictors: (Constant), Informasi Lembaga, Media Sosial

Gambar 6. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel di bawah merupakan hasil dari perhitungan uji R Square. Diketahui nilai koefisiensi korelasi (R) 0,298 dan koefisiensi determinasi (R Square) 0,089. Maka dapat disimpulkan bahwa sumbangan pengaruh variabel Media Sosial (X<sub>1</sub>) dan Informasi Lembaga (X<sub>2</sub>) terhadap variabel Reputasi Lembaga (Y) secara simultan (bersama-sama) sebesar 8,9%.

**Model Summary**

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | .298 <sup>a</sup> | .089     | .083              | 1.508                      |

a. Predictors: (Constant), Informasi Lembaga, Media Sosial

Gambar 7. Hasil Koefisien Determinasi

#### Hasil Uji T

Berdasarkan hasil uji T, diketahui bahwa pada variabel kualitas pengelolaan media sosial (X<sub>1</sub>) terhadap variabel reputasi lembaga (Y) memperoleh nilai Sig. 0.000 < 0.05, maka ditarik kesimpulan bahwa H1<sub>0</sub> tidak diterima dan H1<sub>a</sub> dapat diterima. Koefisien regresi media sosial memiliki nilai 0,271 dan bernilai positif. Maka dapat diartikan bahwa media sosial memiliki pengaruh positif sebesar 0,271 terhadap reputasi lembaga. Selanjutnya, pada variabel kualitas pengelolaan informasi lembaga (X<sub>2</sub>) terhadap variabel reputasi lembaga (Y) memperoleh nilai Sig. 0.000 < 0.05, maka ditarik kesimpulan bahwa H2<sub>0</sub> tidak diterima dan H2<sub>a</sub> dapat diterima. Koefisien regresi informasi lembaga memiliki nilai 0,225 dan bernilai positif. Maka dapat diartikan bahwa informasi lembaga memiliki pengaruh positif sebesar 0,225 terhadap reputasi lembaga. Berikut merupakan tabel hasil uji T:

**Coefficients<sup>a</sup>**

| Model |                   | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. |
|-------|-------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
|       |                   | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1     | (Constant)        | 29.373                      | 3.896      |                           | 7.539 | .000 |
|       | Media Sosial      | .271                        | .068       | .216                      | 3.961 | .000 |
|       | Informasi Lembaga | .225                        | .062       | .198                      | 3.628 | .000 |

a. Dependent Variable: Reputasi Lembaga

Gambar 8. Hasil Uji T

#### Hasil Uji F

Berdasarkan hasil uji F, diketahui bahwa nilai Sig. senilai 0,00 < 0,05. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa H3<sub>a</sub> dapat diterima sedangkan H3<sub>0</sub> tidak, yang berarti menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan secara simultan antara Kualitas Pengelolaan Media Sosial dan Informasi Lembaga terhadap Reputasi SMA Swasta di Kecamatan Banyumanik Kota Semarang. Berikut merupakan tabel hasil uji F:

**ANOVA<sup>a</sup>**

| Model |            | Sum of Squares | df  | Mean Square | F      | Sig.              |
|-------|------------|----------------|-----|-------------|--------|-------------------|
| 1     | Regression | 68.282         | 2   | 34.141      | 15.014 | .000 <sup>b</sup> |
|       | Residual   | 698.093        | 307 | 2.274       |        |                   |
|       | Total      | 766.374        | 309 |             |        |                   |

a. Dependent Variable: Reputasi Lembaga  
 b. Predictors: (Constant), Informasi Lembaga, Media Sosial

Gambar 9. Hasil Uji F

### 3.2. Diskusi

#### ***Pengaruh Kualitas Pengelolaan Media Sosial terhadap Reputasi Sekolah Menengah Atas Swasta di Kecamatan Banyumanik Kota Semarang***

Dalam penelitian ini, peneliti mempunyai tujuan untuk mengetahui adanya pengaruh kualitas pengelolaan media sosial terhadap reputasi SMA Swasta di Kecamatan Banyumanik Kota Semarang. Berdasarkan hasil penelitian menggunakan uji T, didapatkan nilai Sig.  $0,000 < 0,05$  yang berarti bahwa kualitas pengelolaan media sosial terdapat pengaruh yang signifikan. Sehingga dapat diartikan bahwa kualitas pengelolaan media sosial memiliki pengaruh terhadap reputasi SMA Swasta di Kecamatan Banyumanik Kota Semarang. Hal tersebut ialah interpretasi dari analisis angket kuesioner (*Inter-Item Correlation*) yang telah disebarkan kepada responden yang berisi pernyataan tentang variabel kualitas pengelolaan media sosial, yaitu pada butir nomor 2 dengan nilai 0,338 yang menyebutkan bahwa “Media sosial sekolah mempunyai tujuan yang jelas dalam menyampaikan informasi kepada siswa” menjadi butir yang paling mempengaruhi variabel kualitas pengelolaan media sosial ke variabel reputasi lembaga. Selain pada butir nomor 2, nilai 0,338 juga ditemukan pada butir pernyataan pada nomor 10 yang menyebutkan bahwa “Sekolah aktif meminta umpan balik dari siswa mengenai konten yang diposting di media sosial” menjadi butir yang paling mempengaruhi variabel kualitas pengelolaan media sosial ke variabel reputasi lembaga.

Variabel ini menggunakan konsep *Plan, Do, Check, Act* (PDCA) atau siklus deming yang merupakan metode manajemen untuk memperbaiki proses dan meningkatkan kualitas secara berkelanjutan. Manfaat PDCA untuk pengelolaan media sosial ialah untuk membantu memastikan konten yang diposting dapat relevan dan efektif, dapat membantuk mengidentifikasi pemborosan sumber daya, memastikan semua aktivitas media sosial selaras dengan tujuan, serta mendorong evaluasi dan perbaikan berkelanjutan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Christina, 2017) terkait pengaruh kegiatan publisitas dan marketing public relations terhadap reputasi sekolah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara aktivitas publisitas dan MPR melalui media sosial terhadap reputasi sekolah. Pengaruh yang sangat besar ini menunjukkan bahwa semakin tinggi aktivitas publisitas dan MPR di media sosial, maka semakin baik pula reputasi sekolah tersebut. Selanjutnya yaitu oleh (Abdullah et al., 2024) menyampaikan bahwa pemanfaatan media sosial dapat memperkuat reputasi sekolah dan meningkatkan kepercayaan publik.

Berdasarkan paparan di atas, penelitian ini menyebutkan bahwa kualitas pengelolaan media sosial memiliki dampak yang signifikan terhadap reputasi SMA Swasta di Kecamatan Banyumanik Kota Semarang. Hal tersebut dapat diartikan ketika media sosial dikelola dengan baik, yang mencakup perencanaan, pelaksanaan, pemeriksaan, dan tindakan maka reputasi sekolah akan dapat meningkat secara positif.

#### ***Pengaruh Kualitas Pengelolaan Informasi Lembaga terhadap Reputasi Sekolah Menengah Atas Swasta di Kecamatan Banyumanik Kota Semarang***

Berdasarkan hipotesis yang digunakan, dalam penelitian ini juga menguji tentang pengaruh kualitas pengelolaan informasi lembaga terhadap reputasi SMA Swasta di Kecamatan Banyumanik

Kota Semarang. Pada hasil penelitian menggunakan uji T memperoleh nilai Sig.  $0,000 < 0,05$  yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pengelolaan informasi lembaga mempunyai pengaruh terhadap reputasi lembaga SMA Swasta di Kecamatan Banyumanik Kota Semarang. Hasil tersebut tercermin dari penyebaran angket kepada 310 peserta didik SMA Swasta di Kecamatan Banyumanik Kota Semarang. Hal tersebut ialah interpretasi dari analisis angket kuesioner (*Inter-Item Correlation*) yang telah disebarkan kepada responden yang berisi pernyataan tentang variabel kualitas pengelolaan informasi lembaga, yaitu pada butir nomor 7 dengan nilai 0,400 yang menyebutkan bahwa "Informasi yang diberikan selalu disampaikan tepat waktu" menjadi butir yang paling mempengaruhi variabel kualitas pengelolaan informasi lembaga ke variabel reputasi lembaga.

Pernyataan yang tercantum dalam angket penelitian mencantumkan teori penilaian kualitas informasi lembaga dari Wang & Strong yang mengidentifikasi dimensi intrinsik, kontekstual, representasi, dan relevansi ini memberikan kerangka yang berguna untuk mengevaluasi kualitas informasi, khususnya dalam lembaga pendidikan. Indikator tersebut memberikan gambaran yang komprehensif mengenai kualitas informasi yang disediakan oleh lembaga untuk memenuhi kebutuhan pengguna. Teori ini menekankan bahwa kualitas informasi akan ditentukan oleh persepsi pengguna.

Hasil penelitian ini berkaitan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Indriani et al., 2021) dimana citra sekolah berpengaruh dengan baik melalui pengelolaan informasi yang efektif. Hal tersebut dilakukan dengan membagikan informasi dengan cara penyebaran brosur, memasang spanduk informasi, serta update informasi melalui media sosial ataupun website. Informasi tersebut menyajikan mengenai prestasi akademik, akreditasi, dan beberapa testimoni yang nantinya akan memengaruhi persepsi publik. Selain itu, terdapat penelitian dari (Melhana et al., 2022) yang menyatakan bahwa informasi dapat dikelola dengan menggunakan Sistem Informasi Manajemen (SIM). SIM dirancang untuk memudahkan sekolah dalam mengelola serta menyebarkan informasi secara efisien. Hal tersebut dapat meningkatkan transparansi, akuntabilitas, dan kualitas layanan informasi. Pada akhirnya akan berdampak positif terhadap reputasi sekolah.

Berdasarkan paparan di atas, penelitian ini menyebutkan bahwa kualitas pengelolaan informasi lembaga memiliki dampak yang signifikan terhadap reputasi SMA Swasta di Kecamatan Banyumanik Kota Semarang. Informasi yang disampaikan secara akurat, tepat waktu, dan relevan dapat berkontribusi dalam membangun reputasi yang baik, meningkatkan kepercayaan publik, dan menarik calon peserta didik yang berkualitas.

### ***Pengaruh Kualitas Pengelolaan Media Sosial dan Informasi Lembaga terhadap Reputasi Sekolah Menengah Atas Swasta di Kecamatan Banyumanik Kota Semarang***

Penelitian ini juga mempunyai tujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pengelolaan media sosial sekolah dan informasi sekolah terhadap reputasi di SMA Swasta di Kecamatan Banyumanik Kota Semarang. Berdasarkan hasil uji *f*, tingkat signifikansi adalah  $0.000 < 0.05$ , yang berarti bahwa variabel kualitas pengelolaan media sosial dan informasi lembaga bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap reputasi SMA Swasta di Kecamatan Banyumanik Kota Semarang. Hal tersebut ialah interpretasi dari analisis angket kuesioner (*Inter-Item Correlation*) yang telah disebarkan kepada responden yang berisi pernyataan tentang variabel kualitas pengelolaan informasi lembaga, yaitu pada butir nomor 10 dengan nilai 0.375 yang menyebutkan bahwa "Sekolah memiliki citra positif dalam hal prestasi akademik dan non akademik yang ditunjukkan melalui konten siswa berprestasi di platform media sosial" menjadi butir bahwa variabel kualitas pengelolaan media sosial dan informasi lembaga bersama-sama memiliki pengaruh ke variabel reputasi lembaga.

Variabel reputasi lembaga ini diterapkan melalui konsep dari teori Spector yang terdiri dari *Dynamic, Cooperatif, Wise, Character, Succesful, dan Withdrawn*. Selanjutnya berkaitan dengan kualitas pengelolaan media sosial, terdapat penelitian dari (Anggraeni et al., 2024) yang menyampaikan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara keefektifan media sosial dan

website sekolah terhadap lembaga PAUD di kota Malang. Selain itu terdapat strategi sekolah untuk menjaga kendali atas reputasi lembaga ialah mencakup transparansi dalam menyediakan informasi yang akurat dan terbuka. Langkah tersebut dapat membantu untuk membangun kepercayaan publik dan menjadi dasar dalam memperkuat reputasi sekolah (Abdullah et al., 2024).

Sehingga dapat disimpulkan dari penelitian ini bahwa reputasi sekolah dapat meningkat akibat pengelolaan media sosial sekolah yang baik dan terstruktur serta didukung dengan pengelolaan informasi sekolah yang akurat. Hal tersebut menunjukkan bahwa kedua variabel saling berkontribusi dalam membangun reputasi yang baik bagi lembaga pendidikan. Oleh karena itu, kualitas pengelolaan media sosial dan informasi lembaga secara simultan memiliki pengaruh terhadap reputasi SMA Swasta di Kecamatan Banyumanik Kota Semarang.

#### **4. KESIMPULAN**

Reputasi sekolah ialah nama baik yang didapat oleh sekolah dalam kurun waktu yang cukup lama melalui tindakan atau perilaku sekolah terhadap orang tua dan peserta didik. Ada berbagai faktor yang dapat memengaruhi reputasi sekolah, diantaranya adalah penyajian konten media sosial dan informasi sekolah. Oleh karena itu, penelitian ini akan menggunakan faktor kualitas pengelolaan media sosial dan informasi lembaga untuk mengukur reputasi sekolah. Berdasarkan hasil analisis bahwa variabel kualitas pengelolaan media sosial dan informasi lembaga berperan secara signifikan untuk membentuk citra dan reputasi sekolah. Kualitas pengelolaan media sosial memberikan pengaruh positif terhadap reputasi lembaga, dibuktikan dengan penyampaian informasi yang jelas, informatif, serta interaksi yang aktif dengan pengguna, mampu meningkatkan persepsi positif masyarakat terhadap sekolah. Kualitas pengelolaan informasi lembaga juga memberikan kontribusi signifikan terhadap reputasi sekolah. Ketepatan waktu penyampaian informasi, kemudahan akses informasi oleh siswa, serta ketersediaan platform digital yang memadai membuat citra sekolah semakin baik di mata publik. Variabel kualitas pengelolaan media sosial dan informasi lembaga yang efektif menjadi kombinasi strategis dalam membangun reputasi sekolah di era digital. Hal tersebut dipengaruhi oleh faktor sekolah mempunyai citra positif dalam hal prestasi akademik dan non akademik yang ditunjukkan melalui konten siswa berprestasi di platform media sosial. Selain itu juga terdapat sebuah kerja sama antara sekolah dengan komunitas lokal untuk mendukung pembelajaran.

#### **REFERENSI**

- Abdullah, R., Arinda, S., Kamal, R., Prasetyaningtyas, H., & Rosyidi, U. (2024). Humas dan Media Sosial sebagai Seni Membangun Reputasi Sekolah di Era Post Truth : Systematic Literature Review. *Journal On Education*, 07(02), 9029–9039.
- Anggraeni, F. N., Maisyaroh, & Gunawan, I. (2024). Pengaruh keefektifan website sekolah terhadap citra sekolah menurut orang tua peserta didik di lembaga pendidikan anak usia dini (PAUD) se-kota Malang. *Jurnal Pembelajaran, Bimbingan, Dan Pengelolaan Pendidikan*, 4(10), 1–6. <https://doi.org/10.17977/um065.v4.i10.2024.1>
- APJII. (2024). *APJII Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang*. Diakses pada 10 Oktober 2024, dari <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>
- Creswell, J. W., & Garrett, A. L. (2008). The “movement” of mixed methods research and the role of educators. *South African Journal of Education*, 28(3), 321–333. <https://doi.org/10.15700/saje.v28n3a176>

- Christina, M. (2017). *Pengaruh Publisitas Dan Marketing Public Relations Pada Media Sosial Terhadap Reputasi Sekolah (Survey Terhadap Orang Tua Siswa Sekolah Victory Plus)* [Universitas Mecu Buana Jakarta]. <https://repository.mercubuana.ac.id/id/eprint/39273>
- Ginantra, N. L. W. S. R., Asana, I. M. D. P., Parwita, W. G. S., & Eriana, I. W. E. (2022). Mobile-Based Customers Management System in Ayunadi Supermarket. *ADI Journal on Recent Innovation (AJRI)*, 4(1), 86–101. <https://doi.org/10.34306/ajri.v4i1.767>
- Indriani, F., Diba, F., Ubaedullah, D., & Pratama, A. I. (2021). Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan Islam. *Jurnal Isema : Islamic Educational Management*, 6(2), 131–148. <https://doi.org/10.15575/isema.v6i2.13656>
- Kim, H., & Park, J. (2022). Social media and public engagement: A strategic approach for educational institutions. *International Journal of Social Media Studies*, 10(4), 233–247.
- Melhana, Tanti, R., & Yantoro. (2022). *Pengelolaan Sistem Informasi Manajemen di Sekolah*. 5, 5846–5850. <http://jiip.stkipyapisdmpu.ac.id>
- Priadana, S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Tangerang: Pascal Books.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71–80. <https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1950>
- Smith, J., & Taylor, K. (2020). Building digital reputation: Strategies for the modern era. *Journal of Digital Communication*, 15(3), 45–49.
- Sugiyonno. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta Bandung.
- Suryawan, A., Umam, A. K., Prasetyo, A. D., Pranata, M. R. A., Setyawan, B. H., & Ahmady, F. (2021). 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>
- Syarifuddin., Gassing, S., Suryanto. (2016). *Public relations*. Yogyakarta: Cv Andi Offset.