

## Optimalisasi Media Sosial dalam Meningkatkan Citra Positif di Sekolah Menengah Pertama

Ajeng Tanjiah Setia Mukti

STITNU Al Farabi Pangandaran; [ajengtan@stitnulfarabi.ac.id](mailto:ajengtan@stitnulfarabi.ac.id)

### JSTAF :

Siddiq, Tabligh, Amanah,  
Fathonah

**Vol 05 No 1 January 2026**

**Hal :** 95-107

<https://doi.org/10.62515/staf.v5i1.1087>

Received: 10 January 2026

Accepted: 22 January 2026

Published: 31 January 2026

**Publisher's Note:** Publisher: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) STITNU Al-Farabi Pangandaran, Indonesia stays neutral with regard to jurisdictional claims in published maps and institutional affiliations.



**Copyright:** © 2023 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0>).

*SMP Negeri 2 Kalipucang telah memberikan pengaruh positif terhadap persepsi masyarakat. Namun, pengelolaannya masih dilakukan secara sederhana dan belum melibatkan tim khusus. Sekolah belum memiliki pedoman narasi, kalender konten, atau strategi komunikasi yang jelas. Meskipun begitu, unggahan yang menampilkan prestasi siswa dan kegiatan sekolah mampu membangkitkan kebanggaan dari pihak internal sekolah dan menciptakan kesan positif di*

### Abstract :

*This research is motivated by the conditions at SMP Negeri 2 Kalipucang, where social media has begun to be used as a means of communication but has not yet been managed optimally. School social media accounts, such as Instagram and TikTok, have so far only been used to document activities, without mature content planning. Therefore, this study aims to explore how the optimization of social media plays a role in shaping a positive image for the school. This research uses a qualitative method with a case study approach. Data collection techniques were carried out through semi-structured interviews with the principal, public relations officer, social media admin, teachers, students, and parents. Additionally, the researcher also observed the school's social media activities. However, its management is still conducted in a simple manner and has not involved a dedicated team. The school does not yet have narrative guidelines, a content calendar, or a clear communication strategy.*

**Keywords :** *Social Media, School Image, Communication Strategy, Public Perception, Educational Institutions*

### Abstrak :

*Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kondisi di SMP Negeri 2 Kalipucang, di mana media sosial sudah mulai digunakan sebagai sarana komunikasi, tetapi belum dikelola secara optimal. Akun media sosial sekolah, seperti Instagram dan TikTok, sejauh ini hanya digunakan untuk mendokumentasikan kegiatan, tanpa perencanaan konten yang matang. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana optimalisasi media sosial berperan dalam membentuk citra positif sekolah. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara semi terstruktur dengan kepala sekolah, humas, admin media sosial, guru, siswa, serta orang tua. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberadaan media sosial di*

*kalangan masyarakat. Berdasarkan temuan ini, dapat disimpulkan bahwa media sosial memiliki potensi besar dalam membentuk citra sekolah.*

**Kata Kunci** ; *media sosial, citra sekolah, strategi komunikasi, persepsi masyarakat, institusi pendidikan*

## **Pendahuluan**

Dunia pendidikan dipenuhi dengan persaingan yang semakin tajam karena kebutuhan masyarakat akan pendidikan yang berkualitas tinggi dan sesuai dengan perkembangan zaman. Lembaga pendidikan tidak akan lepas dengan masyarakat sekitar lembaga karena masyarakat merupakan hal yang dapat berperan dalam membina dan mengawasi pertumbuhan peserta didik (Christian S. Tendean, 2013). Oleh karena itu, institusi pendidikan harus memiliki keunggulan dan fitur yang membedakannya dari institusi lain dengan membangun citra positif yang kuat dan asli adalah salah satu cara yang efektif.

SMP Negeri 2 Kalipucang merupakan salah satu lembaga pendidikan tingkat menengah pertama di Kabupaten Pangandaran yang menghadapi tantangan dalam menjaga kepercayaan masyarakat dan meningkatkan jumlah peserta didik baru. Salah satu kendala yang dihadapi adalah kurang maksimalnya pengelolaan dan pemanfaatan media massa khususnya media sosial sekolah sebagai sarana promosi dan komunikasi publik. Informasi tentang kegiatan sekolah, prestasi siswa, maupun program unggulan belum tersampaikan secara luas dan konsisten kepada masyarakat. Hal ini berdampak pada terbentuknya persepsi yang kurang kuat mengenai keunggulan dan kualitas layanan pendidikan yang ada di SMP Negeri 2 Kalipucang.

Dalam situasi seperti ini, sosial media sekolah dapat berfungsi sebagai alat strategis untuk menyebarkan nilai positif, mempromosikan program unggulan, dan menampilkan pencapaian pendidikan (Ilmi, I., & Nukhbattillah, I. A. 2023).. Sosial media sekolah dapat berfungsi sebagai jembatan antara sekolah dan masyarakat luas, termasuk orang tua dan calon siswa, jika dikelola dengan baik. Diharapkan bahwa komunikasi yang efektif dan terbuka di sosial media, sekolah akan meningkatkan kepercayaan publik dan pada akhirnya membentuk citra sekolah yang positif.

SMP N 2 Kalipucang sebagai salah satu sekolah negeri yang ada di Desa Pamotan, Kec. Kalipucang, Kab. Pangandaran, menghadapi tantangan Dalam beberapa 3 tahun terakhir, dimana jumlah siswa yang mendaftar ke SMP N 2 Kalipucang mengalami penurunan signifikan. Dibuktikan dengan tabel berikut:

**Tabel 1.** Jumlah Data Siswa Tiga Tahun Terakhir

No	Tahun Ajaran	Jumlah Siswa
1	2022/2023	95
2	2023/2024	88
3	2024/2025	83
Jumlah		266

Sumber: SMPN 2 Kalipucang

Salah satu faktor utama yang memengaruhi kondisi ini adalah citra negatif yang berkembang di masyarakat mengenai perilaku siswa di sekolah tersebut dimana siswa siswi SMP N 2 Kalipucang sering kali dianggap memiliki perilaku yang kurang disiplin dan menunjukkan kenakalan yang meresahkan.

Fenomena ini tidak hanya merugikan sekolah, tetapi juga dapat mempengaruhi kepercayaan masyarakat terhadap lembaga pendidikan tersebut. Masyarakat lebih memilih sekolah lain di wilayah sekitar yang dianggap memiliki lingkungan yang baik dan mampu membentuk karakter siswa secara positif. Data yang diperoleh dari Dinas Pendidikan Dasar dan Menengah tahun 2024/2025 menunjukkan bahwa sekolah-sekolah seperti SMP Negeri 1 Kalipucang dan SMP Negeri 3 Kalipucang relatif lebih banyak peserta didiknya meskipun jaraknya relatif sama dengan SMP N 2 Kalipucang(DIKDASMEN, 2025).

**Tabel 2.** Portal Data Pendidikan Dikdasmen

Nama Sekolah	Jumlah Peserta Didik	Rombel
SMP N 1 Kalipucang	778	26
SMP N 2 Kalipucang	82	3
SMP N 3 Kalipucang	145	6

Sumber data: Portal Data Pendidikan Dikdasmen tahun 2024/2025

Tujuan dari Penelitian ini untuk menganalisis optimalisasi media sosial, dalam membentuk dan meningkatkan citra positif SMP Negeri 2 Kalipucang. Penelitian ini juga bermaksud mengkaji sejauh mana pengelolaan media sosial sekolah berperan dalam membangun kepercayaan masyarakat serta mendukung promosi sekolah di era digital. Oleh karena itu, diharapkan bahwa Penelitian ini akan melengkapi kekurangan Penelitian sebelumnya dan memberikan ide-ide yang relevan tentang cara yang lebih baik untuk menggunakan media massa untuk komunikasi lokal.

Penelitian ini penting dilakukan karena SMP N 2 Kalipucang sedang menghadapi tantangan dalam menjaga kepercayaan masyarakat. Rendahnya pengelolaan media sosial yang belum optimal membuat sekolah kehilangan daya tarik, sehingga jumlah siswa yang mendaftar terus menurun setiap tahunnya. Dengan memahami permasalahan ini secara mendalam, penelitian ini dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai akar penyebab dan dampaknya terhadap citra sekolah di mata masyarakat. Penggunaan teknologi dalam pengelolaan media sosial untuk mengenalkan sekolah memiliki potensi serta menjadi solusi inovatif untuk meningkatkan kepercayaan dimata masyarakat. Sayangnya, pengelolaan media sosial masih belum dimanfaatkan secara optimal di wilayah tersebut. Hasil Penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi yang tidak hanya bermanfaat bagi SMP N 2 Kalipucang tetapi juga dapat menjadi panduan bagi sekolah lain dalam mengadopsi teknologi khususnya media sosial untuk membangun citra yang lebih positif di mata masyarakat.

## **Bahan dan Metode**

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan Pendekatan penelitian yang digunakan lebih cenderung menggunakan dengan pendekatan studi kasus. Metode kualitatif berisikan tentang pengamatan untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek Penelitian(Lexy J. Moleong, 2017). Penelitian kualitatif, menurut Bogdan dan Taylor, adalah prosedur Penelitian yang menghasilkan data deskriptif dari perilaku dan kata-kata tertulis atau lisan dari subjek yang diteliti(Tohrin, 2016). Kepala sekolah, wakil kepala sekolah bidang humas, admin media sosial, guru, siswa, orang tua, dan tokoh masyarakat adalah subjek penelitian, yang dipilih melalui teknik purposive sampling berdasarkan tingkat informasi yang mereka berikan. Metode pengumpulan data termasuk observasi partisipatif pasif, wawancara semiterstruktur, dan penelitian dokumentasi.

Data dianalisis dengan menggunakan model interaktif Miles dan Huberman. Proses ini meliputi pengurangan data, penyampaian data, dan penarikan/verifikasi kesimpulan. Credibility, transferability, dan triangulasi antar metode dan sumber data adalah metode yang digunakan untuk menguji validitas data. Triangulasi digunakan untuk memastikan bahwa temuan konsisten dan andal melalui perbandingan hasil observasi, wawancara, dan dokumen.

## **Hasil dan Pembahasan**

### **1. Pemanfaatan Media Sosial di SMP Negeri 2 Kalipucang**

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi SMP Negeri 2 Kalipucang memanfaatkan beberapa platform media sosial dalam kegiatan komunikasinya dengan publik, terutama Instagram dan TikTok. Akun Instagram sekolah digunakan untuk mengunggah dokumentasi kegiatan, baik akademik maupun non-akademik, tapi untuk saat ini akun Instagram belum aktif lagi, sedangkan TikTok lebih sering dimanfaatkan untuk konten bersifat santai atau menarik perhatian generasi muda, seperti video pendek kegiatan siswa dan momen-momen inspiratif.

Sementara itu, platform seperti Facebook dan YouTube tidak lagi digunakan secara aktif. Pilihan platform ini menunjukkan adanya upaya adaptasi terhadap perubahan tren media sosial, di mana media berbasis visual dan video pendek lebih dominan dalam menarik perhatian audiens muda. Temuan ini konsisten dengan Penelitian Nuzulita, dkk (2022), yang menyatakan bahwa media sosial berbasis visual seperti Instagram sangat efektif dalam membangun identitas sekolah secara online, karena mampu menampilkan elemen visual yang merepresentasikan budaya sekolah dan aktivitas siswa secara langsung(Nania Nuzulita et al., 2022).

Meskipun telah memanfaatkan media sosial secara aktif, pola pengelolaan konten di SMP Negeri 2 Kalipucang masih bersifat situasional. Sebagaimana Peneliti telah melakukan wawancara dengan Ibu Yuli sebagai Admin Media Sosial bahwasanya tidak ada tim media sosial formal, dan seluruh proses unggahan dilakukan oleh satu orang admin yang juga merangkap tugas administratif lainnya. Tidak terdapat kalender konten atau jadwal unggahan rutin; sebagian besar konten diunggah berdasarkan momen yang sedang berlangsung. Hal ini menunjukkan bahwa pengelolaan media sosial belum terstruktur secara strategis, sehingga sulit untuk membangun ritme komunikasi yang konsisten dengan audiens. Temuan ini memperkuat hasil studi Saipul Annur dan Ulia Audina (2019), yang mengungkap bahwa minimnya tim pengelola dan tidak adanya perencanaan konten yang matang membuat banyak sekolah gagal memanfaatkan potensi media sosial secara maksimal(Saipul Annur dan Ulia Audina, 2019). Namun, Dalam lingkup Penelitian ini, terlihat bahwa meskipun pengelolaan tidak terstruktur, pihak sekolah tetap memiliki komitmen untuk hadir secara digital, yang merupakan modal awal penting untuk pengembangan ke depan.

Jenis konten yang dipublikasikan melalui media sosial sekolah mencakup beragam aktivitas, mulai dari dokumentasi kegiatan upacara, lomba siswa, dan peringatan hari besar. Konten juga sesekali menampilkan hasil karya siswa dan pencapaian individu atau kelompok. Fokus pada dokumentasi prestasi siswa menjadi salah satu cara tidak langsung untuk memperkuat citra positif sekolah, sebagaimana dikemukakan oleh Adinda Aulia (2022), bahwa publikasi konsisten terhadap kegiatan dan keberhasilan siswa akan meningkatkan persepsi masyarakat terhadap kualitas dan keberdayaan institusi pendidikan( Adinda Aulia 2022).

Namun, yang masih menjadi kekurangan adalah belum adanya narasi strategis atau *storytelling* yang mendampingi konten tersebut, caption pada unggahan cenderung bersifat informatif, tanpa dimaknai secara emosional atau naratif. Ini menandakan bahwa meskipun konten visual sudah tersedia, kekuatan pesan belum dimaksimalkan untuk membentuk brand image sekolah. Di balik komitmen pengelolaan yang kuat, SMP Negeri 2 Kalipucang masih menghadapi berbagai kendala yang signifikan. Berdasarkan hasil wawancara Peneliti dengan Wakasek Humas dan Admin Media Sosial, bahwa tantangan utama berasal dari keterbatasan sumber daya manusia dan hanya satu orang yang mengelola akun media sosial, tanpa dukungan tim kreatif, tim narasi, atau fotografer dokumentasi.

Selain itu, dilihat dari salah satu akun sosial media SMP Negeri 2 Kalipucang yaitu tiktok, hampir semua konten dikemas dalam konsep yang terlalu umum, masih kurang ciri khas yang menjadi suatu keunikan tersendiri, selain itu kualitas unggahan juga masih tergolong standar, karena biasanya khalayak umum lebih suka terhadap konten yang dikemas menarik dan kualitas unggahan yang tinggi, temuan ini selaras dengan hasil Penelitian Wahyuningsari et al. (2022) dalam Jurnal *Al-Rabwah : Jurnal Ilmu Pendidikan*(Fitri Rizki Rahmawati dan Suhardi, 2024), yang menekankan bahwa keberhasilan komunikasi digital maupun media pembelajaran sangat ditentukan oleh kemampuan institusi dalam melakukan diferensiasi konten. Diferensiasi tersebut diperlukan guna menjawab kebutuhan serta preferensi audiens yang beragam. Ketika konten yang disajikan bersifat monoton atau kurang memiliki ciri khas, maka efektivitas pesan yang ingin disampaikan menjadi berkurang, hal ini pada akhirnya berdampak pada lemahnya upaya dalam membentuk citra positif lembaga.

Lebih lanjut, Penelitian yang dilakukan oleh Fitra (2025) dalam jurnal *Jurnal Parameter* (2025) turut memperkuat pandangan tersebut. Ia menegaskan bahwa

penerapan strategi diferensiasi konten yang mempertimbangkan karakteristik dan minat audiens tidak hanya berkontribusi pada meningkatnya efektivitas komunikasi, tetapi juga mendorong keterlibatan pengguna secara lebih aktif (Sujarno et al., 2025). Keterlibatan yang tinggi ini merupakan elemen penting dalam proses pembentukan persepsi positif terhadap institusi. Dengan demikian, pengelolaan konten media yang responsif terhadap audiens dan memiliki kekhasan menjadi aspek strategis dalam membangun dan mempertahankan citra positif lembaga di era digital.

Dalam lingkup ini, konten yang tidak memiliki nilai pembeda cenderung kurang mampu membangun daya tarik maupun resonansi emosional di mata publik. Berdasarkan wawancara dengan Ibu Yuli sebagai admin media sosial diketahui bahwa Kendala teknis juga turut dirasakan, seperti keterbatasan alat dokumentasi (kamera hanya menggunakan ponsel pribadi), sinyal internet yang belum stabil dan penyimpanan ponsel yang sering penuh. Kondisi ini memperkuat temuan Putri & Hariyati, yang mencatat bahwa sebagian besar sekolah di daerah masih bergantung pada sumber daya internal dengan keterampilan terbatas dalam produksi konten digital (Putri&Haryati, 2023).

Penelitian ini juga memperluas temuan tersebut dengan menyoroti bahwa meskipun terbatas, pengelolaan media sosial tetap berjalan berkat dedikasi individu. Hal ini menantang anggapan bahwa efektivitas media sosial sepenuhnya bergantung pada sumber daya yang lengkap; realitanya, komitmen dan kepekaan terhadap momentum dapat menjadi titik awal pengelolaan yang layak dikembangkan.

Secara umum, temuan ini menegaskan bahwa media sosial di SMP Negeri 2 Kalipucang telah dimanfaatkan secara aktif sebagai bagian dari komunikasi sekolah, namun masih dalam tahap awal pengembangan. Tidak adanya strategi konten, tim pengelola, dan narasi yang kuat membatasi potensi media sosial sebagai alat strategis pembentukan citra positif. Meskipun begitu, keberadaan akun yang aktif dan fokus pada dokumentasi prestasi siswa menunjukkan bahwa fondasi awal telah terbentuk. Dengan demikian, Penelitian ini mendukung studi sebelumnya mengenai pentingnya struktur dan sumber daya dalam pengelolaan media sosial, tetapi sekaligus memperluas literatur dengan menunjukkan bahwa bentuk partisipasi minimal pun dapat menghasilkan efek positif terhadap eksistensi digital sekolah.

## **2. Persepsi Masyarakat Terhadap Citra SMP Negeri 2 Kalipucang**

Berdasarkan hasil wawancara dengan berbagai pihak, termasuk orang tua siswa, siswa dan guru, tergambar bahwa persepsi masyarakat terhadap SMP Negeri 2 Kalipucang secara umum cenderung positif. Sekolah ini dipandang sebagai lembaga pendidikan yang memiliki reputasi baik dan telah lama dikenal sebagai institusi yang aktif dalam kegiatan siswa, serta konsisten mencetak prestasi, baik di bidang akademik maupun non-akademik. Banyak responden menyebut sekolah ini sebagai “unggulan di daerah,” dengan penekanan khusus pada karakter guru-gurunya yang dianggap peduli dan dekat dengan siswa. Tingkat kepercayaan masyarakat dapat dilihat dari antusiasme orang tua dalam menyekolahkan anak-anak mereka di SMPN 2 Kalipucang, meskipun tidak semua karena secara geografis sekolah ini tidak selalu menjadi pilihan terdekat dan kurang strategis serta tersebarnya berita negatif mengenai sekolahnya.

Fenomena ini menunjukkan bahwa citra positif sekolah telah mengakar kuat, terbentuk secara tradisional melalui reputasi yang terbangun dari waktu ke waktu. Persepsi positif ini tercermin dari rekomendasi masyarakat kepada calon siswa baru dan dukungan terhadap kegiatan sekolah. Temuan ini konsisten dengan Penelitian Kristiadi dan Putri (2018) dalam *jurnal BISE: Jurnal Pendidikan Bisnis dan Ekonomi* (2021) yang menyatakan bahwa citra positif sekolah berkontribusi pada kepercayaan masyarakat dan rekomendasi informal melalui keluarga dan komunitas (Dinarista Fatiha Yuslih, 2021). Namun demikian, terdapat sebagian kecil masyarakat yang memiliki persepsi netral, umumnya karena keterbatasan informasi atau minimnya interaksi langsung dengan lingkungan sekolah yang menjadikan peminat siswa yang mendaftar menurun setiap tahun.

Persepsi masyarakat terhadap SMP N 2 Kalipucang dipengaruhi oleh beberapa faktor utama, yaitu kualitas pelayanan pendidikan, prestasi siswa, fasilitas sekolah, dan komunikasi yang dilakukan oleh pihak sekolah. Faktor kualitas pelayanan dan citra sekolah secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan persepsi positif masyarakat (Noordi & Permatasari, 2018) dalam *jurnal BISE: Jurnal Pendidikan Bisnis dan Ekonomi* (2021) (Dinarista Fatiha Yuslih, 2021). Di sisi lain, persepsi negatif muncul dari keterbatasan sarana prasarana dan kurangnya inovasi dalam penyampaian informasi, yang menimbulkan kesan kurang responsif terhadap kebutuhan masyarakat. Hal ini sejalan dengan temuan Penelitian Haliman Tjahyadhi Riswono yang menunjukkan

bahwa kualitas pelayanan dan biaya pendidikan secara signifikan memengaruhi citra dan persepsi masyarakat(Haliman Tjahyadhi Riswono, n.d.).

Media sosial memiliki peran yang semakin strategis dalam membentuk dan memperkuat persepsi masyarakat terhadap SMP Negeri 2 Kalipucang. Di era digital saat ini, media sosial bukan hanya menjadi saluran informasi, tetapi juga ruang simbolik tempat identitas institusi pendidikan dibentuk dan dikomunikasikan. Melalui unggahan yang menampilkan aktivitas siswa, capaian prestasi, hingga nilai-nilai budaya sekolah, masyarakat diberikan akses langsung untuk melihat representasi sekolah secara visual dan naratif. Hal ini sejalan dengan konsep "*brand visibility*" yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller, di mana konsistensi dan kualitas pesan yang disampaikan akan mempengaruhi cara publik memaknai citra suatu lembaga(Kotler, P., 2016).

Penelitian yang dilakukan oleh Noviasari, Wulandari, dan Suryaningsih (2015) memperkuat gagasan tersebut, mereka menunjukkan bahwa sekolah yang secara aktif dan terarah mengelola media sosial sebagai sarana komunikasi publik cenderung memperoleh peningkatan kepercayaan dari masyarakat(Noviasari et al., 2015). Efektivitas pencitraan digital tidak hanya terletak pada keberadaan media sosial itu sendiri, tetapi lebih jauh ditentukan oleh transparansi informasi, narasi positif, dan interaksi dengan stakeholder. Dalam lingkup SMP Negeri 2 Kalipucang, meskipun pengelolaan media sosial masih bersifat individual dan belum dilandasi oleh strategi komunikasi digital yang komprehensif, keberadaan akun Instagram dan TikTok, khususnya akun Tiktok karena akun instagram sudah lama tidak aktif telah berfungsi sebagai etalase publik. Melalui kanal ini, sekolah menunjukkan keterbukaan, keberlangsungan aktivitas, serta semangat dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat.

Namun demikian, efektivitas media sosial sebagai instrumen pembentuk persepsi publik tidak dapat dilepaskan dari dua faktor krusial: kualitas konten dan intensitas keterlibatan (*engagement*). Konten yang bersifat dokumentatif dengan narasi yang cenderung deskriptif beresiko kehilangan daya tarik emosional, yang sebenarnya sangat diperlukan dalam membangun koneksi afektif antara institusi dan publik. Oleh karena itu, pengelolaan media sosial yang profesional menuntut pendekatan yang lebih kreatif, termasuk dalam menyusun alur narasi (*storytelling*), membangun identitas visual yang konsisten, serta membuka ruang interaksi dua arah dengan audiens.

Temuan dari Aulia Putri Siregar (2022) mengonfirmasi pentingnya aspek ini, dengan menegaskan bahwa strategi komunikasi digital yang terstruktur dan partisipatif mampu memperkuat persepsi positif masyarakat, meningkatkan kelekatan siswa terhadap sekolah, serta mendorong keterlibatan orang tua secara lebih aktif dalam proses pendidikan(Adinda Aulia, 2022)

Dengan memperhatikan keseluruhan dinamika tersebut, menjadi jelas bahwa media sosial bukan semata alat penyebaran informasi, tetapi telah menjadi arena strategis dalam pertarungan citra dan kepercayaan publik. Di sinilah letak urgensi pengelolaan konten yang tidak hanya rutin, tetapi juga reflektif terhadap nilai-nilai yang diusung sekolah. Identitas sekolah tidak cukup dibentuk oleh aktivitas formal yang ditampilkan, melainkan juga oleh cara sekolah menyusun narasi tentang dirinya sendiri narasi yang konsisten, autentik, dan memiliki daya tarik bagi masyarakat luas.

### **3. Optimalisasi Media Sosial dalam Meningkatkan Citra Positif**

Optimalisasi media sosial memainkan peran yang semakin penting dalam proses pembentukan citra positif lembaga pendidikan. Ketika pengelolaan dilakukan secara strategis memperhatikan konsistensi, relevansi, serta kualitas pesan yang disampaikan media sosial tidak hanya berfungsi sebagai saluran penyebaran informasi, tetapi juga sebagai instrumen utama dalam membentuk identitas publik sekolah. Berdasarkan observasi yang peneliti laksanakan, Dalam lingkup SMP Negeri 2 Kalipucang, meskipun tata kelola media sosial belum sepenuhnya profesional maupun terstruktur secara kelembagaan, berbagai indikasi menunjukkan bahwa keberadaannya telah mulai membentuk persepsi positif masyarakat.

Hal ini tercermin dalam tanggapan orang tua, siswa, dan guru terhadap konten-konten yang menampilkan keterlibatan siswa dalam kegiatan, keberhasilan sekolah dalam berbagai ajang, serta atmosfer internal sekolah yang terbuka dan aktif. Temuan ini sejalan dengan konsep yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2016), yang menekankan bahwa penyampaian pesan yang konsisten dan relevan merupakan komponen kunci dalam pembentukan citra lembaga(Kotler, P., 2016). Temuan ini juga menguatkan hasil studi Aulia Putri Siregar (2022), yang menunjukkan bahwa media sosial dapat secara signifikan meningkatkan persepsi positif masyarakat jika dikelola dengan pendekatan strategis yang tepat( Adinda Aulia, 2022)

Dalam praktik sehari-hari, strategi komunikasi yang diterapkan melalui media sosial di SMP Negeri 2 Kalipucang masih berada pada tahap awal dan bersifat eksplorasi.

Sebagian besar konten yang diunggah bersifat dokumentatif, didominasi oleh laporan kegiatan rutin atau prestasi siswa, namun belum sepenuhnya didukung oleh narasi yang bersifat persuasif ataupun membangun ikatan emosional dengan audiens. Meskipun begitu, potensi pengembangan ke arah strategi komunikasi yang lebih matang sangat terbuka. Penguatan pendekatan berbasis *storytelling*, konsistensi dalam identitas visual, serta integrasi nilai-nilai inti sekolah dalam setiap narasi digital merupakan langkah penting yang dapat dikembangkan. Sejalan dengan itu, Nuzulita (2022) menekankan pentingnya integrasi antara bentuk, isi, dan waktu publikasi sebagai elemen kunci untuk menciptakan resonansi emosional (Nania Nuzulita et al., 2022). Dalam hal ini, media sosial tidak cukup hanya menjadi saluran informatif, melainkan harus mampu menjadi ruang yang menginspirasi, mendekatkan sekolah kepada masyarakat secara psikologis, dan membangun citra berbasis nilai.

Sampai pada tahap Penelitian ini dilakukan, belum ditemukan adanya kampanye media sosial yang dirancang secara sistematis dan berorientasi pada penciptaan citra sekolah. Meskipun demikian, beberapa unggahan tertentu seperti dokumentasi keberhasilan siswa, partisipasi dalam kegiatan nasional, atau publikasi kegiatan bernuansa budaya dan hari besar dapat dibaca sebagai bentuk kampanye kultural yang berjalan secara spontan. Meski tidak dilandasi oleh perencanaan strategis, konten-konten tersebut tetap berkontribusi dalam membentuk persepsi masyarakat secara positif.

Di sisi lain, kurangnya pengelolaan konten secara selektif dan minimnya interaksi dua arah dengan audiens juga menciptakan celah dalam proses komunikasi. Ketika konten yang ditampilkan bersifat monoton, tidak terkuras, atau bahkan tidak mampu menarik attensi visual, maka kekuatan pesan menjadi lemah. Hal ini mengafirmasi temuan Audina (2023) bahwa efektivitas kampanye media sosial di sekolah sangat bergantung pada kemampuan institusi dalam mengelola pesan secara kolaboratif dan berbasis data termasuk dalam hal pemilihan konten, waktu unggah, dan gaya komunikasi (Saipul Annur dan Ulia Audina, 2019).

Partisipasi stakeholder baik guru, siswa, maupun orang tua merupakan elemen penting dalam mengoptimalkan fungsi media sosial sekolah. Pelibatan guru sebagai penyumbang informasi akademik dan inspirasi pengajaran, siswa sebagai kreator konten digital berbasis pengalaman belajar, serta orang tua sebagai distributor pesan dan pemberi umpan balik, akan memperluas jangkauan serta memperkaya karakter pesan

yang disampaikan. Dengan demikian, membangun sistem pengelolaan media sosial berbasis partisipasi menjadi tidak hanya relevan, tetapi juga esensial dalam memperkuat posisi sekolah di mata publik secara berkelanjutan.

## **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil observasi, wawancara dan dokumentasi menunjukkan bahwa SMPN 2 Kalipucang telah memanfaatkan media sosial seperti Instagram dan TikTok sebagai sarana dokumentasi kegiatan, publikasi prestasi, dan penyebaran informasi sekolah. Hal ini mencerminkan adanya kesadaran akan pentingnya ruang digital sebagai media komunikasi publik. Namun, pengelolaan masih bersifat informal tanpa struktur tim, kalender konten, maupun pedoman strategis yang jelas, sehingga fungsi strategis media sosial belum optimal.

Persepsi masyarakat terhadap sekolah relatif positif, terutama dalam aspek apresiasi terhadap keberhasilan akademik maupun partisipasi siswa dalam kegiatan non-akademik. Akan tetapi, persepsi tersebut belum sepenuhnya dibentuk oleh strategi komunikasi yang terarah, melainkan lebih dipengaruhi oleh reputasi historis sekolah dan relasi interpersonal antarwarga sekolah. Namun di sisi lain, masih ada stigma negatif terkait disiplin siswa dan ketidakterbukaan informasi dari pihak sekolah. Media sosial belum sepenuhnya dimanfaatkan untuk menepis stigma tersebut secara strategis.

Dalam lingkup SMP Negeri 2 Kalipucang, potensi tersebut baru sampai pada tahap eksistensi, belum mencapai level optimalisasi yang menyentuh strategi komunikasi jangka panjang. Dengan kata lain, media sosial belum sepenuhnya menjadi alat manajemen citra institusi khususnya di daerah pamotan, meskipun benih-benih ke arah tersebut telah muncul melalui inisiatif individu di lingkungan sekolah.

## **Referensi**

- Christian S. Tendean. (2013). *Peran Humas Dalam Pencitraan Universitas Sam Ratulangi Manado*. 2(4), Hlm. 3.
- Dikdasmen. (2025). *Portal Data Pendidikan*. <Https://Data.Dikdasmen.Go.Id/Data-Induk/Pd/020000/022500/022557?Page=4>
- Dinarista Fatiha Yuslih, T. M. J. A. N. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Sekolah Terhadap Kepuasan Siswa Di Sma Negeri 1 Jatisrono. *Bise: Jurnal Pendidikan Bisnis Dan Ekonomi*, 7(1), 1–10.

Fitri Rizki Rahmawati Dan Suhardi. (2024). Penerapan Diferensiasi Konten Dalam Lkpd Menggunakan Pendekatan Culturally Responsive Teaching ( Crt ) Pada Pembelajaran Bahasa Indonesia. *Al-Rabwah : Jurnal Ilmu Pendidikan*, 18(2), 83–92.

Haliman Tjahyadhi Riswono. (N.D.). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Citra Dan Pengaruhnya Terhadap Word Of Mouth Pada Jasa Pendidikan*.

Ilmi, I., & Nukhbatillah, I. A. (2023). Manajemen Pemasaran Lembaga Pendidikan Melalui Digital MAarketing Produk Produk Unggulan SMAN 1 Langkap Lancar. *Jurnal Pemberdayaan Komunitas MH Thamrin*, 5(1), 105-116.

Kotler, P., & K. (2016). *Manajemen Pemasaran* (12th Ed). Pt. Indeks.

Lexy J. Moleong. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Pt Remaja Rosdakarya.

Nania Nuzulita, Endah Purwanti, Taufik, Fikri Yoma Rosyidan, Fahira Firdausi, Novia Nurhasanah Arrasyid, & Oktavia Intifada Husna. (2022). Peningkatan Kualitas Konten Pada Media Sosial Sekolah Sebagai Sarana Promosi Dan Branding Sekolah Di Surabaya. *Jurnal Layanan Masyarakat (Journal Of Public Services)*, 6(2), 395–405. <Https://Doi.Org/10.20473/Jlm.V6i2.2022.395-405>

Noviasari, R. A., Wulandari, D., & Suryaningsih, I. B. (2015). Pengaruh Citra Institusi Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Mahasiswa Universitas Moch. Sroedji Jember. *Bisma Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 9(2), 190–201.

Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Pemasaran Online Pada Toko Online Shop ( Studi Kasus Di Kalangan Pemillik Toko Online ) Skripsi Oleh : Adinda Aulia Putri Siregar Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Medan Area Medan Media Pem (2022).

Putri&Haryati. (2023). Strategi Public Relations Dalam Upaya Mewujudkan Citra Positif Sekolah Melalui Media Sosial (Studi Pada Madrasah Aliyah Negeri 2 Di Rembang). *Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan*, 11(5), 1150–1162.

Saipul Annur Dan Ulia Audina. (2019). Peran Humas Dalam Membangun Citra Sekolah Berbudaya Di Madrasah Aliyah Negeri 1 Palembang ( Studi Kasus Terhadap Peran Humas Dalam Membangun Citra Di Man 1 Palembang ). *Jurnal Nuansa*, Xii(2), 256–267.

Sujarno, N., Ekohariadi, I. G. P., Sumbawati, M. S., & Timur, J. (2025). Analisis Kepraktisan Dan Efektivitas : Penerapan Media Pembelajaran Diferensiasi Konten Dengan Google Sites Pada Materi Jaringan Komputer. *Jurnal Parameter*, 37(1), 1–19.

Tohrin. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Pendidikan Dan Bimbingan Konseling*. Raja Grafindo Persada.