



MANAJEMEN HUBUNGAN MASYARAKAT DALAM PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI UPAYA MENINGKATAN CITRA SEKOLAH DI SDIT DAN SMPIT BANTEN ISLAMIC SCHOOL

¹Ridwan Nurkarim ²Ahmad Qurtubi ³Anis Fauzi

E-mail: ridwannurkarim11@gmail.com, ahmad.qurtubi@uinbanten.ac.id, anis.fauzi@uinbanten.ac.id

¹Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten, ² Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten

ABSTRACT

In today's digital era, social media has become an important platform to communicate and interact with school stakeholders such as students, parents, teachers and the general public. Effective management of the school's social media can have a significant impact on the school's image and reputation. This study aims to describe the public relations management in managing social media as an effort to improve the school's image. The research method used is descriptive qualitative with data collection techniques through observation, in-depth interviews, documentation, triangulation, field notes and member checks. The informants in this study were the principal, vice principal for public relations and coordinator of the Creative Team. The results of this study are (1) Planning social media management in improving the image at SDIT and SMPIT Banten Islamic School by making a grand design, forming a Creative Team, compiling operational standards, and determining audience segmentation. (2) The implementation of social media management in improving the image of schools at SDIT and SMPIT Banten Islamic School begins with determining the theme of the content to be created, creating social media content, conducting bureaucratic approval of publications, social media publications on Instagram, Facebook, Youtube, Tiktok and Whatsapp. (3) Evaluation of social media management conducted by SDIT and SMPIT Banten Islamic School is by conducting direct or spontaneous evaluation, monthly evaluation, semester evaluation and annual evaluation. (4) Supporting and inhibiting factors in social media management and (5) strategic steps taken by the principal as a quick and appropriate step in dealing with obstacles to social media management at SDIT and SMPIT Banten Islamic School. It is hoped that the results of this study can make an important contribution to the development of theory and practice of public relations management in the educational context.

Keywords: public relations management, social media, school image

ABSTRAK

Dalam era digital saat ini, media sosial telah menjadi platform penting untuk berkomunikasi dan berinteraksi dengan stakeholder sekolah seperti siswa, orangtua, guru, dan masyarakat umum. Pengelolaan yang efektif dari media sosial sekolah dapat berdampak signifikan pada citra dan reputasi sekolah. Penelitian ini bertujuan untuk memaparkan manajemen hubungan masyarakat dalam pengelolaan media sosial sebagai upaya meningkatkan citra sekolah. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam, dokumentasi, triangulasi, catatan lapangan dan member check. Informan dalam penelitian ini adalah kepala sekolah, wakil kepala sekolah bidang hubungan masyarakat dan koordinator Tim Kreatif. Hasil dari penelitian ini adalah (1) Perencanaan pengelolaan media sosial dalam meningkatkan citra di SDIT dan SMPIT Banten Islamic School dengan membuat grand desain, membentuk Tim Kreatif, menyusun standar operasional, dan menentukan segmentasi audiens. (2) Pelaksanaan pengelolaan media sosial dalam meningkatkan citra sekolah di SDIT dan SMPIT Banten Islamic School dimulai dengan menentukan tema konten yang akan dibuat, membuat konten media sosial, melakukan birokrasi persetujuan publikasi, publikasi media sosial di Instagram, Facebook, Youtube, Tiktok dan Whatsapp. (3) Evaluasi pengelolaan media sosial yang dilakukan SDIT dan SMPIT Banten Islamic School adalah dengan melakukan evaluasi langsung atau spontan, evaluasi bulanan, evaluasi semester dan evaluasi tahunan. (4) Faktor pendukung dan penghambat dalam pengelolaan media sosial dan (5) langkah strategis yang dilakukan oleh kepala sekolah sebagai langkah cepat dan tepat dalam menghadapi hambatan pengelolaan media sosial di SDIT dan SMPIT Banten Islamic School. Diharapkan bahwa hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi penting terhadap pengembangan teori dan praktik manajemen hubungan masyarakat di konteks pendidikan.

Kata kunci: manajemen humas, media sosial, citra sekolah



INTRODUCTION

Manajemen hubungan masyarakat adalah salah satu hal yang sangat penting dalam suatu lembaga atau instansi termasuk lembaga pendidikan, karena manajemen hubungan Masyarakat sendiri mempunyai tujuan untuk membangun komunikasi dan juga sebagai sarana informasi antara pihak lembaga atau organisasi dengan Masyarakat sehingga mampu menciptakan iklim hubungan yang harmonis antara keduanya.

Didalam lembaga pendidikan manajemen hubungan Masyarakat mempunyai tujuan penting sebagai sarana komunikasi dan informasi antara pihak sekolah dan juga masyarakat baik sebagai orang tua siswa ataupun sebagai masyarakat umum. Hubungan antara sekolah dan masyarakat sangat bergantung pada pengelolaan manajemen hubungan masyarakat disekolah sehingga mampu menciptakan hubungan yang harmonis antara masyarakat dan sekolah sehingga sekolah dapat diterima dengan baik oleh masyarakat dengan otomatis citra sekolah tersebut akan meningkat khalayak masyarakat umum.

Dalam Undang-Undang Republik Indonesia nomor 20 tahun 2003 pasal 7 ayat 1 menjelaskan bahwa sekolah sebagai lembaga pendidikan mempunyai kewajiban untuk memberikan informasi tentang kegiatan sekolah dan juga perkembangan anak disekolah kepada orang tua sehingga orang tua juga membuat.¹

Kepercayaan masyarakat terhadap sekolah bisa ditingkatkan dengan sekolah memiliki karakteristik dan khas yang mencirikan dan membedakan suatu lembaga sekolah dengan sekolah yang lain dan juga bisa dilakukan dengan penanaman persepsi publik

terhadap masyarakat sehingga citra yang baik dapat diterima oleh sekolah. "Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Elyus dan Soleh bahwa minat masyarakat dan kualitas sumber daya sekolah akan meningkat ketika sekolah mampu menciptakan citra yang baik dimata masyarakat."²

Pada era digital saat ini persaingan antara lembaga pendidikan terus terjadi selain untuk meningkatkan citra lembaga pendidikan, persaingan juga bertujuan untuk menarik minat masyarakat sebagai konsumen jasa pendidikan. Lembaga pendidikan melakukan peningkatan citra sekolah melalui sistem informasi digital yang hari ini sangat mudah dilakukan oleh lembaga pendidikan, dimana publik atau masyarakat yang menjadi target pasar lembaga pendidikan juga mendapatkan akses informasi dengan mudah lewat informasi digital yang dilakukan oleh lembaga sekolah.³

Salah satu sistem informasi digital adalah media sosial yang dimana media sosial bisa menjangkau lebih cepat dan lebih luas untuk menyampaikan informasi. Pemanfaatan media sosial sangat penting untuk mencapai tujuan lembaga pendidikan atau sekolah, maka dibutuhkan manajemen hubungan masyarakat agar pemanfaatan media sosial dapat berjalan senada dan seirama sesuai dengan tujuan lembaga pendidikan atau sekolah. Hal ini sejalan dengan penelitian Sholihah menjelaskan bahwa manajemen humas melalui pemanfaatan media sosial berperan penting dalam meningkatkan mutu sekolah.⁴

Badan pusat statistik (BPS) pada tahun 2018 melakukan survei tentang penggunaan teknologi informasi dan komunikasi disektor pendidikan yang dilakukan terhadap 4.014 sekolah sekolah yang

¹ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 tahun 2003"

² Elyus and Soleh, "Strategi Humas Dalam Meningkatkan Citra Sekolah Di Era Pandemi Covid 19," *Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan*,9(2), (2021): 281-289."

³ Wenni Syafitri, "Pelatihan Branding Sekolah Pada Sosial Media Di SMP IT Madani," *Dinamisia : Jurnal*

Pengabdian Kepada Masyarakat 3, no. 1 (2019): 158-66."

⁴ Tutut Sholihah, "Strategi Manajemen Humas Dalam Menciptakan School Branding Pada Sekolah Islam Terpadu," *J-MPI (Jurnal Manajemen Pendidikan Islam)* 3, no. 2 (2018): 72-84."

tersebar di 34 Provinsi dengan data yang dihasilkan berdasarkan jenjang pendidikan dari tingkat Sekolah Dasar (SD), Sekolah Menengah Pertama (SMP) dan Sekolah Menengah Atas (SMA) dengan persentasi SD dan sederajat 64,55 %, SMP dan sederajat 19,22% dan SMA dan sederajat sebanyak 16,23%.⁵

Data diatas akan mengalami peningkatan signifikan ditahun 2020 sampai 2024 terutama ketika adanya wabah covid-19 yang merubah semua sektor termasuk sektor pendidikan karena sistem pendidikan berubah menjadi online dengan memanfaatkan media sosial yang ada seperti Whatsapp, Youtube, Google Meet, Zoom Meet dan lain-lain sebagainya sebagai sarana melaksanakan kegiatan pembelajaran.

Peran media sosial tidak hanya mempunyai peran dalam kegiatan pembelajaran saja tapi pada prakteknya di era digital hari ini setidaknya ada beberapa peran lainnya terutama dalam menjalin hubungan dengan orang tua, masyarakat dan pihak terkait lainnya sehingga mengharuskan lembaga pendidikan harus mempunyai manajemen yang terstruktur dalam mengelola media sosial

1. Sebagai sarana informasi pendidikan dan media pembelajaran alternatif.⁶
2. Sebagai sarana publikasikan kegiatan, program-program sekolah dan PPDB.⁷
3. Sebagai sarana komunikasi secara daring lewat media sosial.⁸

⁵ Badan Pusat Statistik, Penggunaan dan Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi (P2TIK) Sektor Pendidikan 2018.

⁶ Greenhow, C., & Chapman, A. (2020). Social Distancing Meet Social Media: Digital Tool For Connecting Students, Teachers, And Citizens in An Emergency.

⁷ Budiastuti, D. R. (2022). Penggunaan Media Sosial Instagram, Youtube, dan Facebook Sebagai Sarana Komunikasi Bagi SMP Terpadu Darussalam

⁸ Kimmons, R., Carpenter, J. P., Veletsianos, G., & Krutka, D. G. (2018). Mining Social Media Divides: An Analysis of K-12 U.S.School Uses of Twitter. Learning, Media and Technology

4. Sebagai sarana membangun konektivitas antara publik dengan humas sekolah.⁹

5. Memudahkan dalam proses PPDB di sekolah.¹⁰

6. Sarana publikasi dan pemasaran sekolah.¹¹

7. Meningkatkan daya tarik dan membangun kepercayaan publik.¹²

SDIT dan SMPIT Banten Islamic School adalah satuan lembaga pendidikan yang didalamnya terdapat sekolah dasar dan sekolah menengah pertama dengan khas sebagai sekolah islam terpadu dibawah satu yayasan yaitu Yayasan Tunas Unggul Rabbani yang berada di wilayah Kabupaten Serang yang dalam hal ini sudah lama mengoptimalkan media sosial sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan citra sekolah, citra baik yang diberikan kepada masyarakat melalui media sosial adalah prestasi dalam bidang pembelajaran yang bersifat akademik dan bidang pembelajaran yang bersifat non akademik yang diraih baik oleh siswa dan juga guru serta semua kegiatan sekolah yang berkualitas dan mempunyai khas tersendiri dan membedakan sekolah dengan sekolah-sekolah yang lain.

Humas SDIT dan SMPIT Banten Islamic School mengambil manfaat dari media sosial sebagai sarana agar sekolah mendapatkan citra dan kepercayaan dari masyarakat diantaranya adalah Instagram, Facebook, Youtube, Whatsapp dan Tiktok, salah satu yang menjadi hal yang menarik adalah ketua yayasan melalui kepala sekolah

⁹ Rakhman & Trihantoyo, S. (2020). Peran Hubungan Masyarakat Era Marketing 4.0 Dalam Meningkatkan Keterserapan Lulusan Program Keahlian Multimedia di SMKN 12 Surabaya.

¹⁰ Nasih, G. (2021). Analisis Penggunaan Media Sosial Dalam Perekrutan Peserta Didik Baru Di Smp Plus.

¹¹ Andini, F. D. (2022). Aktivitas Komunikasi Pemasaran Terpadu Sekolah Menengah Pertama An Namiroh Pekanbaru dalam Mempromosikan Sekolah di Masa Pandemi Covid-19. Skripsi

¹² Zamroni, Z., Baharun, H., Rozi, F., Sholeha, W., & Anggraini, Y. (2022). Intercultural Communication: Strategy to Improve School Competitiveness Based on Public Demand.



memberdayakan seluruh elemen yang ada di SDIT dan SMPIT Banten Islamic School untuk mempublikasikan setiap informasi dan juga kegiatan sekolah disosial media masing-masing. Hal ini dilakukan dari tingkat kepala sekolah sebagai pimpinan di sekolah tersebut, wakil kepala sekolah, tenaga pendidik atau guru dan juga tenaga kependidikan bahkan pengurus yayasan pun ikut andil dalam proses publikasi informasi dan kegiatan. Berdasarkan hasil observasi diatas kebijakan dan kerjasama yang dilakukan antara Humas dan seluruh elemen lembaga pendidikan atau sekolah membuat tingkat kepercayaan masyarakat kepada SDIT dan SMPIT Banten Islamic School meningkat hal ini dibuktikan dengan penerimaan siswa baru di SDIT yang sudah tidak membuka pendaftaran tahun Pelajaran 2024/2025 karena kuota yang sudah terpenuhi dan justru masyarakat sudah berbondong-bondong untuk mendaftarkan anaknya jauh-jauh hari karena sekolah sendiri membuka pendaftaran Indent untuk tahun Pelajaran 2025/2026 dan 2026/2027 ini adalah salah satu efek positif dari pengelolaan media sosial diatas. Selain itu SMPIT Banten Islamic School juga yang secara izin operasional baru terbit tetapi kepercayaan masyarakat sudah sangat tinggi dengan 91 siswa yang sudah menjadi siswa di SMPIT Banten Islamic School.

Tujuan penulisan artikel ini adalah untuk mengetahui bagaimana proses manajemen hubungan masyarakat dalam pengelolaan media sosial di SDIT dan SMPIT Banten Islamic School, untuk mengetahui faktor pendukung dan faktor penghambat dalam proses manajemen hubungan masyarakat dalam upaya meningkatkan citra sekolah serta langkah strategi dalam menghadapi hambatan pada proses manajemen pengelolaan media sosial sebagai upaya meningkatkan citra sekolah.

RESEARCH METHODS

Metode penulisan artikel ini adalah metode deskriptif kualitatif untuk menguraikan bagaimana bagaimana proses manajemen hubungan masyarakat dalam pengelolaan media sosial di SDIT dan SMPIT Banten Islamic School, maka dari itu penelitian ini termasuk kedalam jenis penelitian kualitatif.

Metode deskriptif mengacu pada analisis data yang dikumpulkan oleh peneliti, yang dapat berupa kata-kata, foto, catatan lapangan, rekaman video, dokumen pribadi, catatan atau memo, dan dokumen resmi lainnya.¹³

Sumber data dalam penyelesaian artikel ini adalah hasil wawancara dengan kepala sekolah, wakil kepala sekolah bidang humas dan koordinator TIM Kreatif di SDIT dan SMPIT Banten Islamic School, melakukan observasi langsung kesekolah dan melakukan kegiatan dokumentasi yang berkaitan dengan Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Pengelolaan Media sosial di SDIT dan SMPIT Banten Islamic School, serta menjadikan buku dan juga jurnal terkait sebagai sumber referensi tambahan untuk memperkuat hasil dengan teori dalam menyelesaikan penulisan artikel ini.

RESULTS AND DISCUSSION

Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Pengelolaan Media sosial di Sebagai Upaya Meningkatkan Citra Sekolah di SDIT dan SMPIT Banten Islamic School

Data-data yang akan dijelaskan dalam bab ini merupakan hasil observasi, wawancara dan dokumentasi yang dilakukan untuk menjawab rumusan masalah serta disesuaikan dengan fokus masalah yang berkaitan dengan Manajemen Hubungan Masyarakat Melalui Pengelolaan Media

¹³ Lexy J., Moleong. 2010. Metodologi Penelitian Kualitatif. PT Remaja Rosdakarya, Bandung

Sosial Sebagai Upaya Meningkatkan Citra Sekolah di SDIT dan SMPIT Banten Islamic School.

Dalam penelitian yang menggunakan 2 sekolah sebagai lokasi penelitian yakni SDIT dan SMPIT Banten Islamic School maka peneliti akan terlebih dahulu menjelaskan hasil penelitian di SDIT Banten Islamic School kemudian dilanjutkan dengan hasil penelitian di SMPIT Banten Islamic School. Setelah dilakukan penelitian terhadap sumber data yang bersangkutan maka dapat diketahui hasil penelitian sebagai berikut :

1. Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Pengelolaan Media Sosial Sebagai Upaya Meningkatkan Citra Sekolah di SDIT Banten Islamic School

Perencanaan yang dilakukan SDIT Banten Islamic School dalam manajemen humas sebagai upaya meningkatkan citra ini diawali dengan membuat grand desain pengelolaan media sosial, menentukan media sosial apa dan bagaimana pengelolaannya, membuat Tim kreatif yang terdiri dari tenaga pendidik sebagai pengelola media sosial, menentukan time line kerja serta target dalam pengelolaan media sosial baik yang bersifat jangka pendek, jangka menengah dan jangka panjang.

Media sosial yang dipakai oleh sekolah dalam upaya meningkatkan citra sekolah di SDIT Banten Islamic School adalah Whatsapp, Instagram, Facebook, dan Youtube dengan pengelola yaitu Waka Bagian Humas dibantu oleh Tim Kreatif SDIT Banten Islamic School.

SDIT Banten Islamic School membuat langkah-langkah dalam pengelolaan media sosial sebagai upaya meningkatkan citra sekolah, dimana setiap langkah yang diambil disesuaikan dengan kondisi dan kebutuhan sekolah, langkah-langkah tersebut diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Membuat target perencanaan dan strategi yang berupa tujuan, visi dan misi pengelolaan media sosial
2. Memilih media sosial sebagai sarana meningkatkan citra sekolah

3. Membuat akun media sosial sekolah
4. Membuat segmentasi media sosial dalam meningkatkan citra
5. Membentuk Tim Kreatif
6. Membuat standar operasional pengelolaan media sosial
7. Membuat time line dalam pelaksanaan pengelolaan media sosial
8. Membuat rancangan dana dalam pengelolaan media sosial.

Tim Kreatif yang merupakan tenaga pendidik yang mendapatkan tugas tambahan dan telah di SK-kan oleh Kepala Sekolah ini dalam proses pengelolaan media sosial sebagai upaya meningkatkan citra sekolah ini membuat time line dan juga target jangka pendek, jangka menengah dan jangka panjang.

Pelaksanaan manajemen pengelolaan media sosial dalam upaya meningkatkan citra sekolah di SDIT Banten Islamic School dilakukan sesuai dengan perencanaan yang telah dirancang diawal tahun pelajaran dimana penentuan media sosial apa dan bagaimana yang akan digunakan dalam proses pengelolaan media sosial sebagai upaya meningkatkan citra sekolah.

Dalam pelaksanaan pengelolaan media sosial agar lebih terarah Tim Kreatif membuat standar operasional dalam pelaksanaan pengelolaan media sosial terutama terkait konten media sosial yang dibuat oleh Tim Kreatif. Semua konten media sosial yang akan dipublikasikan baik itu flyer dan video-video harus mempunyai ciri khas dan menandakan flyer dan video-video tersebut dibuat oleh Tim Kreatif SDIT Banten Islamic School. Konten media sosial yang dibuat harus menyertakan logo sekolah, logo yayasan Tunas Unggul Rabbani sebagai yayasan yang menaungi sekolah, logo Dinas Pendidikan Kabupaten Serang selain itu juga harus menyertakan hastag sekolah yaitu "sekolah generasi cerdas Islami, sekolah berkualitas". Tidak hanya mengatur tentang konten media sosial yang akan dipublikasikan dalam standar operasional juga mengatur birokrasi dari



pembuatan konten media sosial sampai tahap persetujuan dari Waka Humas untuk dipublikasikan.

Pelaksanaan media sosial di SDIT Banten Islamic School sudah dilakukan dengan baik dan sesuai perencanaan, hal ini dilihat dari kinerja Tim Kreatif selalu update terhadap semua informasi kegiatan sekolah sehingga tujuan meningkatkan citra baik sekolah dapat tercapai baik citra dimasyarakat dan juga Dinas Pendidikan Kabupaten Serang. Bukti nyata pengelolaan media sosial ini dapat meningkatkan citra sekolah adalah dengan dipilihnya SDIT Banten Islamic School sebagai tuan rumah FLS2N (Festival Lomba Senin Siswa Nasional) selama 3 tahun secara berturut-turut, disamping itu banyak kegiatan-kegiatan lainnya seperti rapat BOS (Bantuan Operasional Sekolah) SD se-Kecamatan Kramatwatu dan kegiatan-kegiatan Dinas Pendidikan lainnya. Kinerja Tim Kreatif dalam mengelola media sosial harus mendapatkan dukungan dan apresiasi dari sekolah baik dari segi fasilitas sarana dan prasarana serta dana untuk kegiatan pengelolaan media sosial. Sekolah juga menganggarkan apresiasi untuk Tim Kreatif terutama ketika ada kegiatan-kegiatan besar sekolah yang membutuhkan publikasi yang masif seperti penerimaan peserta didik baru (PPDB).

Manajemen humas dalam pengelolaan media sosial sebagai upaya meningkatkan citra sekolah di SDIT Banten Islamic school memiliki beberapa jenis evaluasi, yang pertama adalah evaluasi secara langsung yang dimana ketika ada konten atau sesuatu hal yang harus segera diperbaiki maka harus segera ditindak lanjuti. Contohnya pada konten yang sudah di posting atau disebarluaskan tidak sesuai dengan standar operasional yang telah disepakati. Yang kedua ada evaluasi bulanan dimana evaluasi bulanan ini dilakukan rutin setiap bulan dengan membahas apakah Time line kegiatan Tim Kreatif sudah terlaksana pada bulan tersebut atau belum, bagaimana konten-konten yang sudah dibuat sudah dipublikasikan atau belum baik di sosial media seperti Instagram, Facebook dan YouTube, sekaligus membuat informasi penting kegiatan sekolah yang

setiap bulan berubah. Yang ketiga ada evaluasi persemester dimana evaluasi ini membahas tentang kinerja secara keseluruhan dalam pengelolaan media sosial yang sudah dilakukan selama satu semester sudah optimal atau belum, apakah sudah mempunyai efek atau belum atau justru ada hal-hal yang harus diperbaiki sehingga pengelolaan media sosial sekolah lebih baik lagi kedepannya. Yang terakhir ada evaluasi tahunan biasanya ini langsung dengan yayasan dan kepala sekolah sekaligus membahas apa yang sudah dilakukan pada tahun berjalan dan apa yang akan dilakukan untuk tahun pelajaran yang akan datang.

2. Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Pengelolaan Media Sosial Sebagai Upaya Meningkatkan Citra Sekolah di SDIT Banten Islamic School

Salah satu yang menjadi faktor pendukung dalam pelaksanaan pengelolaan media sosial di SDIT Banten Islamic School adalah responsif yang baik dari Tim Kreatif terhadap informasi dan kegiatan sekolah, sehingga informasi dan kegiatan sekolah dapat terpublikasikan dengan baik di media sosial, selain itu ide dan gagasan tambahan yang diberikan oleh pendidik dan staf untuk mengembangkan pengelolaan media sosial juga menjadi salah satu faktor pendukung. Yang terakhir adalah dukungan dari yayasan, sekolah, pendidik dan staf dalam bentuk publikasi dan penyebarluasan informasi kegiatan sekolah di media sosial pribadi masing-masing.

Dukungan dan keterlibatan penuh dari pihak sekolah, termasuk kepala sekolah, tenaga pendidik dan staf, dapat menjadi faktor pendukung yang kuat dalam manajemen hubungan masyarakat melalui pengelolaan media sosial, selanjutnya penyajian konten yang menarik, informatif, dan relevan dapat membantu meningkatkan citra sekolah di mata masyarakat melalui media sosial. Selain itu juga ada konsistensi dalam mengelola media sosial serta menjaga interaksi yang baik dengan para

pengikut dapat menjadi faktor pendukung dalam membangun citra positif sekolah.

Respon negatif terhadap konten media sosial yang sudah dibuat menjadi salah satu faktor penghambat dalam pengelolaan media sosial, selain itu sumber daya manusia di Tim Kreatif belum sepenuhnya memiliki skil yang baik dalam pengelolaan media sosial dari desain konten, editing video dan publikasi masih menjadi salah satu faktor penghambat dalam pengelolaan media sosial di SDIT Banten Islamic School.

Selain respon negatif diatas yang menjadi faktor penghambat dalam pengelolaan media sosial di SDIT Banten Islamic School adalah belum terakomodirnya pelatihan untuk Tim Kreatif dalam hal editing video, menjadi konten kreator dan cara-cara meningkatkan view di media sosial menjadi faktor penghambat yang harus segera dihadapi oleh SDIT Banten Islamic School agar manajemen pengelolaan media sosial lebih efektif dan efisien lagi.

3. Langkah Strategis Dalam Menghadapi Hambatan Pada Manajemen Hubungan Masyarakat Melalui Pengelolaan Media Sosial Sebagai Dalam Upaya Meningkatkan Citra Sekolah Di SDIT Banten Islamic School.

Langkah strategis untuk menghadapi respon negatif adalah dengan memperbaiki konten yang mendapatkan respon negatif tersebut karena tujuan pengelolaan media sosial sekolah sendiri adalah mendapatkan respon positif dan meningkatnya citra sekolah dimasyarakat. Selanjutnya terkait keterbatasan pengetahuan dan keterampilan dari Tim Kreatif dalam pengelolaan media sosial kepala sekolah mengambil langkah strategis dan langkah kongkritnya dengan berencana untuk mengadakan pelatihan konten kreator seperti desain, editing video dan publikasi untuk Tim Kreatif SDIT Banten Islamic School.

4. Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Pengelolaan Media Sosial Sebagai Upaya Meningkatkan Citra Sekolah di SMPIT Banten Islamic School

Perencanaan manajemen hubungan masyarakat melalui pengelolaan media sosial dalam upaya meningkatkan citra sekolah di SMPIT Banten Islamic School ini sangat penting untuk di lakukan karena SMPIT Banten Islamic School sendiri masih harus mengambil kepercayaan masyarakat kepada sekolah yang baru berdiri kurang lebih 1,5 tahun, konsep perencanaan manajemen pengelolaan media sosial di SMPIT Banten Islamic School tidak jauh berbeda dengan konsep perencanaan manajemen pengelolaan media sosial di SDIT Banten Islamic School karena memang secara manajemen masih dalam satu naungan yayasan Tunas Unggul Rabbani, tapi tetap ada beberapa hal yang membedakan terutama perihal pelaksanaan pengelolaan media sosial sendiri karena pada dasarnya konsep mengelola media sosial lebih kepada konsep ide kreatif pribadi yang dituangkan dalam bentuk visual atau desain grafis.

Tahapan perencanaan pengelolaan media sosial di SMPIT Banten Islamic School banyak persamaan dengan perencanaan pengelolaan media sosial di SDIT Banten Islamic School selain faktor satu yayasan, SDIT Banten Islamic School juga lebih dulu membangun pengelolaan media sosial untuk meningkatkan citra sekolah. Kendatipun satu yayasan dan memiliki banyak persamaan tetapi dalam pelaksanaannya baik SDIT ataupun SMPIT Banten Islamic School mempunyai ciri khas yang menjadi karakter dan ide masing-masing dalam pelaksanaan pengelolaan media sosial karena pengelolaan media sosial ini lebih banyak bertumpu kepada ide kreatif pribadi yang dituangkan dalam bentuk visual atau desain grafis. Untuk konsep perencanaan pada awal berdirinya SMPIT Banten Islamic School, yang pertama dilakukan adalah menentukan tujuan atau langkah-langkah yang akan dituangkan dalam perencanaan pengelolaan media



sosial. Setelah itu dilanjutkan dengan membuat akun media sosial dan mengembangkannya dengan memperbanyak pengikut dan subscriber, hal ini dilakukan di awal tahun berdiri SMPIT Banten Islamic School secara konsisten dan terstruktur dengan time line yang akan kita lakukan selama tahun pelajaran berjalan dan resolusi yang akan dilakukan di tahun pelajaran yang selanjutnya.

Konsep perencanaan pengelolaan media sosial dalam meningkatkan citra sekolah di SMPIT Banten Islamic School diawali dengan menetapkan tujuan dan langkah-langkah yang akan dilaksanakan dalam proses pengelolaan media sosial, selanjutnya menentukan time line baik untuk tahun berjalan ataupun tahun yang akan datang, sama dengan SDIT Banten Islamic School di SMPIT Banten Islamic School juga dibentuk Tim Kreatif yang memang sudah di SK-Kan oleh kepala sekolah, dimana sumber dayanya yaitu dari tenaga pendidik dan dibantu oleh teman-teman OSIS (Organisasi Siswa Intra Sekolah) SMPIT Banten Islamic School bidang hubungan masyarakat.

Sebelum membuat time line dan target dalam pengelolaan media sosial SMPIT Banten Islamic School terlebih dahulu membuat langkah-langkah yang akan dijadikan acuan dalam perencanaan pengelolaan media sosial di awal tahun pelajaran. Langkah-langkah tersebut adalah sebagai berikut:

1. Penentuan Tujuan dan Strategi
 - a. Identifikasi Tujuan: Tentukan tujuan yang ingin dicapai melalui kehadiran sekolah di media sosial. Apakah itu untuk meningkatkan kesadaran, memperbaiki persepsi, atau mendukung aktivitas sekolah tertentu seperti penerimaan siswa baru.
 - b. Pemilihan Platform: Pilih platform media sosial yang paling sesuai dengan audiens sekolah Anda. Misalnya, Facebook untuk komunikasi umum, Instagram untuk konten visual, atau Whatsapp untuk berinteraksi sarana publikasi secara luas.
 - c. Riset dan Analisis: Lakukan riset tentang audiens target sekolah dan analisis pesaing untuk

memahami tren dan praktik terbaik dalam manajemen media sosial.

2. Pengembangan Konten Yang Berkualitas
 - a. Konsistensi dan Relevansi: Buat konten yang konsisten dengan identitas dan nilai sekolah. Pastikan konten juga relevan dengan minat dan kebutuhan audiens.
 - b. Pemanfaatan Beragam Format: Gunakan beragam format konten seperti gambar, video, infografis, dan teks untuk menjaga keberagaman dan menarik perhatian.
 - c. Konten Interaktif: Ajak audiens untuk berinteraksi melalui pertanyaan, polling, atau kontes yang melibatkan mereka.
3. Aktifitas Pengelolaan
 - a. adwal Posting Teratur: Tetap konsisten dalam posting konten dengan jadwal yang teratur untuk menjaga keterlibatan dan relevansi.
 - b. Monitoring dan Respons: Pantau aktivitas di media sosial secara terus-menerus. Tanggapi komentar atau pesan dengan cepat dan profesional, baik itu pertanyaan, pujian, atau keluhan.
 - c. Manajemen Krisis: Siapkan rencana respons darurat untuk menangani situasi darurat atau kontroversial yang mungkin terjadi di media sosial.
4. Keterlibatan Dengan Komunitas
 - a. Membangun Jaringan: Bangun dan pertahankan hubungan dengan komunitas lokal, orang tua siswa, alumni, dan mitra sekolah lainnya melalui media sosial.
 - b. Partisipasi dalam Diskusi: Ikut serta dalam diskusi atau trending topik yang relevan dengan pendidikan atau isu-isu terkait sekolah
5. Evaluasi dan Penyesuaian
 - a. Analisis Kinerja: Evaluasi kinerja aktivitas media sosial secara teratur. Tinjau statistik dan analisis engagement untuk memahami apa yang berhasil dan apa yang perlu ditingkatkan.

b. Penyesuaian Strategi: Berdasarkan hasil evaluasi, sesuaikan strategi dan konten media sosial sekolah untuk terus meningkatkan citra dan keterlibatan.

6. Pelatihan dan Pengembangan Tim

a. Keterampilan Manajemen Media Sosial: Pastikan tim PR sekolah memiliki keterampilan dan pengetahuan yang cukup dalam mengelola media sosial. Berikan pelatihan secara teratur untuk meningkatkan kemampuan mereka.

Proses implementasi dan pelaksanaan manajemen hubungan masyarakat melalui pengelolaan media sosial sebagai upaya meningkatkan citra sekolah di SMPIT Banten Islamic School tentu disesuaikan dengan rancangan perencanaan, langkah-langkah, target dan time line yang telah direncanakan diawal tahun pelajaran 2023/2024, dalam proses pengelolaan media sosial sebagai upaya meningkatkan citra ini harus dipahami dan diperhatikan yaitu jenis konten seperti foto, video, infografis, dan tulisan singkat untuk menjaga keberagaman dan ketertarikan audiens yang menjadi target dalam upaya meningkatkan citra sekolah.

Pengelolaan media sosial yang dilakukan oleh SMPIT Banten Islamic School sudah berjalan dengan efektif dan efisien hal ini dibuktikan dengan sekolah sudah banyak dikenal oleh masyarakat sehingga meningkatnya citra baik sekolah dimasyarakat. SMPIT Banten Islamic School tidak hanya dikenal oleh masyarakat tetapi sudah dikenal oleh Dinas Pendidikan Kabupaten Serang, hal ini dibuktikan dengan banyaknya kegiatan Dinas Pendidikan yang dilakukan di SMPIT Banten Islamic School, seperti acara MGMP (Musyawarah Guru Mata Pelajaran), kegiatan rapat dan koordinasi kepala sekolah dan lain sebagainya.

Dedikasi yang tinggi dari Tim Kreatif yang merupakan tenaga pendidik tentu menjadi salah satu faktor keberhasilan dalam pengelolaan media sosial di SMPIT Banten Islamic School ditambah dengan

fasilitas berupa sarana prasarana yang diberikan oleh sekolah menjadi bukti keseriusan sekolah dalam pengelolaan media sosial, peningkatan citra sekolah menjadi tujuan utama yang dituju oleh sekolah dalam pengelolaan media sosial dengan citra yang baik dari masyarakat tadi akan menghasilkan kepercayaan sehingga masyarakat menyekolahkan anaknya ke SMPIT Banten Islamic School.

Keberhasilan pengelolaan media sosial ini memang diupayakan oleh semua pihak baik yayasan Tunas Unggul Rabbani dan semua elemen yang ada di SMPIT Banten Islamic School, Dimana yayasan membuat kebijakan yang disepakati oleh semua guru dan staff bahwa semua informasi kegiatan sekolah, fasilitas sekolah dan konten media sosial yang dibuat oleh Tim Kreatif harus dipromosikan dan disiarkan oleh staff yayasan, pendidik dan staf SMPIT Banten Islamic School. KKB (Kesepakatan Kerja Bersama) menjadi dasar yang kuat agar semua pihak ikut serta dalam publikasi konten media sosial yang disepakati oleh semuanya diawal tahun pelajaran. Dimana semua informasi kegiatan sekolah, fasilitas sekolah, informasi prestasi sekolah dan informasi PPDB harus dipublikasikan di status Whatsapp dan media sosial pribadi. Pihak yayasan dalam hal ini langsung melakukan pengawasan dengan tujuan agar masyarakat dapat mengetahui dan mengenal SMPIT Banten Islamic School dalam hal program dan fasilitas sekolah sehingga citra sekolah meningkat di masyarakat.

Proses evaluasi pengelolaan media sosial di SMPIT Banten Islamic School mengacu kepada standar operasional yang sudah dibuat oleh Tim Kreatif sebagai dasar pengelolaan media sosial baik untuk konten yang dibuat maupun proses publikasi dan komunikasi yang dibangun disosial media. Sehingga evaluasi yang dilakukan sudah mempunyai dasar, ketika dalam proses implementasi ada ketidaksesuaian dalam pembuatan konten yang tidak sesuai standar operasional pengelolaan maka akan dilakukan evaluasi secara langsung, ketika ada kesalahan dalam tulisan ataupun informasi yang disampaikan maka akan dilakukan evaluasi secara



langsung untuk menjaga proses pelaksanaan ini sesuai tujuan yaitu meningkatkan citra sekolah dimana evaluasi tersebut adalah evaluasi spontan. Evaluasi spontan atau evaluasi secara langsung ini biasanya dilakukan oleh Tim Kreatif untuk menjaga konten dan informasi yang disampaikan sesuai dengan standar operasional pengelolaan dan tidak ada misinformasi yang disampaikan kepada masyarakat sehingga dapat menurunkan citra yang sedang dibangun. Setelah itu dalam proses evaluasi pelaksanaan pengelolaan media sosial di SMPIT Banten Islamic School mempunyai beberapa jenis evaluasi yang dilakukan secara berkala, seperti evaluasi bulanan, evaluasi semester dan evaluasi tahunan yang semuanya ini mempunyai keterkaitan satu sama lain. Setelah selesai melakukan evaluasi hal yang dilakukan adalah mencari langkah strategis untuk menyelesaikan dan memperbaiki masalah-masalah yang sudah dievaluasi sebelumnya.

5. Faktor Pendukung dan Faktor Penghambat Pada Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Pengelolaan Media Sosial Sebagai Upaya Meningkatkan Citra Sekolah di SMPIT Banten Islamic School

Implementasi pengelolaan media sosial di SMPIT Banten Islamic School mempunyai faktor pendukung yang menjadi hal yang sangat berpengaruh terhadap keberhasilan pengelolaan media sosial sebagai upaya meningkatkan citra sekolah di SMPIT Banten Islamic School diantaranya yaitu: Pertama adalah semangat dan dedikasi Tim Kreatif dalam setiap proses manajemen pengelolaan media sosial yang dijalani dari proses perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi. Yang kedua adalah kekompakan Tim Kreatif yang saling mengisi dan responsif jika ada anggota Tim Kreatif yang berhalangan untuk membuat konten atau publikasi di media sosial karena Tim Kreatif sendiri termasuk pendidik yang juga mempunyai tugas utama mengajar dan administrasi sebagai pendidik. Yang ketiga adalah suport ide kreatif dari eksternal Tim

Kreatif seperti pendidik, staf dan juga siswa SMPIT Banten Islamic School dalam membuat konten yang disajikan di media sosial sekolah sesuai dengan perkembangan zaman, yang terakhir adalah dukungan dari semua pihak baik yayasan, pendidik, staf, komite dan wali murid untuk bersama-sama menyiarkan dan menyebarkan informasi dan konten yang sudah dibuat oleh Tim Kreatif di media sosial masing-masing sehingga implementasi pengelolaan media sosial dapat berjalan dengan efektif dan efisien.

Setiap program dan kebijakan yang dibuat oleh sekolah harus didukung dengan komitmen dari pimpinan baik tingkat yayasan atau kepala sekolah karena akan memudahkan proses pelaksanaannya. Hal yang selanjutnya adalah sumber daya baik sumber daya manusianya sebagai pengelola media sosial ataupun sumber daya yang lainnya seperti sarana dan prasarana dan juga dana untuk mempermudah kegiatan pengelolaan media sosial. Dan yang terakhir adalah berkaitan dengan pengetahuan tentang media sosial itu sendiri sehingga pengelolaan media sosial yang dilakukan dapat berjalan efektif dan efisien sesuai dengan tujuan sekolah yaitu meningkatkan citra sekolah.

Selain faktor pendukung dalam implementasi pengelolaan media sosial di SMPIT Banten Islamic School juga memiliki faktor penghambat yaitu, yang pertama konten media sosial kadang masih kurang relevan dengan segementasi yang udah dibuat, yang kedua keterbatasan personil Tim Kreatif yang memiliki kemampuan video grafer dan editing video sehingga masih mengandalkan vendor dalam dokumentasi kegiatan-kegiatan sekolah, yang ketiga dari segi fasilitas sekolah belum mempunyai kamera yang diperuntukan untuk dokumentasi kegiatan sehingga masih mengandalkan handphone anggota Tim Kreatif.

Sumber daya manusia masih menjadi salah satu faktor penghambat dalam pengelolaan media sosial di SMPIT Banten Islamic School, selain belum adanya kontribusi yang signifikan dari anggota OSIS SMPIT Banten Islamic School dalam pengelolaan

media sosial sehingga potensi mereka belum bisa diberdayakan sepenuhnya dengan optimal. Dalam proses pengelolaan media sosial masih terjadi tumpang tindih pekerjaan dimana Tim Kreatif yang merupakan pendidik juga masih mempunyai tugas utama mengajar dan administrasi menjadi salah satu faktor penghambat implementasi pengelolaan media sosial di SMPIT Banten Islamic School.

6. Langkah Strategis Dalam Menghadapi Hambatan Pada Manajemen Hubungan Masyarakat Melalui Pengelolaan Media Sosial Dalam Upaya Meningkatkan Citra Sekolah di SMPIT Banten Islamic School

Langkah strategis dalam menghadapi faktor penghambat yang pertama yaitu kurang relevan konten media sosial dengan segmentasi yang sudah dibuat, sehingga mengurangi efektifitas manajemen humas dalam pengelolaan media sosial adalah dengan melakukan observasi terkait konten yang sedang ramai dan melakukan perbandingan dengan segmentasi media sosial yang sudah dibuat.

Yang kedua adalah berkaitan dengan fasilitas pengelolaan media sosial di SMPIT Banten Islamic School yang belum mempunyai kamera yang berkualitas, sehingga dalam proses dokumentasi masih memanfaatkan fasilitas pribadi dari Tim Kreatif hal ini langsung dilakukan langkah strategisnya dengan melakukan pengajuan kepada yayasan Tunas Unggul Rabbani untuk memenuhi fasilitas seperti kamera yang memang penting dalam proses pelaksanaan pengelolaan media sosial.

Yang ketiga terkait sumber daya manusia dalam hal ini adalah Tim Kreatif yang dalam pelaksanaan pengelolaan media sosial ini masih sering terjadi tumpang tindih dengan tugas mengajar dan administrasi sebagai pendidik, langkah strategis yang diambil adalah dengan melakukan pembagian tugas yang jelas dan terukur serta merata di Tim Kreatif dan optimalisasi anggota humas OSIS SMPIT Banten Islamic School untuk ikut serta dalam pelaksanaan pengelolaan media sosial.

Yang keempat adalah berkaitan dengan Tim Kreatif yang masih atau belum bisa video grafer dan editing video langkah strategis yang diambil adalah dengan mengadakan pelatihan di awal tahun pelajaran. Dan yang terakhir adalah berkaitan dengan kinerja OSIS di Tim Kreatif langkah strategis yang dilakukan adalah melakukan koordinasi langsung dengan Waka Bidang Kesiswaan yang membawahi OSIS agar memberikan arahan dan porsi lebih kepada anggota OSIS bidang Humas dalam kontribusi pengelolaan media sosial, serta memaksimalkan kegiatan ekstrakurikuler fotografi dan jurnalistik untuk membantu sekolah dalam meningkatkan citra lewat pengelolaan media sosial.

Conclusion

Berdasarkan yang telah dipaparkan oleh peneliti pada hasil penelitian lalu dilakukan analisis dan pembahasan tentang manajemen hubungan masyarakat dalam pengelolaan media sosial sebagai upaya meningkatkan citra sekolah, maka pada bab ini peneliti akan menyimpulkan terkait perencanaan, pelaksanaan, evaluasi, faktor pendukung dan faktor penghambat, dan langkah strategis dalam manajemen hubungan masyarakat dalam pengelolaan media sosial sebagai upaya meningkatkan citra sekolah di SDIT dan SMPIT Banten Islamic School sebagai berikut:

1. Perencanaan manajemen hubungan masyarakat dalam pengelolaan media sosial sebagai upaya meningkatkan citra sekolah baik di SDIT dan SMPIT Banten Islamic School masing-masing mempunyai perencanaan yang baik, terarah dan terukur dari proses membuat grand desain dalam pengelolaan media sosial yang memuat tujuan, selanjutnya membuat time line dan target yang akan dicapai dalam proses implementasi pengelolaan media sosial, membuat segmentasi konten media sosial, membentuk Tim Kreatif sebagai pelaksana kegiatan implementasi pengelolaan media sosial yang di SK kan



langsung oleh kepala sekolah sehingga proses pelaksanaannya sudah terukur dan terarah karena tahap perencanaannya sudah dibuat dengan baik agar pengelolaan media sosial dapat mencapai tujuan yang diharapkan yaitu citra sekolah.

2. Pelaksanaan manajemen hubungan masyarakat dalam pengelolaan media sosial sebagai upaya meningkatkan citra sekolah baik di SDIT dan SMPIT Banten Islamic School mengacu kepada perencanaan dan grand desain yang sudah dibuat, semua konten media sosial baik informasi sekolah, informasi PPDB, informasi fasilitas dan program sekolah dan informasi tentang prestasi sekolah dibuat sesuai dengan standar operasional yang sudah disepakati oleh Tim Kreatif dan dijalankan sesuai dengan time line yang sudah dibuat, dalam proses pelaksanaan pengelolaan media sosial yang dilakukan oleh SDIT dan SMPIT Banten Islamic School juga didukung oleh semua elemen yang ada dari tingkat yayasan dan sekolah yang mendukung dalam segi fasilitas dan sarana prasarana untuk proses pengelolaan media sosial, pendidik dan staf yang ikut serta menyiarkan dan mempublikasikan semua informasi dan konten media sosial yang sudah dibuat oleh Tim Kreatif.
3. Evaluasi manajemen hubungan masyarakat dalam pengelolaan media sosial sebagai upaya meningkatkan citra sekolah baik di SDIT dan SMPIT Banten Islamic School dilakukan dengan efektif dan efisien serta responsif terhadap kekurangan yang ada dalam implementasi pengelolaan media sosial seperti adanya evaluasi langsung atau spontan yang biasanya dilakukan ketika ada konten atau informasi yang salah atau tidak sesuai dengan standar operasional yang sudah disepakati, evaluasi bulanan yang dilakukan untuk mengawal

pelaksanaan pengelolaan media sosial selama satu bulan, evaluasi semester dan evaluasi tahunan yang dilakukan setiap semester dan akhir tahun pelajaran dimana semua kinerja dari Tim Kreatif dalam pengelolaan media sosial dilakukan evaluasi secara komprehensif oleh yayasan dan kepala sekolah agar dilakukan perbaikan secepatnya sehingga proses pengelolaan media sosial yang sudah dievaluasi dapat berjalan lebih baik lagi pada tahun pelajaran berikutnya.

4. Faktor pendukung dan faktor penghambat manajemen hubungan masyarakat dalam pengelolaan media sosial sebagai upaya meningkatkan citra sekolah baik di SDIT dan SMPIT Banten Islamic School tentu menjadi hal yang sangat penting dalam proses implementasi dimana faktor pendukung seperti dukungan dan suport dari yayasan dan sekolah terhadap sarana dan prasarana serta dana untuk mengelola media sosial, suport dari pendidik dan staf yang ikut serta dalam publikasi konten dan informasi yang sudah dibuat oleh Tim Kreatif, sedangkan faktor penghambat seperti hal yang berkaitan dengan konten sosial media yang mendapat respon negatif dan kurang relevan dengan segmentasi yang sudah dibuat sebelumnya, sumber daya manusia yang mengelola media sosial yaitu Tim Kreatif yang masih belum bisa fokus karena masih tumpang tindih dengan tugas sebagai pendidik. belum adanya SDM dari Tim Kreatif yang mampu menjadi video grafer dan editing video masih menjadi faktor penghambat dan fasilitas seperti kamera yang belum ada menjadi faktor penghambat di SMPIT Banten Islamic School serta optimalisasi anggota humas OSIS SMPIT Banten Islamic School dalam proses implementasi pengelolaan media sosial juga masih jadi hambatan yang harus

dicarikan langkah strategisnya sehingga proses manajemen hubungan masyarakat dalam pengelolaan media sosial sebagai upaya meningkatkan citra sekolah dapat berjalan dengan efektif dan efisien.

5. Langkah strategis manajemen hubungan masyarakat dalam pengelolaan media sosial sebagai upaya meningkatkan citra sekolah baik di SDIT dan SMPIT Banten Islamic School langsung dilakukan oleh kepala sekolah baik SDIT ataupun SMPIT Banten Islamic School, langkah strategis yang diambil disesuaikan dengan faktor yang menjadi hambatan dalam proses implementasi salah satunya dengan mengajukan kepada Yayasan Tunas Unggul Rabbani untuk mengadakan pelatihan untuk menyelesaikan hambatan berkaitan dengan minimnya sumber daya dari Tim Kreatif baik SDIT ataupun SMPIT Banten Islamic School yang mempunyai skill video grafer dan editing video.

Uses of Twitter. Learning, Media and Technology

- Lexy J., Moleong. 2010. Metodologi Penelitian Kualitatif. PT Remaja Rosdakarya, Bandung
- Nasih, G. (2021). Analisis Penggunaan Media Sosial Dalam Perekrutan Peserta Didik Baru Di Smp Plus.
- Rakhman & Trihantoyo, S. (2020). Peran Hubungan Masyarakat Era Marketing 4.0 Dalam Meningkatkan Keterserapan Lulusan Program Keahlian MultiMedia di SMKN 12 Surabaya.
- Tutut Sholihah, "Strategi Manajemen Humas Dalam Menciptakan School Branding Pada Sekolah Islam Terpadu," J-MPI (Jurnal Manajemen Pendidikan Islam) 3, no. 2 (2018): 72–84."
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 tahun 2003"
- Wenni Syafitri, "Pelatihan Branding Sekolah Pada Sosial Media Di SMP IT Madani,"Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat 3, no. 1 (2019): 158–66."
- Zamroni, Z., Baharun, H., Rozi, F., Sholeha, W., & Anggraini, Y. (2022). Intercultural Communication: Strategy to Improve School Competitiveness Based on Public Demand.

References

- Andini, F. D. (2022). Aktivitas Komunikasi Pemasaran Terpadu Sekolah Menengah Pertama An Namiroh Pekanbaru dalam Mempromosikan Sekolah di Masa Pandemi Covid-19. Skripsi
- Badan Pusat Statistik, Penggunaan dan Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi (P2TIK) Sektor Pendidikan 2018.
- Budiastuti, D. R. (2022). Penggunaan Media Sosial Instagram, Youtube, dan Facebook Sebagai Sarana Komunikasi Bagi SMP Terpadu Darussalam
- Elyus and Soleh, "Strategi Humas Dalam Meningkatkan Citra Sekolah Di Era Pandemi Covid 19," Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan,9(2), (2021): 281-289."
- Greenhow, C., & Chapman, A. (2020). Social Distancing Meet Social Media: Digital Tool For Connecting Students, Teachers, And Citizens in An Emergency.
- Kimmons, R., Carpenter, J. P., Veletsianos, G.,& Krutka, D. G. (2018). Mining Social Media Divides: An Analysis of K-12 U.S.School