

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Konteks Penelitian

SMPN 3 Cileunyi merupakan salah satu lembaga pendidikan di wilayah Kabupaten Bandung, tepatnya berlokasi di Komplek Manglayang Regency Blok I Desa Cinunuk Kecamatan Cileunyi. Sekolah yang berdiri sejak 1 Juli 2008 ini memiliki peran penting dalam menyelenggarakan proses pendidikan yang berkualitas sebagai upaya mendukung tercapainya tujuan pendidikan nasional yaitu mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa dan negara.

Proses pendidikan yang dilaksanakan di SMPN 3 Cileunyi tidak hanya berfokus pada pencapaian hasil belajar siswa namun juga melibatkan kolaborasi dan komunikasi bersama antara siswa, guru, orang tua, masyarakat serta lembaga terkait lainnya sesuai arahan Dinas Pendidikan Kabupaten Bandung dan Kemendikbudristek. Kepala Sekolah yang saat ini dijabat oleh Dr. H.Cucu Junaedi, S.Pd., M.M.Pd. dalam menjalankan kepemimpinannya di SMPN 3 Cileunyi telah menugaskan Wakil Kepala Sekolah Bidang Humas untuk membantu Kepala Sekolah mengelola, mengendalikan dan mengatur sistem serta melaksanakan kegiatan sesuai dengan Visi Misi SMPN 3 Cileunyi.

Tugas pokok dan fungsi Wakil Kepala Sekolah Bidang Humas ini adalah menjembatani kolaborasi sekolah dan masyarakat ataupun dengan lembaga pemerintah dan swasta yang ditujukan untuk menjalin komunikasi efektif, membina hubungan baik serta membangun citra positif sekolah. Dalam upaya menjalankan tugas pokok dan fungsi tersebut dirancang Program Kerja Humas yang di dalamnya memuat strategi humas dalam pemanfaatan media komunikasi sekolah diantaranya *Instagram, Website, Youtube, Whatsapp, Facebook* serta *Tiktok*.



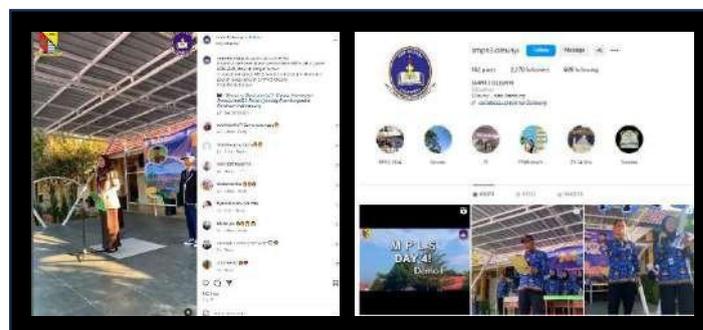
Gambar 1.1.
Contoh Media Komunikasi Sekolah SMPN 3 Cileunyi
Sumber : Instagram @smpn3.cileunyi dan Website <https://smpn3cileunyi.sch.id/>

SMPN 3 Cileunyi termasuk sekolah yang memiliki keunggulan dalam pemanfaatan media komunikasi sekolahnya dibanding sekolah lainnya di wilayah terdekat. Di antara media komunikasi sekolah yang paling aktif pemanfaatannya adalah *Instagram*. Hal ini tentu saja tidak lepas dari peran Humas dalam menyusun program kerja dengan prioritas pemanfaatan media komunikasi sekolah. Strategi Humas SMPN 3 Cileunyi dalam pemanfaatan media sosial *Instagram* sebagai media komunikasi sekolah merupakan langkah yang tepat di era komunikasi digital yang begitu melesat saat ini. Pada tahun 2021, Humas SMPN 3 Cileunyi berinisiatif membuat terobosan baru dengan menggandeng Tim Informasi dan Teknologi (Tim IT) sekolah sebagai Tim Admin pengelola *Instagram* untuk menyikapi terhambatnya komunikasi antara siswa, guru dan masyarakat di masa pandemi *Covid-19*.

Pemanfaatan media sosial *Instagram* dipilih oleh Humas SMPN 3 Cileunyi saat itu sebagai media utama untuk menyebarkan informasi yang dibuat dalam bentuk konten menayangkan berbagai program sekolah. Namun demikian, setelah masa *Covid-19* berakhir, *Instagram* tetap ditampilkan hingga saat ini dengan kemasan informasi lebih variatif serta dimanfaatkan sebagai penyebaran informasi secara berkala dan bersifat informasi edukatif sehingga semakin bernilai fungsinya sebagai wajah sekolah bagi publiknya.

Berdasarkan hasil survey awal diperoleh informasi bahwa terdapat beberapa *Instagram* sekolah SMPN 3 Cileunyi yang diaktifkan sebagai media komunikasi, diantaranya *Instagram* Sekolah sebagai media informasi umum sekolah, adapula *Instagram* OSIS (Organisasi Siswa Intra Sekolah) serta *Instagram* Ekstrakurikuler. Masa awal pengaktifan setiap *Instagram* berbeda-beda. Saat ini follower salah satu *Instagram* utama yaitu @smpn3.cileunyi yang diaktifkan mulai tahun 2021 oleh operator sekolah telah mencapai 1746 pengikut, 298 mengikuti dan 139 postingan. *Instagram* SMPN 3 Cileunyi sebagai sumber informasi terbuka untuk publik telah banyak menyampaikan informasi yang dapat diakses masyarakat selama 24 jam baik seputar kegiatan siswa ataupun kegiatan guru.

Instagram @smpn3.cileunyi memiliki beberapa kelebihan dibanding dengan *Instagram* beberapa sekolah terdekat diantaranya menyediakan informasi tentang kegiatan, acara atau berita penting sekolah secara berkala. Selain itu juga menjadi sarana terhubungnya sekolah dengan publik. Keterhubungan ini tidak hanya dengan siswa, guru dan orang tua siswa, namun juga dengan alumni masih bisa terhubung dengan sekolah karena akun *Instagram* SMPN 3 Cileunyi dikelola dengan baik oleh tim admin *Instagram* sekolah. Akun *Instagram* @smpn3.cileunyi juga menjadi salah satu wajah sekolah bagi publiknya karena di dalam *Instagram* sekolah memuat berbagai macam dokumentasi yang terdiri dari foto ataupun dalam format video pendek yang terdiri dari kegiatan sekolah, prestasi siswa, ataupun fasilitas sekolah yang dibuat oleh Tim Admin yang hasil editnya *diupload* ke *Instagram* sekolah sebagai informasi praktis bagi komunitas sekolah.



Gambar 1.2.
Contoh Postingan Instagram SMPN 3 Cileunyi
Sumber : Instagram @smpn3.cileunyi

Pada setiap postingan dokumentasi di akun *Instagram @smpn3.cileunyi* memiliki beberapa kelebihan yang dirasakan manfaatnya diantaranya (1) membangun transparansi kegiatan sekolah sehingga membuat publik bisa melihat kegiatan yang dilakukan oleh siswa dan guru secara langsung selama proses belajar mengajar; (2) meningkatkan partisipasi siswa dalam kegiatan sekolah yang dipicu oleh banyaknya dokumentasi kegiatan siswa sehingga mendorong siswa lainnya berpartisipasi secara langsung dengan kegiatan sekolah; (3) menjadi sarana promosi yang positif secara tidak langsung dengan menampilkan banyak kegiatan yang informatif dan interaktif membuat minat calon siswa dan peningkatan citra sekolah di mata publiknya; (4) membuat ruang interaksi dan keterlibatan dikarenakan dengan adanya *Instagram* sekolah ini dapat memunculkan berbagai interaksi yang bisa terjadi di luar sekolah, interaksi yang terjadi di kolom komentar serta bisa memperkuat hubungan yang baik antara publik dan sekolah, dan: (5) menjadi ruang memori bagi para alumni sekolah tersebut baik alumni siswa ataupun alumni guru yang telah mutasi atau purnabhakti dari SMPN 3 Cileunyi.

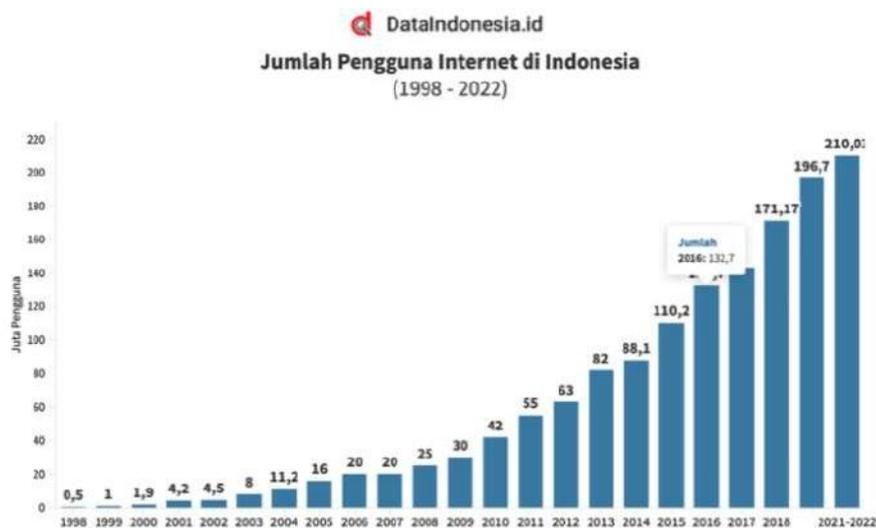
Berdasarkan paparan mengenai manfaat dari adanya akun *Instagram* sekolah *@smpn3.cileunyi* dapat terlihat gambaran tentang kehidupan sekolah yang menginspirasi dan meningkatkan keterlibatan serta transparansi kegiatan yang terjadi di sekolah. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial *Instagram* bagi suatu lembaga menjadi komponen penting bagi kemajuan karena mampu membentuk opini publik terhadap instansi, lembaga atau organisasi serta membangun citra positif agar tercipta komunikasi yang efektif dan efisien dengan lembaga lain ataupun dengan pihak-pihak yang berkepentingan dan masyarakat.

Pada era kecanggihan teknologi digital yang terus berkembang saat ini, media komunikasi khususnya media sosial memiliki peran krusial dalam kelangsungan komunikasi sebagai aktivitas dasar manusia dalam kehidupan sehari-hari. Dalam proses komunikasi yang terjadi saat ini, hampir semua elemen masyarakat baik perorangan maupun lembaga atau organisasi telah menggunakan media sosial sebagai sarana penyampaian dan penerimaan pesan sehingga menjadikan komunikasi berlangsung secara efektif dalam mencapai tujuan yang telah ditentukan.

Menurut Nasrullah disebutkan bahwa :

“Media sosial adalah alat komunikasi yang digunakan untuk berinteraksi dengan sesama pengguna media sosial, bekerja sama, berbagi informasi serta merepresentasikan diri. Penggunaan media sosial yang relatif sangat mudah diakses serta tidak memerlukan biaya besar tentu saja menjadikan masyarakat memiliki ketertarikan yang intensif terhadap media sosial sebagai media komunikasi untuk memenuhi kebutuhan berinteraksi atau membagikan informasi. Hal ini diperkuat dengan dukungan kemudahan fitur fitur dalam media sosial tersebut yang sangat mudah diaktifkan”. (2016 : 13)

Berdasarkan hasil survei APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia), ternyata pengguna internet di Indonesia meningkat setahun terakhir. Data APJII menyebutkan pengguna internet di Indonesia mencapai 215,63 juta orang pada 2022-2023. Jumlah tersebut meningkat 2,67 persen dibandingkan pada periode sebelumnya yang sebanyak 210,03 juta pengguna. Jumlah pengguna internet tersebut setara dengan 78,19 persen dari total populasi Indonesia yang sebanyak 275,77 juta jiwa. Persentasenya lebih tinggi 1,17 persen poin dibandingkan pada 2021--2022 yang sebesar 77,02 persen.



Grafik 1.1
Jumlah Pengguna Internet di Indonesia (APJII, 2023)

Dikutip dari Data Indonesia.Id disebutkan bahwa berdasarkan data dari Napoleon Cat, jumlah pengguna *Instagram* di Indonesia sebanyak 97,17 juta hingga Desember 2022. Jumlah tersebut naik tipis 0,10% dibandingkan pada bulan sebelumnya yang sebesar 97,07 juta pengguna. Jika dibandingkan periode yang sama pada tahun sebelumnya, jumlah pengguna *Instagram* di Indonesia meningkat 5,01%. Pada Desember 2022, jumlah pengguna *Instagram* di Indonesia sebanyak 92,53 juta pengguna. Melihat trennya, jumlah pengguna *Instagram* di Indonesia terpantau mencapai puncaknya sebanyak 108,9 juta orang pada Mei 2022. Namun, jumlah tersebut cenderung menurun hingga akhir tahun lalu

Sejalan dengan semakin meningkatnya penggunaan internet dan media sosial khususnya *Instagram* yang saat ini telah mencapai ratusan juta orang, Sutrisno, A.P dan Ira mengemukakan dalam paparan jurnalnya bahwa “penggunaan media sosial khususnya *Instagram* pada saat ini menjadi fokus pemerintah Indonesia untuk digunakan sebagai pemenuhan kebutuhan informasi. Hampir seluruh lembaga, organisasi dan pemerintah daerah saat ini menggunakan media sosial untuk berkomunikasi dengan masyarakat.” (2021:118)

Berkaitan dengan dengan komunikasi yang perlu dilakukan oleh lembaga pendidikan sekolah baik untuk berinteraksi dengan sesama lembaga atau dengan masyarakat, maka penelitian tentang strategi pemanfaatan media sosial *Instagram* sebagai media komunikasi dalam suatu lembaga akan menyoroti peran kehumasan yang ada di lingkungan sekolah tersebut. Humas dalam lembaga pendidikan memiliki tanggung jawab mengkomunikasikan persoalan hubungan dengan masyarakat luas yang pesannya adalah masalah-masalah pendidikan. Dalam aktivitas humas terkandung aktivitas komunikasi antara pihak lembaga pendidikan dengan masyarakat. Layanan kehumasan dalam pendidikan sangatlah diperlukan untuk menyampaikan dan menjembatani informasi terkait lembaga. Dengan demikian humas membutuhkan strategi yang efektif dan efisien untuk menyampaikan kepentingan lembaga dan juga sosial.

Sejalan dengan hal tersebut, Zuhji, dkk menyebutkan bahwa :

“Peranan humas lembaga pendidikan di era revolusi industri 4.0 saat ini sudah menjadi bagian yang tidak dapat dipisahkan dari tata kelola lembaga pendidikan yang bermutu. Pengelolaan humas lembaga pendidikan berfokus pada kegiatan yang membantu lembaga pendidikan dalam mengidentifikasi dan memecahkan masalah terkait kehumasan seperti bagaimana mempromosikan lembaganya kepada masyarakat agar masyarakat percaya dan yakin menyekolahkan anaknya di lembaga tersebut.” (2020:2)

Pengertian humas itu sendiri dikemukakan beberapa ahli diantaranya menurut Nasution dikatakan bahwa “humas merupakan fungsi manajemen yang khas antara organisasi dengan publiknya, atau dengan kata lain antara lembaga pendidikan dengan *public internal* (dosen/ guru, karyawan, dan mahasiswa/siswa) dan *public eksternal* (orang tua mahasiswa/ orang tua siswa, masyarakat dan institusi luar)” (2010 : 11). Sedangkan menurut M. Linggar Anggoro mengatakan bahwa “Humas (hubungan masyarakat) merupakan bidang atau fungsi tertentu yang diperlukan oleh setiap organisasi, baik itu organisasi yang bersifat komersial maupun organisasi yang nonkomersial. Mulai dari yayasan sekolah, perguruan tinggi, dinas militer, sampai dengan lembaga-lembaga pemerintah, bahkan pesantren dan usaha bersama seperti Gerakan Orang Tua Asuh (GN-OTA) memerlukan humas.”(2002:1)

Layanan kehumasan dalam pendidikan sangatlah diperlukan untuk menyampaikan dan menjembatani informasi terkait lembaga tersebut dan juga masyarakat. Dilihat dari perannya, menurut Bernadetha Nadeak dalam Juhji, dkk “Humas juga mempunyai peran yang penting untuk memberikan informasi yang berhubungan dengan citra lembaga pendidikan melalui berbagai macam media komunikasi.” (2010:18).

Sedangkan Menurut Latimore dalam Juhji, dkk dijelaskan bahwa :

“Pengelolaan humas lembaga pendidikan berfokus pada kegiatan yang membantu lembaga pendidikan dalam mengidentifikasi dan memecahkan masalah terkait kehumasan. Media sosial bisa menjadi salah satu strategi bagi humas untuk berkomunikasi dan menjadi wadah aspirasi publik serta sarana diseminasi informasi dan media interaksi di tengah era digital. Dengan adanya media sosial diharapkan membawa dampak besar untuk mendukung praktisi dalam melakukan kegiatan kehumasan.” (2010:2)

Berdasarkan paparan di atas, jelaslah bahwa Humas memiliki tanggung jawab untuk mengelola komunikasi sekolah agar pesan komunikasi yang disampaikan benar-benar dapat diketahui dan dipahami oleh masyarakat ataupun orang tua peserta didik sehingga mendapatkan citra positif dari masyarakat. Oleh karenanya, manajemen kehumasan membutuhkan strategi yang efektif dan efisien untuk menyampaikan kepentingan lembaga dan juga sosial. Humas perlu melakukan perencanaan komunikasi pada media sosial sebagai tanggung jawab untuk meneliti, merencanakan, menerapkan dan mengevaluasi macam-macam aktifitas komunikasi sesuai kebutuhan lembaga.

Penelitian tentang strategi Humas dalam pemanfaatan media sosial *Instagram* sebagai media komunikasi di SMPN 3 Cileunyi menarik untuk diteliti karena melihat potensi pengembangannya yang sangat berpeluang menjadi media yang efektif dalam pelaksanaan program kerja humas. Desain penelitian deskriptif kualitatif sesuai dengan fenomena menarik tentang kajian strategi pemanfaatan media sosial *Instagram* di SMPN 3 Cileunyi. Nana Syaodih Sukmadinata (2011 : 73) mengemukakan bahwa :

“Penelitian deskriptif kualitatif ditujukan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, baik bersifat alamiah maupun rekayasa manusia, yang lebih memperhatikan mengenai karakteristik, kualitas, dan keterkaitan antar kegiatan. Selain itu, penelitian deskriptif tidak memberikan perlakuan, manipulasi atau perubahan pada variabel-variabel yang diteliti, melainkan menggambarkan suatu kondisi yang apa adanya. Satu-satunya perlakuan yang diberikan hanyalah penelitian itu sendiri, yang dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi”.

Pendapat diatas menjelaskan bahwa melalui penelitian pendekatan kualitatif diharapkan mampu menghasilkan uraian secara mendalam tentang ucapan, tulisan, atau perilaku yang dapat diamati dari individu, kelompok, masyarakat maupun organisasi tertentu. Adapun penggunaan desain penelitian deskriptif kualitatif dalam dimaksudkan untuk mendeskripsikan dan menganalisis strategi Humas dalam memanfaatkan media sosial *Instagram* sebagai media komunikasi sekolah. Hasil yang diharapkan akan mendapat temuan tentang strategi Humas dalam pemanfaatan media sosial *Instagram*, hambatan dan upaya solusi dalam mengatasi hambatan tersebut. Temuan ini dapat dijadikan referensi

dan rekomendasi bagi banyak lembaga lainnya yang belum memanfaatkan media sosial sebagai media komunikasi.

Dengan demikian judul yang diangkat pada penelitian ini adalah **Strategi Humas Dalam Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Komunikasi Sekolah (Studi Deskriptif Kualitatif Mengenai Strategi Humas dalam Pemanfaatan Media Sosial Instagram @smpn3.cileunyi sebagai Media Komunikasi di SMPN 3 Cileunyi Kabupaten Bandung).**

1.2. Fokus dan Pertanyaan Penelitian

Fokus dan pertanyaan penelitian yang akan di paparkan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1.2.1. Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian yang dipaparkan pada latar belakang penelitian, maka fokus penelitian dalam penelitian ini yaitu “Bagaimana strategi humas dalam pemanfaatan *Instagram @smpn3.cileunyi* sebagai media komunikasi sekolah?”

1.2.2. Pertanyaan Penelitian

Pertanyaan penelitian yang disampaikan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana strategi yang dilakukan humas dalam pemanfaatan *Instagram @smpn3.cileunyi* sebagai media komunikasi sekolah?
2. Bagaimana hambatan yang dihadapi humas dalam pemanfaatan *Instagram @smpn3.cileunyi* sebagai media komunikasi sekolah?
3. Bagaimana solusi humas untuk mengatasi hambatan yang dihadapi dalam pemanfaatan *Instagram @smpn3.cileunyi* sebagai media komunikasi sekolah

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk

1. Mendeskripsikan strategi Humas dalam pemanfaatan media sosial *Instagram @smpn3.cileunyi* sebagai media komunikasi sekolah

2. Mengetahui hambatan yang dihadapi dalam pemanfaatan media sosial *Instagram @smpn3.cileunyi* sebagai media komunikasi sekolah
3. Menjelaskan solusi Humas untuk mengatasi hambatan dalam pemanfaatan *Instagram @smpn3.cileunyi* sebagai media komunikasi sekolah

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak terkait baik secara teoritis maupun secara praktis.

1.4.1. Manfaat Teoritis

Setelah dilaksanakan penelitian dan mendapatkan hasilnya, diharapkan melalui penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam kajian Ilmu Komunikasi sebagai disiplin ilmu pengetahuan dengan fokus pada bidang kajian media sosial.

1.4.2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara praktis bagi beberapa kalangan, yaitu:

1. Bagi Peneliti

Manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini diantaranya menambah wawasan dan keterampilan bagi peneliti mengenai kajian Ilmu Komunikasi sebagai aplikasi teori khususnya di bidang media sosial.

2. Bagi Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi dan sumbangan informasi bagi literasi sumber rujukan penelitian selanjutnya mengenai media sosial

3. Bagi Sekolah SMPN 3 Cileunyi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi, bahan evaluasi dan monitoring untuk kemajuan SMPN 3 Cileunyi dalam hal komunikasi dengan berbagai pihak terkait.