

**EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL
SEBAGAI SISTEM INFORMASI MANAJEMEN SEKOLAH**

Dani Setiawan¹ dan Dian Hidayati²

^{1,2} Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta

Jl. Pramuka No.42, Pandeyan, Kec.Umbulharjo, Kota Yogyakarta 55161

¹ Email: 2108046066@webmail.uad.id

² Email: dian.hidayati@mp.uad.ac.id

ABSTRAK

Keberadaan media sosial seperti *Instagram, WhatsApp, Facebook, Youtube, Tik Tok dan website* di era globalisasi ini sangatlah populer. Jika pihak sekolah menggunakan dan mengelolanya dengan benar, maka akan membantu dalam penerapan sistem informasi manajemen sekolah. Namun, beberapa sekolah di Kota Bandung belum bisa menggunakan media sosial dengan baik. Padahal setiap sekolah memiliki media sosial yang dapat digunakan sebagai media informasi untuk mensosialisasikan program-program sekolah kepada masyarakat. Salah satu faktor penghambatnya ialah terbatasnya keuangan sekolah dan kompetensi sumber daya manusia sekolah dalam pengelolaan media sosial sebagai sistem informasi manajemen sekolah. Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui efektivitas media sosial sebagai sistem informasi manajemen sekolah. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif kualitatif, dan teknik pengumpulan data melalui pengamatan, wawancara dan dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial yang dilakukan oleh SMP Muhammadiyah 8 Bandung sebagai sistem informasi manajemen cukup efektif.

Kata Kunci: *Efektivitas, Media sosial, Sistem Informasi Manajemen*



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) International License.

ABSTRACT

The existence of social media such as Instagram, WhatsApp, Facebook, Youtube, Tik Tok and websites in this globalization era is very popular. If the school uses and manages it properly, it will assist in implementing the school management information system. However, several schools in the city of Bandung have not been able to use social media properly. Even though every school has social media that can be used as an information medium to socialize school programs to the community. One of the inhibiting factors is the limited school finances and the competence of school human resources in managing social media as a school management information system. The purpose of this research is to determine the effectiveness of social media as a school management information system. The method used in this study is qualitative with a qualitative descriptive approach, and data collection techniques through observation, interviews and documentation. Based on the results of the research, it shows that the use of social media by SMP Muhammadiyah 8 Bandung as a management information system is quite effective.

Keywords: *Effectiveness, Social Media, Management Information Systems*

PENDAHULUAN

Di era digital, media sosial telah menjadi tren dalam komunikasi pemasaran. Media sosial adalah sarana interaksi sosial yang berlangsung secara *online* melalui internet. Media sosial sebagai “sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan pembuatan dan berbagi konten

buatan pengguna” (Kaplan & Haenlein, 2010). (Arum Wahyuni Purbohastuti, 2017) Menurut Nasrullah (2015) media sosial adalah alat di internet yang memungkinkan pengguna untuk mewakili diri mereka sendiri dan berinteraksi dengan pengguna lain. Berkolaborasi, berbagi, dan berkomunikasi untuk menciptakan ikatan virtual jejaring sosial. Media sosial menggunakan teknologi *online* yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Beberapa jenis ini adalah Instagram, Twitter, Facebook, TikTok, hingga YouTube. Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2016) Media sosial adalah media yang digunakan oleh konsumen untuk berbagi informasi teks, gambar, audio, dan video baik dengan orang lain maupun perusahaan dan sebaliknya. (Rahadi, 2017) Media sosial digunakan sebagai sarana promosi karena memiliki respon langsung di antara para penggunanya.

Media ini pun, salah satu pintu gerbang ke dunia luar dan mampu memperkenalkan sekolah kebanggaannya kepada masyarakat luas. Media sosial menggunakan teknologi online yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Media sosial memungkinkan siapa saja untuk membuat, mengedit, dan mempublikasikan konten berita, penawaran, artikel, foto dan video mereka sendiri (Nurudin, 2012:53). (M. Utari & Rummyeni, 2017) Banyak instansi khususnya dibidang pendidikan yang kini memanfaatkannya sebagai sarana untuk mengiklankan dan menginformasikan tentang kegiatan sekolah. Salah satu cara untuk menekan biaya adalah dengan terus menerapkan pemasaran yang efektif dengan strategi pemasaran media sosial (Kirtis & Karahan, 2011). (Adha et al., 2020) Namun, beberapa sekolah yang telah memiliki website atau media sosial belum dapat memanfaatkannya secara maksimal. Salah satu faktor pembatasnya adalah keterbatasan sumber daya manusia dan dana sekolah. Jadi sekolah harus menemukan strategi yang paling efektif dengan biaya rendah. Menurut Tjipto (2011) Strategi adalah seperangkat metode utuh yang berkaitan dengan pelaksanaan gagasan, rencana dalam kurun waktu tertentu (Telaumbanua, 2018).

Media sosial memungkinkan semua pengguna dapat ikut berpartisipasi dalam menciptakan, membagikan, dalam menerima informasi dalam bentuk blog, *website*, jejaring sosial, forum, dan lain sebagainya. Informasi yang disampaikan melalui media sosial tidak hanya berlaku untuk satu orang satu cuitan saja, akan tetapi berlaku untuk semua orang sebagai pengguna media sosial. Kemudian yang menjadi trending topik di twitter misalnya, dalam waktu singkat bisa tersebar ke semua lintas negara dan mendapatkan ribuan bahkan jutaan tanggapan dari pengguna media sosial. Menurut Nurudin (Romli, 2016:51), teori *uses and gratification* mengemukakan tentang penggunaan media sebagai pemuas kebutuhan. (Puspita, 2022). Sehingga, hal inilah yang menjadi daya tarik setiap lembaga pendidikan khususnya di SMP Muhammadiyah 8 Bandung Jawa Barat yang

begitu konsisten memanfaatkan media sosial sebagai sistem informasi. Selain itu, dari segi pengeluaran pembiayaan lebih efisien. Sekolah tidak perlu mengeluarkan banyak biaya pengadaan untuk kepentingan administrasi sekolah. Sekolah dapat dengan mudah untuk menerapkan *paperless society*, untuk menekan penggunaan kertas di era digital ini. (S.P.Siagain, 1973) Ketiadaan kertas efisiensi dalam penggunaan kertas, terutama dalam urusan administrasi dan surat menyurat seperti pengiriman surat dapat digantikan dengan surat elektronik (email), lebih murah, cepat, efektif dan tersedia 24 jam atau kebijakan pengurangan kertas dalam kegiatan administrasi. Para pelaku usaha termasuk Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) dituntut untuk memanfaatkan media *online* dalam mengadopsi teknologi dalam proses bisnisnya agar dapat bersaing di era teknologi digital saat ini (T. Utari, 2022).

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat dan bahan masukan yang berharga bagi sekolah yang menjadi subjek penelitian, khususnya bagi penyelenggara pendidikan.

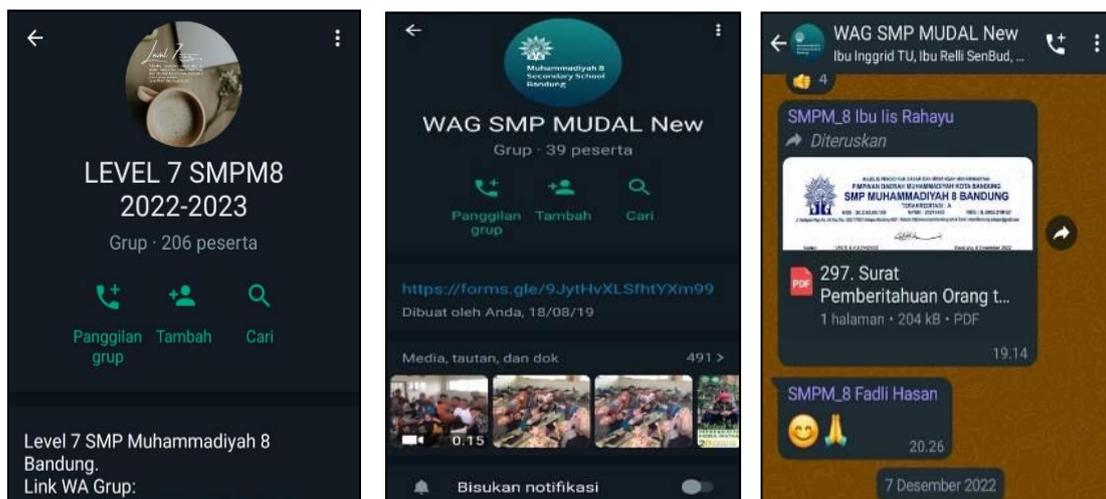
METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dengan pendekatan penelitian deskriptif kualitatif yang bermakna memahami peristiwa atau kejadian nyata yang ditemukan dilapangan. Subyek penelitian adalah kepala sekolah, wakil kepala sekolah dan wali kelas. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi serta dengan pengembangan instrumen penelitian berdasarkan pedoman wawancara, pedoman observasi, dan pedoman dokumentasi. Kemudian peneliti melakukan analisis data dengan melalui empat tahapan, yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

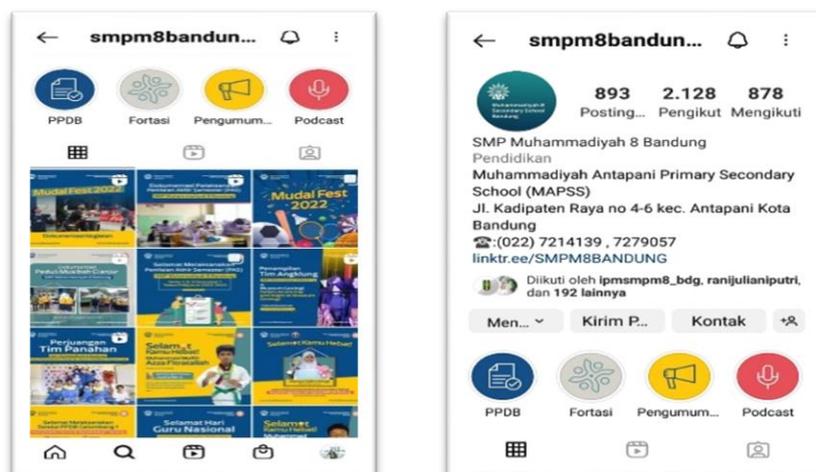
Berdasarkan hasil penelitian, dapat diketahui bahwa media sosial berupa Whatsapp, Instagram, Facebook, YouTube dan Website yang digunakan oleh sekolah sebagai sistem manajemen sekolah saat ini sudah berjalan dengan optimal. Selain staf yang sebagian besar memiliki keterampilan IT, pihak sekolah juga telah memiliki ahli manajemen media sosial. Pengelolaan media sosial sekolah saat ini, dilakukan oleh wakil kepala sekolah bidang humas (hubungan masyarakat) yang dibantu oleh tenaga ahli dari luar sekolah yang di rekrut untuk membantu dalam membuat konten-konten seputar kegiatan sekolah secara

konsisten/terencana untuk dibuat. *Stakeholder* sekolah kemudian bekerja sama untuk berbagi informasi dengan masyarakat.



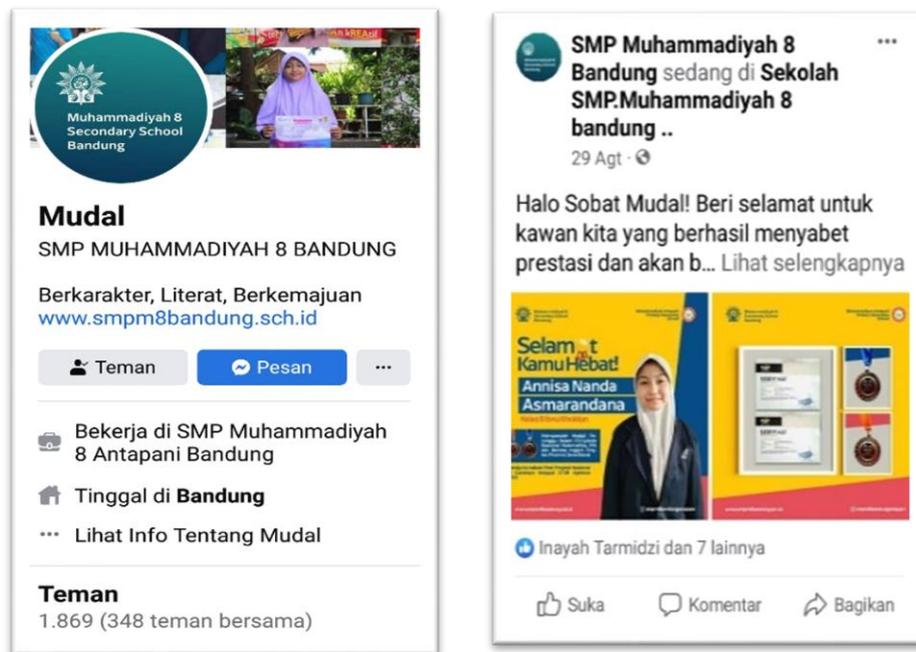
Gambar 1: Tampilan WhatsApp group orang tua siswa dan dewan guru.

WhatsApp seperti yang terlihat pada gambar 1, saat ini menjadi pilihan utama sekolah untuk menyampaikan informasi terkait dengan agenda sekolah, baik itu agenda rapat dinas, rapat orang tua dan informasi lainnya. Jumi atmoko (2016) mengatakan, WhatsApp merupakan aplikasi berbasis internet yang memungkinkan para penggunanya dapat saling berbagi beraragam konten sesuai dengan fitur pendukungnya. (Rahartri, 2019) Selanjutnya menurut Larasati, dkk (2013), WhatsApp merupakan aplikasi untuk saling berkiriman pesan secara instan, dan memungkinkan kita untuk saling bertukar gambar, video, foto, pesan suara, dan dapat digunakan untuk berbagi informasi dan diskusi. (Istanto, 2015) Karena, bagi sekolah media sosial ini sekolah cukup efektif, efisien dan cepat dalam penyampaian berbagai informasi sekolah. Sehingga, sekolah memberikan kebijakan serta keleluasaan kepada wali kelas untuk menjalin komunikasi alternatif dengan orang tua siswa menggunakan WhatsApp Group sehingga lebih cepat tanggap dan tanpa batas komunikasi. Tokoh masyarakat memanfaatkan WA sebagai media komunikasi dalam menyampaikan pesan, informasi yang disampaikan lebih efektif dan merupakan kepuasan tersendiri karena menggunakan teknologi informasi (WA) pesan lebih cepat diterima oleh sasaran (Trisnani, 2017). ditambahkan oleh Arifianto (2013) yang mengatakan bahwa salah satu dari pemanfaatan group WhatsApp adalah sebagai pemberdayaan komunitas pemberdayaan masyarakat (Putra et al., 2020).



Gambar 2 : Tampilan Media Sosial Instagram Sekolah

Instagram pada gambar 2 merupakan salah satu media sosial yang juga dipilih pihak sekolah sebagai alternatif sistem manajemen sekolah yang digunakan untuk berbagi informasi. Dimana sekolah selalu memberikan kepada masyarakat berbagai informasi tentang program kegiatan sekolah dan prestasi siswa melalui konten-konten menarik yang ditayangkannya secara berkala. Dengan jumlah postingan sebanyak 971 dari tahun 2018-2023, Mengikuti 1.084 dan followers mencapai 2.326 orang. Instagram sekolah ini cukup untuk membangkitkan minat publik, sehingga sekolah terus menggunakannya untuk mengkomunikasikan agenda sekolah. Menurut Goodman (dalam Martínez et al., 2014) menyatakan bahwa media sosial tersebut telah memberikan kontribusi untuk mengungkap pentingnya fotografi digital sebagai sarana ekspresi dan komunikasi, tidak hanya di kalangan teman-teman dan keluarga, tetapi juga pada orang asing. (Kurniawati, 2017) Instagram juga dapat memberikan inspirasi bagi penggunanya dan juga dapat meningkatkan kreativitas, karena Instagram memiliki fitur yang dapat membuat foto menjadi lebih indah, lebih artistic dan menjadi lebih bagus (Atmoko,2012:10)(Ansori, 2015).



Gambar 3 : Tampilan media sosial *facebook* Sekolah

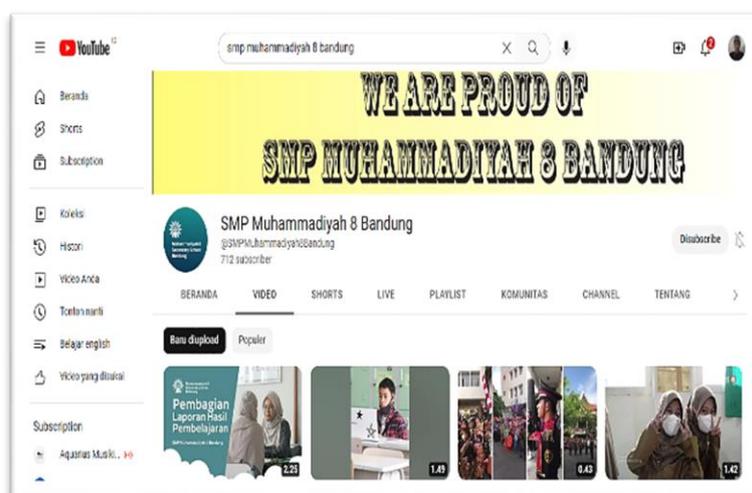
Selain WhatsApp dan Instagram sekolah, jejaring sosial facebook juga merupakan sistem informasi yang membantu sekolah, dengan total 1.869 pengikut dan sebagian besar pengikutnya adalah alumni, guru, orang tua serta siswa. Facebook merupakan media informasi pertama yang dimiliki oleh SMP Muhammadiyah 8 Bandung. Salah satu media pemasaran yang paling populer dibandingkan dengan media non-virtual adalah Facebook (Barokah et al.2021). (Gellysa Urva et al., 2022). Meskipun tidak memiliki pengikut sebanyak Instagram, media ini merupakan sarana komunikasi yang cukup efektif bagi sekolah untuk menyampaikan informasi atau program kegiatan kepada masyarakat. Menurut Mardiana Wati dan A.R. Rizky (2009: 1-3) Facebook adalah jejaring sosial yang bisa dimanfaatkan oleh para pengguna untuk saling mengenal dan berkomunikasi untuk berbagai tujuan dan untuk tujuan hiburan (Marlina, Neneng & Husen, 2015).



Gambar 4 : Tampilan *website* Sekolah

Sumber : <https://smpm8bandung.sch.id/>

Web merupakan salah satu *platform* yang paling banyak digunakan untuk mencari berbagai informasi dan alat komunikasi. Menurut Sholehul Azis (2013:75), *website* adalah halaman informasi yang disediakan melalui internet sehingga dapat digunakan dimana saja di seluruh dunia selama terhubung dengan internet. (Azis, 2019) Penyebaran informasi yang cepat, dan efisien menjadi alasan mengapa sekolah menjadikan *website* ini sebagai salah satu alat yang sangat penting sebagai sistem informasi manajemen. Yanit (2003:14) mendefinisikan efisiensi sebagai ukuran yang memberikan gambaran tentang sejauh mana tujuan telah tercapai, baik secara kualitatif maupun waktu menurut produk yang dihasilkan. Dapat dikatakan bahwa tolak ukur suatu *website* efektif atau tidaknya dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain peran *website*, peran pengurus, tujuan, jangkauan, konten, interaksi (Aprilia, Wijaya dan Suryadi, 2014:130)(Megantoro, 2019).



Gambar 5 : Tampilan Channel Youtube Sekolah
Sumber:<https://www.youtube.com/@SMPMuhammadiyah8Bandung/videos>

SMP Muhammadiyah 8 Bandung telah mengunggah 169 video ke saluran YouTube nya dan memiliki 751 pelanggan. Efektivitas YouTube sebagai sistem informasi manajemen sekolah sangat berguna untuk menyimpan, mengunduh, menonton dan berbagi video yang berkaitan dengan kegiatan sekolah. Dalam setiap unggahan kontennya, SMP Muhamamdiyah 8 Bandung selalu mendapatkan respon komentar yang baik dari para penontonnya. Menurut Supriyono (2000:29) “Efektivitas merupakan hubungan antara keluaran suatu pusat tanggung jawab dengan sasaran yang mesti dicapai, semakin besar kontribusi daripada keluaran yang dihasilkan terhadap nilai pencapaian sasaran tersebut, maka dapat dikatakan efektif pula unit tersebut.”(Pide & Makassar, 2022) Menampilkan video profil sekolah, serta video panjang dan pendek kegiatan sekolah yang menyajikan informasi sekolah kepada masyarakat dengan jumlah penonton yang relatif banyak dalam setiap penayangan konten yang dipublikasikan hingga mencapai 1.000 kali ditonton.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dilapangan dan pembahasan yang telah diuraikan di atas dapat disimpulkan, bahwa media sosial dapat menjadi alat yang efektif dalam sistem manajemen informasi sekolah jika digunakan dengan baik, seperti yang telah dilakukan oleh SMP Muhammadiyah 8 Bandung. Pemanfaatan media sosial SMP Muhammadiyah 8 Bandung sebagai sistem informasi manajemen sekolah cukup efektif dan efisien. Temuan peneliti menunjukkan bahwa informasi-informasi yang dishare oleh sekolah lebih cepat, jalinan komunikasi dan koordinasi antara guru, staf, orang tua hingga siswanya melalui media sosial ini lebih mudah, lancar dan cepat. Kemudian dengan media sosial ini, SMP

Muhammadiyah 8 Bandung dapat meningkatkan visibilitasnya dan mencapai audiens yang lebih luas.

SARAN

Semoga dalam penelitian selanjutnya, fokus penelitiannya dapat berupa bagaimana media sosial dapat digunakan sebagai media untuk meningkatkan pembelajaran dan kolaborasi di antara siswa dan guru.

DAFTAR PUSTAKA

- Arum Wahyuni Purbohastuti. (2017). Vol. 12, No. 2, Oktober 2017. *Ekonomika*, 12(2), 212–231.
- Hartino, A. T., & Adha, M. M. (2020). Optimalisasi Pendidikan Kewarganegaraan Sebagai Upaya Meningkatkan Civic Knowledge Peserta Didik Melalui Media Sosial. E Prosiding Seminar Nasional Pendidikan Kewarganegaraan 2020, 169–176. http://repository.lppm.unila.ac.id/24022/1/19_Ahman_Tosy_Hartino%2C_dkk_169-176.pdf
- Adha, S., Fahlevi, M., Rita, & Rabiah, A. S. (2020). Pengaruh Sosial Media Influencer Terhadap Pengaruh Minat Kerja Antar Brand. *Journal of Industrial Engineering & Management Research (JIEMAR)* Volume:, 1(June), 70–82. <https://jiemar.org/index.php/jiemar/article/view/28>
- Ansori. (2015). Media sosial Instagram. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 3(April), 49–58.
- Azis, S. (2019). BAB II Landasan Teori, Perancangan website. 3.
- Gellysa Urva, Pratiwi, M., & Oemara Syarief, A. (2022). Optimalisasi Media Sosial Sebagai Penunjang Digital Marketing. *ABDINE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(1), 56–61. <https://doi.org/10.52072/abdine.v2i1.301>
- Istanto. (2015). Peranan Media Sosial Dalam Pendidikan. *Jurnal Ilmiah WUNY*, 16(6), 39.
- Kolter, P. (2002). Pengertian Merek Brand. *Ilmu Komunikasi*, 2(3), 7–26.
- Kurniawati, W. D. N. (2017). Pemanfaatan Instagram Oleh Komunitas Wisata Grobogan Dalam Mempromosikan Potensi Pariwisata Daerah. *Komuniti : Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi*, 8(5), 127–143. <https://doi.org/10.23917/komuniti.v8i5.2943>
- Marlina, Neneng & Husen, R. (2015). Konstruksi Citra Diri Melalui Update Status Di Media Sosial Facebook. *Jurnal Komunikasi Hasil Pemikiran Dan Penelitian*, 1(2), 7. <https://journal.uniga.ac.id/index.php/JK/article/view/535>
- Megantoro, K. (2019). Efektivitas Website Sebagai Media Informasi Dalam Konteks Relasi Government To Citizens di Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) Kota Magelang. *Jurnal Transformative*, 5(2), 73–90. <https://doi.org/10.21776/ub.transformative.2019.005.02.5>
- Pide, A., & Makassar, U. M. (2022). Tugas Makalah Ekonomi Manajerial. December.

- Puspita, N. A. (2022). Efektivitas Media Sosial Akun Instagram @detikcom dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi. *Jurnal PIKMA : Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema*, 4(2), 112–117. <https://doi.org/10.24076/pikma.v4i2.588>
- Putra, A. B., Pamorraka, Sartika, D., Eka, D., Safitri, & Muhammad, A. (2020). Pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran. *Humanism*, 1(3), 1–12.
- Rahartri. (2019). “Whatsapp” Media Komunikasi Efektif Masa Kini (Studi Kasus Pada Layanan Jasa Informasi Ilmiah di Kawasan Puspiptek). *Visi Pustaka*, 21(2), 147–156.
- Telaumbanua, : Kaminudin. (2018). Pengertian Strategi dan Manajemen Strategi Dalam Perusahaan. *Jurnal Educatin of Development*, 02(2010), 8–24.
- Utari, M., & Romyeni, R. (2017). Pengaruh Media Sosial Instagram Akun @Princessyahrini Terhadap Gaya Hidup Hedonis Para Followersnya. *Jom Fisip*, 4(2), 1–22.
- Utari, T. (2022). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Promosi pada UMKM Kampung Mandiri Donokerto Yogyakarta. *KANGMAS: Karya Ilmiah Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 15–20. <https://doi.org/10.37010/kangmas.v3i1.628>
- Rahadi, D. R. (2017). Perilaku Pengguna Dan Informasi Hoax Di Media Sosial. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 5(1), 58–70. <https://doi.org/10.26905/jmdk.v5i1.1342>
- [https://widuri.raharja.info/index.php?title=Paperless#:~:text=Siagian%2C%201973\)%20Paperless%20merupakan%20efisiensi,pengurangan%20kertas%20dalam%20kegiatan%20administrasi.](https://widuri.raharja.info/index.php?title=Paperless#:~:text=Siagian%2C%201973)%20Paperless%20merupakan%20efisiensi,pengurangan%20kertas%20dalam%20kegiatan%20administrasi.)