TESIS

STRATEGI HUMAS DALAM PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA PENINGKATAN KEPERCAYAAN PUBLIK DI SEKOLAH MENENGAH ATAS (SMA) NEGERI 1 MANTUP KABUPATEN LAMONGAN

Oleh:
Firdha Aulia Putri Anisa
NIM 230106210010

MAGISTER MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
PASCASARJANA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2025

STRATEGI HUMAS DALAM PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA PENINGKATAN KEPERCAYAAN PUBLIK DI SEKOLAH MENENGAH ATAS (SMA) NEGERI 1 MANTUP KABUPATEN LAMONGAN

Tesis

Diajukan kepada

Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

Untuk memenuhi persyaratan dalam menyelesaikan

Program Magister Manajemen Pendidikan Islam

Oleh:

Firdha Aulia Putri Anisa

NIM. 230106210010

MAGISTER MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM

PASCASARJANA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM

MALANG

2025

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PERSETUJUAN
UJIAN TESIS

Tesis dengan judul **"Strategi Humas dalam Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Peningkatan Kepercayaan Publik di Sekolah Meenengah Atas (SMA) Negeri 1 Mantup Kabupaten Lamongan"**

Telah diperiksa dan disetuji untuk diuji.

Pembimbing I,

Dr. Muhammad Amin Nur, M.A
NIP. 197501232003121003

Pembimbing II

Abdul Aziz, M. Ed., Ph. D.
NIP. 196906282006041004

Mengetahui,
Ketua Program Studi

Dr. M. Fahim Tharaba, M. Pd.
NIP. 198010012008011016

LEMBAR PENGESAHAN

Tesis dengan judul **"Strategi Humas dalam Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Peningkatan Kepercayaan Publik di Sekolah Menengah Atas (SMA) Negeri 1 Mantup Kabupaten Lamongan"** yang ditulis oleh Firdha Aulia Putri Anisa, telah diperbaiki sesuai dengan masukan tim penguji Tesis.

Dewan Penguji,

Dr. H. Muhammad In'am Esha M. Ag. — Penguji Utama
NIP. 197503102003121004

Dr. H. Ali Nasith, M. Si., M.Pd.I. — Ketua Penguji
NIP. 196407051986031003

Dr. Muhammad Amin Nur, M.A — Pembimbing I
NIP. 197501232003121003

Abdul Aziz, M. Ed., Ph. D. — Pembibing II
NIP. 196906282006041004

Mengetahui
Direktur Pascasarjana

Prof. Dr. H. Wahidmurni, M. Pd. Ak.
NIP. 196903032000031002

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Firdha Aulia Putri Anisa
NIM	: 230106210010
Proram Studi	: Magister Manajemen Pendidikan Islam
Judul Penelitian	:Strategi Humas dalam Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Peningkatan Kepercayaan Publik di Sekolah Meenengah Atas (SMA) Negeri 1 Mantup Kabupaten Lamongan.

Menyatakan bahwa tesis ini benar-benar karya saya sendiri, bukan plagiasi dari karya tulis orang lain baik sebagian atau keseluruhan. Pendapat atau temuan penelitian orang lain yang terdapat dalam tesis ini dikutip atau dibaca sesuai kode etik penulisan karya ilmiah. Apabila dikemudian hari ternyata dalam tesis ini terbukti ada unsur-unsur plagiasi, maka saya melanggar peraturan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 22 April 2025

Firdha Aulia Putri Anisa
NIM. 230106210010

MOTTO

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللّٰهِ لِنْتَ لَهُمْۚ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيْظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوْا مِنْ حَوْلِكَۖ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِى الْاَمْرِۚ فَاِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللّٰهِۗ اِنَّ اللّٰهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِيْنَ ﴿١٥٩﴾

Artinya: *"Maka, berkat rahmat Allah engkau (Nabi Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Seandainya engkau bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka akan menjauh dari sekitarmu. Oleh karena itu, maafkanlah mereka, mohonkanlah ampunan untuk mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam segala urusan (penting). Kemudian, apabila engkau telah membulatkan tekad, bertawakallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah mencintai orang-orang yang bertawakal. (Q.S Al-Imran: 159)"*

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur selalu saya panjatkan kehadiran Allah SWT. Serta sholawat dan salam tetap terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta seluruh keluarga besar dan para sahabat.

1. Dengan penuh rasa cinta dan kasih sayang yang mendalam karya ilmiah ini penulis persembahkan untuk orang-orang yang penulis sayangi
2. Kupersembahkan karya kecil ini untuk kedua orang tua saya, Bapak Basuki dan Ibu Sulastri yang selalu memberikan doa, motivasi, dan dukungan penuh baik secara mental, moral, dan finansial. Dan menjadi penyemangat yang tingi bagi penulis untuk menggapai mimpinya.
3. Kepada saudara dan keluarga besar yang selalu mendo'akan setiap langkah penulis Sahabat saya yang selalu membersamai dan mendengarkan keluh kesah penulis dalam penyelesaian karya ilmiah ini

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

Pedoman Trnasliterasi Arab-Latin yang digunakan dalam penulisan tesis ini adalah pedoman transliterasi yangmerupakan hasil Keputusan Bersama (SKB) Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, Nomor: 158 Tahun 1987 dan Nomor : 0543b/U/1987 tanggal 22 Januasi 1988.

A. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain lagi dengan huruf dan tanda sekaligus.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	S	Es (dengan titik di atas)
ج	Ja	J	Je
ح	Ha	H	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ż	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Za	Z	Zet
س	Sa	S	Es
ش	Sya	SY	Es dan Ye
ص	Ṣa	Ṣ	Es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍat	Ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	Ṭ	Te (dengan titik di

			bawah)
ظ	Ẓa	Ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	’Ain	‘	Apostrof Terbalik
غ	Ga	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qa	Q	Qi
ك	Ka	K	Ka
ل	La	L	El
م	Ma	M	Em
ن	Na	N	En
و	Wa	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	’	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

Hamzah (ء (yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika hamzah (ء (terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (’).

B. Vokal, Panjang dan Diftong

Setiap penulisan Bahasa Arab dalam bentuk tulisan latin vokal fathah ditulis dengan “a”, kasrah dengan “i”, dammah dengan “u”, sedangkan bacaan panjang masing-masing ditulis dengan cara berikut:

Vokal Pendek		Vokal Panjang		Diftong	
أ	A	...ى. ..ا.َ	Ā	ا ي	Ay
إ	I	...ى	Ī	ا و	Aw
أ	U	...و	Ū		ba’

Bunyi hidup (harakah) huruf konsonan akhir pada akhir pada sebuah kata tidak dinyatakan dan transliterasi. Transliterasi hanya berlaku pada huruf konsonan akhir tersebut. Sedangkan bunyi (hidup) huruf akhir tersebut tidak boleh ditransliterasikan.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT Tuhan Yang Maha Kuasa dan Maha Pemberi Pertolongan atas limpahan rahmat, taufik, serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian tesis ini tepat waktu. Sholawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabat beliau.

Penelitian ini disusun sebagai bentuk pemenuhan tugas akhir pada Program Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Dalam tesis ini, penulis mengangkat pembahasan tentang **"Strategi Humas dalam Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Peningkatan Kepercayaan Publik di Sekolah Menengah Atas (SMA) Negeri 1 Mantup Kabupaten Lamongan".** Penulis sampaikan banyak terimakasih kepaa seluruh pihak yang membantu memberikan dukungan, bimbingan, dan inspirasi selama proses penulisan ini.

1. Bapak Prof. Dr. H. M. Zainuddin , M.A selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maualana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Prof. Dr. H. Wahidmurni, M. Pd. Ak selaku Direktur Pascasarjana Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

3. Bapak Dr. M. Fahim Tharabba, M. Pd. Selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Pendidikan Islam Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Bapak Dr. Muhammad Amin Nur, M.A selaku Dosen Pembimbing I yang telah mencurahkan pikiran dan waktunya untuk memberikan arahan dan bimbingan bagi penulisan tesis ini.
5. Bapak Abdul Aziz, M. Ed., Ph. D. Selaku Dossen Pembimbing II yang telah mencurahkan pikiran dan waktunya untuk memberikan arahan dan bimbingan bagi penulisan tesis ini.
6. Bapak Ibu Dosen Magister Manajemen Pendidikan Islam Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
7. Bapak Purwanto Selaku Kepala SMAN 1 Mantup dan Bapak Afif Ali Afandi selaku Wakil Kepala Bidang Humas yang telah memberikan waktunya dalam proses penelitian.
8. Teman-teman Magister MPI UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yang selalu semangat dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Semoga Allah SWT senantiasa menganugerahkan rahmat dan balasan yang tak terhingga kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan hingga terselesaikannya penulisan tesis ini. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tesis ini masih memiliki banyak kekurangan, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan masukan serta kritik yang membangun dari berbagai

pihak demi penyempurnaan karya ini. Harapan penulis, semoga tesis ini dapat memberikan manfaat, baik bagi penulis sendiri maupun bagi para pembaca secara umum. Terima kasih atas segala perhatian yang telah diberikan.

Malang, 23 April 2025

Firdha Aulia Putri
NIM. 230106210010

ABSTRAK

Anisa, Firdha Aulia Putri. 2025. *Strategi Humas Dalam Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Peningkatan Kepercayaan Publik Di Sekolah Menengah Atas (SMA) Negeri 1 Mantup Kabupaten Lamongan*. Tesis. Program Studi Magister Manajemen Pendidikan Islam, Pascasarjana, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Pembimbing I: Dr. Muhammad Amin Nur, M.A Pembimbing II: Abdul Aziz, M.Ed., Ph. D.

Kata Kunci: Strategi Humas, Media Sosial, Kepercayaan Publik

Perkembangan teknologi pada saat ini telah secara drastis mengubah pola komunikasi masyarakat. Media sosial pada saat ini menjadi salah satu platform utama dalam komunikasi massa yang memberikan kemudahan dan kecepatan dalam penyampaian informasi pada khalayak publik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis startegi humas dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana peningkatan keprcayaan publik di SMAN 1 Mantup Kabupaten Lamongan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana perencanaan, pelaksanaan, dan hasil dari strategi yang dilakukan oleh Humas SMAN 1 Mantup dalam pemanfaatan media sosial untuk meningkatkan kepercayaan publik dan bagaimana Humas SMAN 1 Manttup memanfaatkan media sosial dengan efektif untuk melakukan romosi lembaga pendidikan.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus Pengumpulan data yang dilakukan yaitu dengan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan melalui tiga prosedur, meliputi kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Data yang telah diperoleh dicek keabsahan datanya menggunakan teknik triangulasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Perencanaan strategi itu meliputi Analisis situasi, Menentukan tujuan, Menyusun ide konten yang menarik dan relevan, dan Konsistensi manajemen media sosial. 2) Implementasi strategi telah dilaksanakan secara maksimal melalui tahap: Menentukan platform media sosial yang sesuai dengan target audiens, Memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi sekolah, Membagikan konten yang inoformatif dan menarik, Interaksi aktif dengan audiens. 3) Hasil strategi yang diperoleh dari implementasi strategi meliputi: Efektifitas komunikasi, Meningkatnya calon peserta didik baru, Meningkatnya kepercayaan publik, dan terciptanya hubunngan harmonis antara sekolah dengan publik.

ABSTRACT

Anisa, Firdha Aulia Putri. 2025. Public Relations Strategy in Utilizing Social Media as a Means of Increasing Public Trust at State Senior High School (SMA) 1 Mantup, Lamongan Regency. Thesis. Master of Islamic Education Management Study Program, Postgraduate, State Islamic University of Maulana Malik Ibrahim Malang. Advisor I: Dr. Muhammad Amin Nur, M.A Advisor II: Abdul Aziz, M.Ed., Ph. D.

Keywords: Public Relations Strategy, Social Media, Public Trust

The development of technology today has drastically changed the pattern of communication in society. Social media is currently one of the main platforms in mass communication that provides convenience and speed in delivering information to the public. This study aims to analyze public relations strategies in utilizing social media as a means of increasing public trust at SMAN 1 Mantup, Lamongan Regency.

This study aims to analyze how the planning, implementation, and results of the strategies carried out by Public Relations of SMAN 1 Mantup in utilizing social media to increase public trust and how Public Relations of SMAN 1 Mantup utilizes social media effectively to promote educational institutions.

This study uses a qualitative method with a case study research type. Data collection is carried out using interview, observation, and documentation techniques. As well as data analysis techniques used through three procedures, including data condensation, data presentation, and drawing conclusions. The data that has been obtained is checked for data validity using triangulation techniques.

The results of this study indicate that: 1) Strategic planning includes Situation analysis, Determining goals, Compiling interesting and relevant content ideas, and Consistency of social media management. 2) The implementation of the strategy has been carried out optimally through the following stages: Determining a social media platform that suits the target audience, Utilizing social media as a means of school promotion, Sharing informative and interesting content, Active interaction with the audience. 3) The results of the strategy obtained from the implementation of the strategy include: Effective communication, Increasing new prospective students, Increasing public trust, and creating harmonious relations between the school and the public.

نبذة مختصرة

أنيسة، فيردها أوليا بوتري. ٢٠٢٥. استراتيجية العلاقات العامة في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كوسيلة لتعزيز ثقة الجمهور في المدرسة الثانوية الحكومية الأولى مانتوب، محافظة لامونغان. أطروحة. برنامج ماجستير إدارة التعليم الإسلامي، الدراسات العليا، جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج. المشرف الأول: .الدكتور محمد أمين نور، ماجستير. المشرف الثاني: عبد العزيز، ماجستير في التربية، دكتوراه

الكلمات المفتاحية: استراتيجية العلاقات العامة، وسائل التواصل الاجتماعي، ثقة الجمهور

لقد غيّر تطور التكنولوجيا الحالي بشكل جذري نمط التواصل في المجتمع. أصبحت وسائل التواصل الاجتماعي اليوم إحدى المنصات الرئيسية في الإعلام الجماهيري التي توفر سهولة وسرعة في إيصال المعلومات إلى الجمهور. يهدف هذا البحث إلى تحليل استراتيجية العلاقات العامة في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كوسيلة لتعزيز ثقة الجمهور في المدرسة الثانوية الحكومية الأولى مانتوب، محافظة لامونغان

يهدف هذا البحث إلى تحليل كيفية التخطيط والتنفيذ والنتائج للاستراتيجية التي قامت بها وحدة العلاقات العامة في المدرسة الثانوية الحكومية الأولى بمنطقة مانتوب في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لتعزيز ثقة الجمهور، .وكيفية استغلال وحدة العلاقات العامة لتلك الوسائل بفعالية في الترويج للمؤسسة التعليمية

يستخدم هذا البحث المنهج النوعي من نوع دراسة الحالة. تم جمع البيانات باستخدام تقنيات المقابلة، والملاحظة، والتوثيق. أما تقنية تحليل البيانات المستخدمة فتمت من خلال ثلاث خطوات، وهي: تكثيف البيانات، عرض .البيانات، واستخلاص النتائج. وتم التحقق من صحة البيانات التي تم الحصول عليها باستخدام تقنية التثليث

:يلي ما إلى البحث هذا نتائج تشير
وسائل وإدارة وملائمة، جذابة محتوى أفكار إعداد الأهداف، تحديد الوضع، تحليل الاستراتيجية خطة تشمل (١ .باستمرار الاجتماعي التواصل
للجمهور المناسبة الاجتماعي التواصل وسائل منصة تحديد :مراحل خلال من أمثل بشكل الاستراتيجية تنفيذ تم (٢ وجذاب، إعلامي محتوى مشاركة للمدرسة، للترويج كوسيلة الاجتماعي التواصل وسائل استخدام المستهدف، .الجمهور مع النشط التفاعل
الجدد الطلاب عدد زيادة الاتصال، فعالية :يلي ما الاستراتيجية تنفيذ عن الناتجة الاستراتيجية نتائج تشمل (٣ .والجمهور المدرسة بين متناغمة علاقة وخلق الجمهور، ثقة زيادة المحتملين،

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL
LEMBAR SAMPUL i
LEMBAR PERSETUJUAN ii
LEMBAR PENGESAHAN ..... Error! Bookmark not defined.
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS iv
MOTTO v
HALAMAN PERSEMBAHAN vi
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN vii
KATA PENGANTAR x
ABSTRAK xiii
DAFTAR ISI xvi
DAFTAR GAMBAR xix
DAFTAR TABEL xx
BAB I PENDAHULUAN 1
A. Konteks Penelitian 1
B. Fokus Penelitian 6
C. Tujuan Penelitian 6
D. Manfaat Penelitian 7
E. Originalitas Penelitian 8
F. Definisi Istilah 14
BAB II KAJIAN TEORI 15
A. Konsep Strategi Hubungan Masyarakat 15
1. Pengertian Strategi 15
2. Fungsi Strategi 16
3. Pengertian Hubungan Masyarakat 17
4. Tugas-Tugas Humas 18

5. Strategi Hubungan Masyarakat 19
B. Konsep Media Sosial 21
1. Pengertian Media Sosial 21
2. Manfaat Media Sosial 22
C. Konsep Kepercayaan Publik 23
1. Pengertian Kepercayaan Publik 23
2. Dimensi Kepercayaan 24
D. Kerangka Berpikir 26
BAB III METODE PENELITIAN 27
A. Pendekatan Penelitian dan Jenis Penelitian 27
B. Kehadiran Pneliti 28
C. Lokasi Penelitian 28
D. Data dan Sumber Data 28
E. Teknik Pengumpulan Data 29
F. Teknik Analisis Data 31
G. Tahap Pemeriksaan Keabsahan Data 32
BAB IV PAPARAN DATA DAN HASIL PENELITIAN 33
A. Paparan Data 33
B. Hasil Penelitian 37
1. Perencanaan Strategi Humas yang Efektif Dalam Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Peningkatan Kepercayaan Publik di SMAN 1 Mantup 37
2. Implementasi Strategi Humas yang Efektif dalam Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Peningkatan Kepercayaan Publik di SMAN 1 Mantup 47
3. Hasil Strategi Humas yang Efektif Dalam Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Peningkatan Kepercayaan Publik di SMAN 1 Mantup 59
C. Temuan Penelitian 70
1. Perencanaan Strategi Yang Efektif Humas Dalam Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Peningkatan Kepercayaan Publik Di SMAN 1 Mantup 71
2. Implementasi Strategi Yang Efektif Humas Dalam Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Peningkatan Kepercayaan Publik Di SMAN 1 Mantup 71
3. Hasil Strategi Yang Efektif Humas Dalam Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Peningkatan Kepercayaan Publik Di SMAN 1 Mantup 72

BAB V PEMBAHASAN 74

A. Perencanaan Strategi yang Efektif Bagi Humas dalam Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Peningkatan Kepercayaan Publik di SMAN 1 Mantup 74

B. Implementasi Strategi yang Efektif Bagi Humas dalam Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Peningkatan Kepercayaan Publik di SMAN 1 Mantup 79

C. Hasil Strategi yang Efektif Bagi Humas dalam Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Peningkatan Kepercayaan Publik di SMAN 1 Mantup 84

BAB VI PENUTUP 90

A. Kesimpulan 90

B. Saran 93

DAFTAR PUSTAKA 94

LAMPIRAN 98

DOKUMENTASI 100

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 : 49

Gambar 2.1 50

Gambar 3.1.....50

Gambar 4.1 53

Gambar 5.1.....57

Gambar 6.1.....64

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 : Orisinalitas Penelitian 11

Tabel 2.2 : Perencanaan Strategi Humas.....46

Tabel 2.3 : Implementasi Strategi Humas 59

Tabel 2.4 : Hasil Strategi Humas 69

Tabel 2.5 : Hasil Penelitian 73

BAB I
PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Perkembangan teknologi yang begitu cepat khususnya di bidang informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan terhadap pola komunikasi dalam masyarakat. Saat ini media sosial telah menjadi salah satu platform utama dalam komunikasi massa karena mampu menyajikan informasi secara cepat dan mudah kepada publik. Secara umum media sosial merupakan bentuk terbaru dari teknologi web berbasis internet yang memungkinkan masyarakat untuk berinteraksi, berkontribusi, berbagi informasi, dan membangun jejaring secara daring, sehingga mereka dapat menyebarkan konten yang mereka hasilkan sendiri.[1] Dalam ranah komunikasi organisasi, peran humas sangat penting dalam menciptakan dan menjaga citra positif suatu institusi pendidikan. Dengan menerapkan strategi komunikasi yang tepat dan efisien, humas mampu mengatur serta membentuk persepsi publik, merespon isu, menyampaikan pesan-pesan penting dalam masyarakat, dan meningkatkan kepercayaan publik terhadap lembaga pendidikan. Kepercayaan publik menjadi aspek yang sangat kursial dalam keberhasilan sebuah lembaga pendidikan.

[1] Putri Raudatul Munawwaroh and Evawani Elysa Lubis, *'Pengaruh Terpaan Media Pada Akun Instagram@ ExploreSIAK Terhadap Minat Kunjungan Wisata Ke SIAK Sri Indrapura'* (Riau University, 2018).

Penelitian ini memiliki beberapa alasan yang membuatnya relevan dan penting untuk dikaji lebih dalam. Di era perkembangan teknologi dan media sosial, media sosial telah menjadi salah satu sarana komunikasi utama dalam kehidupan sehari-hari. Baik organisasi dan lembaga pendidikan mulai menyadari bahwa media sosial sebagai alat yang cepat dan efisien untuk menjangkau audiens yang luas. Pada era digital ini, masyarakat menuntut tingkat transparansi yang lebih tinggi dari lembaga pendidikan. Humas dapat memanfaatkan media sosial secara strategis untuk menyampaikan informasi yang jujur dan transparan untuk meningkatkan kepercayaan publik. Selain itu, media sosial juga berpengaruh langsung terhadap citra dan reputasi lembaga pendidikan. Strategi humas yang efektif dalam mengelola media sosial dapat membantu lembaga pendidikan dalam merespons dan mengatasi isu-isu negatif dan memperkuat reputasi untuk menarik kepercayaan publik.

Kehadiran media sosial juga menciptakan tantangan tersendiri bagi lembaga pendidikan. Cepatnya penyebaran informasi di media sosial membuat isu-isu yang dihadapi oleh lembaga pendidikan dapat berkembang pesat di tengah masyarakat baik dalam bentuk positif maupun negatif. Dengan dilakukannya penelitian ini karena penelitian ini memiliki beberapa manfaat yang signifikan. Dengan pemanfaatan media sosial yang tefektif, lembaga pendidikan dapat menciptakan citra positif di mata publik. Masyarakat juga akan lebih mudah menerima informasi yang lebih transparan, mengurangi potensi kesalahpahaman. Pemanfaatan media sosial yang baik oleh humas

juga dapat mendorong partisipasi masyarakat melalui diskusi, saran dan dukungan terhadap kegiatan lembaga pendidikan hal ini dapat menciptakan keterlibatan publik yang lebih aktif dan meningkatkan keperayaan publik terhadap lembaga pendidikan.

Pemanfaatan media sosial juga sudah berjalan di SMAN 1 Mantup. SMAN 1 Mantup merupakan salah satu lembaga pendidikan formal yang berada di wilayah Kabupaten Lamongan. Humas SMAN 1 Mantup memiliki beberapa akun sosial media yang dimanfaatkan dalam penyebaran informasi. Pada hari ini akun media sosial yang terhitung aktif ada *instagram, tiktok* dan *youtube*. Per September 2024 SMAN 1 Mantup memiliki 3000 pengikut di *instagam*, 1000 di tiktok, dan 1,500 *subscriber* di *youtube*[2]. Dalam meningkatkan kepercayaan publik humas SMAN 1 Mantup juga memanfaatkan media sosial untuk mempublikasikan kegiatan yang berjalan di SMAN 1 Mantup. Hal ini dibuktikan dengan wawancara peneliti pada pra penelitian yang dilakukan peneliti pada tanggal 10 September 2024, hal tersebut dinyatakan oleh Bapak Afif Ali Afendi selaku Waka Humas SMAN 1 Mantup[3]:

> "Kami memanfaatkan beberapa media sosial untuk membagikan informasi dan kegiatan yang berjalan di sekolah seperti di instagram, tiktok, dan youtube untuk memperlihatkan kepada masyarakat tentang hal apa saja yang berjalan di SMAN 1 Mantup,tentunya dengan harapan kami mendapatkan reson yang baik dari masyarakat dan bisa

[2] Observasi Pra penelitian pada 10 September 2024.
[3] Wawancara Pra Penelitian dengan Waka Humas Bapak Afif Ali Afandi pada 8 November 2024.

> mempertahankan eksistensi SMAN 1 Mantup di wilayah kecamatan mantup dan sekitarnya"

Media sosial memberi peluang bagi humas untuk menjangkau *audiens* yang lebih luas, menyampaikan pesan secara langsung, dan berinteraksi dengan khlayak publik. Saat ini media sosial menjadi media yang banyak diminati untuk aktivitas kehumasan karena sifatnya yang interaktif, memfasilitasi komunikasi dua arah, dan bersifat dialogis.[4] Humas SMAN 1 Mantup yang berkolaborasi dengan OSIS SMAN 1 Mntup selalu membagikan informasi terkait kegiatan melalui akun instagram @ossman1m adapun beberapa kegiatan yang dipublikasikan adalah Sman1m Festifal, Pemilihan Ketua Osis, Class Meeting dan lain sebagainya[5]. Selain itu Humas SMAN 1 Mantup juga mengadakan event yang melibatkan siswa-sisi SMP sekitar wilayah SMAN 1 Mantup yang sama halnya dengan melibatkan pihak eksternal yang dampak positifnya akan meningkatkan kepercayaan publik. Hal ini dikatakan oleh Gendis selaku Ketua Osis[6]:

> "Osis SMAN 1 Manup mengadakan event yang melibatkan siswa-siswi SMAN 1 Mantup dan siswa-siswi SMP sekitar yang dijembatani oleh Humas SMAN 1 Mantup dalam acara STA (Smanim Talent Awards) acara ini berupa penampilan tari, menyanyi, puisi, dan penampilan bakat lainnya. Selain itu ada event Volly Cup tingkat SMP yang hanya diikuti oleh 2 SMP saja"

---

[4] Yi-Hui Christine Huang, Fang Wu, and Qing Huang, 'Does Research on Digital Public Relations Indicate a Paradigm Shift? An Analysis and Critique of Recent Trends', *Telematics and Informatics*, 34.7 (2017), 1364–76.
[5] Observasi Pra penelitian pada tanggal 8 November 2024.
[6] Miles, Huberman, and Saldaña.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Khalilah Ramadhani mengatakan bahwa penyampaian informasi melalui media sosial dibutuhkan pengelolaan konten yang menarik sehingga perlu dilakukukan pengelolaan konten sebelum knten-konten diagikan di media sosial. Hal ini bertujuan supaya informasi tersebut memberikan kesan baik terhadap audiens.[7] SMAN 1 Mantup memiliki keunikan dalam penggunaan sosial media dan pengelolaan konten yang beragam, pola penggunaan media sosial menunjukkan variasi yang menarik karena setiap platform meniliki fungsi dan sasaran yang berbeda. Melalui facebook dan instagram cenderung dimanfaatkan untuk membagikan prestasi siswa dan sekolah, seperti prestasi akademik, kegiatan ekstrakulikuler, dan informasi yang dibagikan dalam bentuk foto maupun video. Konten konten tersebut dikelola sesuai dengan target audiens masing masing platform media sosial. Di sisi lain youtube digunakan dalam menampilkan vidio dokumentasi sekolah seperti keiatan upacara, lomba, dan webinar. Sedangkan pada aplikasi tiktok cenderung digunakan untuk membagikan video yang sedang tren pada masa kini yang akan menghasilkan viewers tinggi pada setiap video yang dibagikan. Hal ini dikatakan oleh Bapak Afif Ali Afandi selaku waka humas SMAN 1 Mantup[8]:

> "Kami selalu membagikan hasil dokumentasi tentang kegiatan sekolah, pencapaian siswa dan sekolah, dan informasi yang berbentuk

[7] Khalilah Ramadhani, 'Manajemen Hubungan Masyarakat (Humas) Dalam Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Branding Di Madrasah Aliyah Negeri (MAN) Kota Batu' (Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2022).

[8] Wawancara Pra Penelitian dengan Waka Humas Bapak Afif Ali Afandi pada 8 November 2024.

> foto dan video melalui facebook, instagram dan youtube. Tapi kalau di tiktok lebih dipilah lagi dan dilihat video berpotensi banyak viewers apa tidak, dan kita utamakan konten yang sedang trend pada saat ini"

Dari hasil observasi dan wawancara pada pra penelitian yang dilakukan oleh peneliti, peneliti melakukan penelitian dengan judul **"Strategi Humas dalam Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Peningkatan Kepercayaan Publik di Sekolah Meenengah Atas (SMA) Negeri 1 Mantup Kabupaten Lamongan".**

B. Fokus Penelitian

1. Bagaiamana perencanaan strategi yang efektif bagi humas dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana peningkatan kepercayaan publik di SMAN 1 Mantup?
2. Bagaimana pelaksanaan strategi humas dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana peningkatan kepercayaan publik di SMAN 1 Mantup?
3. Bagaimana hasil strategi humas dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana peningkatan kepercayaan publik di SMAN 1 Mantup?

C. Tujuan Penelitian

Sehubungan dengan fokus penelitian di atas, tujuan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah:

1. Untuk menganalisis perencanaan strategi yang efektif bagi humas dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana peningkatan kepercayaan publik di SMAN 1 Mantup

2. Untuk menganalisis pelaksanaan strategi humas dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana peningkatan kepercayaan publik di SMAN 1 Mantup
3. Untuk menganalisis hasil strategi humas dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana peningkatan kepercayaan publik di SMAN 1 Mantup

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi dunia pendidikan khususnya dalam bidang kehumasan serta menjadi referensi tambahan bagi pengembangan ilmu pengetahuan dalam penelitian-penelitian mendatang. Adapun manfaat dari penelitian ini mencakup dua aspek utama, yaitu:

1. Manfaat Teoritis

   Penelitian ini diharapkan dapat menambah literatur bidang komunikasi khususnya komunikasi publi dan peran media sosial dalam humas lembaga pendidikan.

2. Manfaat Praktis

   Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai pedoman bagi humas dalam merancang strategi media sosial yang efektif untuk meningkatkan kepercayaan publik. Selain itu, penelitian ini memberi pemahaman bagi lembaga pendidikan tentang pentingnya komunikasi

yang transparan dan responsif untuk memperkuat hubungan dengan khalayak publik di media sosial.

E. Originalitas Penelitian

Penelitian ini menyajikan beberapa penelitian terdahulu yang terdapat kemiripan baik dari segi tema atau displin ilmu dengan fokus yang diangkat oleh peneliti. Originalitas dcantumkan guna menghindari plagiasi dengan memaparkan perbedaan dan persamaan dari penelitian terdahulu.

Penelitian pertama dilakukan oleh Khalilah Ramadhani pada tahun 2022 dengan judul Manajemen Hubungan masyarakat (Humas) Dalam Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Branding Di Madrasah Aliyah Negeri (MAN) Kota Batu. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian ini adalah pelaksanaan branding melalui media sosial yang dilaksanakan di MAN Kota Batu sudah berhasil dan selalu dikembangkan sesuai dengan kebutuhan dan kondisi. Dalam melaksanakan hal tersebut diawali dengan mengelola infomasi yang akan dipublikasikan dan menyediakan fasilitas yang mendukung kerja tim redaksi. Tim redaksi dan humas MAN Kota Batu juga melakukan kerjasama dengan media massa dalam penyebaran informasi dan melakukan pemeriksaan postingan dimedia sosial secara berkala. [9]

[9] Khalilah Ramadhani, *Manajemen Hubungan Masyarakat (Humas) Dalam Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Branding di Madrasah Aliyah Negeri (MAN) Kota Batu*, Tesis. (Malang: Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2022).

Penelitian kedua dilakukan oleh Rosalina Nuriza Andi pada tahun 2018 dengan judul Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Menarik Minat Masyarakat Di SMK Negeri 2 Ponorogo. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dan menghasilkan data deskripif. Hasil penelitian ini adalah dalam menarik minat masyarakat humas SMK Negeri 2 Ponorogo melakukan beberapa kegiatan seperti: sosialisasi humas ke sekolah-sekolah, mendatangkan perwakilan siswa SMP/MTS ke SMK Negeri 2 ponoro, dan melakukan promosi melalui media cetak dan media sosial.[10]

Penelitian ketiga dilakukan oleh Dutha Bahari Esa Tyas Kurtubi Putra pada tahun 2022 dengan judul Manajemen Hubungan Masyarakat (Humas) Berbasis Sosial Media di Ma'had Aly Makkah Andong Boyolali. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif jenis penelitian lapangan dan menghasilkan data data deskriptif dalam bentuk kalimat. Hasil penelitian ini dalam pelaksanaan manajemen humas berbasis media sosial di Ma.had Aly Makkah dilakukan melalui beberapa tahap yaiti: Menjadwalkan kegiatan, Menyusun materi kegiatan, Mengunakan media komunikasi, Tujuan dan sarana kegiatan, Sumberdaya yang diperlukan, Menerapkan prinsip-prinsip islam yang melandasi kegiatan.[11]

---

[10] Rosalina Nuriza Andi, *Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Menarik Minat Masyarakat Di SMK Negeri 2 Ponorogo,* Tesis. (Malang: Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang 2018).

[11] Dutha Bahari, Esa Tyas, and Kurtubi Putra, 'Manajemen Hubungan Masyarakat (Humas) Berbasis Sosial Media Di Ma"Had Aly Makkah Andong Boyolali 2022', 2022, 1–168.

Penelitian keempat dilakukan oleh Khoerul Anam padatahun 2021 dengan judul Strategi Implmentasi Manajemen Hubungan Masyarakat Untuk Meningkatkan Kepercayaan Dan Partisipasi Masyarakat Di Madrasah Aliyah Al Falah Jatilawang Banyumas. Hasil penelitian ini meunjukkan pada proses pengorganisasian memperlihatkan adanya optimalisasi peran dan fungsi seluruh sumberdaya, sedangkan untuk menjalankan program kehumasan internal maupun eksternal dilakukan melalui beberapa kegiatan seperti kajian rutin dan pengajian terstruktur, kunjungan ke wali murid dan beragai lembaga yang termasuk *stakeholders* , melakukan publikasi dan sosialisasi lembaga seperti pembuatan brosur, baliho, pamflet, spanduk, *banner, pamphlet, leaflet, email, website* dan lainnya.[12]

Penelitian yang kelima dilakukan oleh Viki Amalia pada tahun 219 dengan judul Strategi Komunikasi Humas Dalam Meningkatkan *Public Trust* Di Perguruan Tinggi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi kasus. Hasil dari penelitian ini adalah Universitas Nurul Jadid terus emlakukan komunikasi yang intens dengan masyarakatdalam rangka menyampaikan erbagai macam informasi tentang kampus supaya dapat diterima oleh msyarakat dan masyarakat memberikanfecback yang positif kepada Universitas Nurul Jadid. Untuk menyampaikan kepada masyarakat Universitas Nurul Jadid terlebih dulu melakukan perencanaan

[12] Khoerul Anam, *Strategi Implementasi Manajemen Hubungan Masyarakat Untuk Meningkatkan Kepercayaan dan Partisipasi Masyarakat Di Madrasah Aliyah Al Falah Jatilawang Banyumas,* Tesis. (Purwokerto: Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, 2021).

tentang materi yang disampaikan, tujuan, sasaran, strategi dan metode penyampainnya sehingga pesan yang disampaikan dapat diteria oleh masyarakat dan memiliki dampak yang sangat signifikan dalam kemajuan lembaga.[13]

Untuk mempermudah melihat persamaan dan perbedaan peneliti memaparkan pada sebuah tabel:

Tabel 1.1
Tabel Orisinalitas Penelitian

No.	Nama, Tahun, Judul, Jenis	Persamaan	Perbedaan	Orisinalitas Penelitian
1.	Khalilah Ramadhani (2022). Manajemen Hubungan masyarakat (Humas) Dalam Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Branding Di Madrasah Aliyah Negeri (MAN) Kota Batu. Tesis. UIN Malang	Sama-sama membahasas tentang pemanfaatan media sosial	Penelitian ini membahas tentang pemanfaatan media sosial sebagai sarana dalam membangun branding sekolah. Sedangkan peneliti fokus pada pemanfaatan sosial media sebagai sarana peningkatan kepercayaan masyarakat.	Penelitian yang akan peneliti lakukan berorientasi paa strategi humas dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana dalam peningkatan kepercayaan publik. Dengan batasan kajian pada perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi
2.	Rosalina Nuriza	Sama-sama	Pnelitian ini	

[13] Viki Amalia, 'Strategi Komunikasi Humas Dalam Meningkatkan Public Trust Di Perguruan Tinggi (Studi Kasus Di Universitas Nurul Jadid, Paiton, Probolinggo)', *AL-TANZIM: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 4.1 (2020), 13–23 <https://doi.org/10.33650/al-tanzim.v4i1.812>.

	Andi (2018). Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Menarik Minat Masyarakat Di SMK Negeri 2 Ponorogo. Tesis. UIN Malang	membahas tentang pemanfaatan media sosial sebagai kegiatan humas	membahas tentang bagaimana humas melakukan kegiatan dan memanfaatkan media sosial untuk menarik minat masyarakat. Sedangkan peneliti fokus pada peningkatan kepercayaan masyarakat melalui media sosial.	dari strategi humas
3.	Dutha Bahari Esa Tyas Kurtubi (2022). Manajemen Hubungan Masyarakat (Humas) Berbasis Sosial Media di Ma'had Aly Makkah Andong Boyolali. Tesis. UIN Surakarta	Sama-sama membahasan tentang keguanaan media sosial dlam kegiatan humas di lembaga pendidikan	Penelitian ini membahas tentang penggunaan media sosial sebagai cara untuk memaksimalkan fungsi humas. Sedang penliti lebih lebih difokuskan pada pemanfaatan media sosial dalam meningkatkan kepercayaan	

			masyarakat.	
4.	Khoerul Anam (2021). Strategi Implmentasi Manajemen Hubungan Masyarakat Untuk Meningkatkan Kepercayaan Dan Partisipasi Masyarakat Di Madrasah Aliyah Al Falah Jatilawang Banyumas. Tesis. UIN Surakarta	Sama-sama membahasas bagaimana strategi humas dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat.	Penelitian ini membahas secara umum tentang humas untuk meningkatkan kepercayaan dan partisipasi masyarakat. Sedangkan peneliti fokus kepada strategi humas dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana penigkatan kepercayaan masyarakat	
5 .	Viki Amalia (2019) Strategi Komunikasi Humas Dalam Meningkatkan Public Trust Di Perguruan Tinggi. Artikel Jurnal.	Sama-sama membahas strategi humas dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat	Penelitian ini fokus kepada manajemen komunikasi humas untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat. Sedangkan peneliti fokus kepada manfaat media sosial sebagai sarana dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat	

F. Definisi Istilah

1. Strategi

   Strategi adalah rencana atau pendekatan yang disusun untuk mencapai tujuan dengan cara efektif dan efisien

2. Hubungan Masyarakat

   Bidang yang difokuskan terhadap membangun, mengelola, dan mempertahankan cira dan komunikasi suatu organisasi terhadap khalayak publik.

3. Media Sosial

   Media sosial adalah platform berasis internet yang digunakan oleh penggunanya untuk berkomunikasi, berbagi informasi, dan membagikan konten-kontennya.

4. Kepercayaan Publik

   Keperayaan publik adalah keyaknan atau sikap positif yang dimiliki individu atau kelompok terhadap lembaga pendidika.

BAB II
KAJIAN TEORI

A. Konsep Strategi Hubungan Masyarakat

1. Pengertian Strategi

Strategi diambil dari bahasa Yunani *"strategos"* yang artinya suatu cara yang digunakan untuk mencapai tujuan. Selain sebagai perencanaan dan manajemen, strategi tidak hanya soal pencapaian tujuan saja, namun strategi juga mengenai kegiatan operasional untuk mencapai tujuan tersebut.[14] Sedangkan menurut Michael Porter strategi adalah kumpulan tindakan yang mengantarkan nilai yang menarik, penuh dengan pendekatan bisnis untuk hasil yang memuaskan.[15] Dalam penyusunan strategi harus melibatkan semua unsur dalam organisasi perusahaan dalam jangka waktu panjang, dan juga tujuan utama penyusunan startegi adalah untuk merealisasikan visi dan misi perusahaan.[16]

Strategi adalah pendekatan secara keseluruhan yang berkaitan dengan gagasan, perencanaan, dan eksekusi, sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu. Di dalam strategi yang baik terdapat kordinasi tim kerja, memiliki tema mengidentifikasi faktor pendukungnya sesuai

[14] Effendy, Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, (Bandung : PT Remaja Rosdakarya, 2007), 32.
[15] H Rachmat and M Si, 'Manajemen Strategik', *Cetakan Ke-1 Penerbit CV Pustaka Setia. Bandung*, 2014.
[16] Rachmat and Si.

dengan prinsip-prinsip pelaksanaan gagasan secara rasional, efesiensi dalam pendanaan dan memiliki taktik untuk mencapai tujuan secara efektif.[17]

Strategi menunjukkan arahan umum yang hendak ditempuh oleh organisasi untuk mencapai tujuannya. Strategi ini merupakan rencana besar dan rencana penting. Setiap organisasi untuk mencapai tujuannya. Strategi ini merupakan rencana besar dan rencana penting. Setiap organisasi yang dikelola secara baik memiliki strategi, walaupun tidak dinyatakan secara eksplisit.

2. Fungsi Strategi

Menurut Sofyan Assauri fungsi dari strategi yang dapat dilakukan agar tujuan terpenuhi secara efektif, yaitu:

1. Sebagai alat mengkomunikasikan maksud dan tujuan kepada orang lain
2. Mengkaitkan antara kelebihan perusahaan dengan peluang pasar untuk mendapatkan hasil maksimal.
3. Dapat digunakan untuk memanfaatkan situasi keberhasilan yang didapatkan saat ini serta mencari tahu peluang yang bisa didapatkan di masa yang akan datang.
4. Dapat menghasilkan sumber daya yang lebih banyak

[17] Tjiptono Fandi, 'Strategi Pemasaran, Edisi 1', *Yogyakarta: Penerbit Andi*, 2008.

5. Untuk koordinasi aktivitas kedepannya untuk dapat mencapai tujuan perusahaan.
6. Agar dapat memberikan tanggapan atas keadaan yang dihadapi perusahaan[18]

3. Pengertian Hubungan Masyarakat

Humas dapat diartikan sebagai kegiatan yang direncanakan untuk membangun dan memelihara saling pengertian antara organisasi dan masyarakat melalui komunikasi dan media lainnya (seperti media massa) guna mencapai manfaat dan kesepakatan bersama.[19]

Publik Relation atau yang lebih dikenal dengan hubungan masyarakat adalah profesi yang diperlukan oleh berbagai jenis perusahaan, organisasi, dan instansi pemerintah sebagai saluran komunikasi baik internal maupun eksternal. Hal ini penting karena salah satu faktor yang mempengaruhi citra positif organisasi adalah hubungan masyarakat yang merupakan kebutuhan dan elemen yang tidak bisa diabaikan.[20]

---

[18] Assauri Sofjan, 'Strategic Management, Sustainable Competitive Advantages', *Jakarta: PT. Raja Grapindo Persada*, 2013.
[19] B Suryosubroto, *Hubungan Sekolah Dengan Masyarakat* (Rineka Cipta, 2012).
[20] Ni Luh Putu Ening Permini and I Made Wahyu Kusuma Atmaja, 'Peran Humas Dalam Kegiatan Publikasi Online Pemerintah Di Kabupaten Badung', *Moderat: Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 8.3 (2022), 620–32.

Humas juga disebut sebagai orang yang menyampaikan informasi, sebagaimana Firman Allah SWT dalam Qur'an Surat Al-Ahzab ayat 70:

يٰٓاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوا اتَّقُوا اللّٰهَ وَقُوْلُوْا قَوْلًا سَدِيْدًاۙ ٧٠

Terjemahan: *"Hai orang-orang yang beriman bertakwalah kamu kepada Allah dan katakanlah perkataan yang benar"* (QS. Al-Ahzab: ayat 70)

Ayat tersebut menjelaskan bahwa dalam menyampaikan informasi, hal itu harus dilakukan dengan cara yang benar agar pesan dalam komunikasi dapat diterima sesuai dengan tujuannya. Demikian pula dengan humas yang berfungsi sebagai penghubung yang diharapkan dapat menyampaikan informasi dengan tepat.

4. Tugas-Tugas Humas

Tugas humas mencakup berbagai aktivitas yang berfokus pada pembangunan, pengelolaan, dan pemeliharaan citra positif organisasi atau individu di hadapan publik. Beberapa tugas utama humas di lembaga pendidikan antara lain:

a. Menyampaikan informasi dan ide kepada masyarakat atau pihak yang membutuhkan, serta menyebarluaskan informasi agar tujuan dan tindakan organisasi diketahui, termasuk peluang untuk memperoleh keuntungan dari pihak luar organisasi.

b. Membantu pemimpin dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat atau pihak yang membutuhkan.
c. Membantu pemimpin dalam menyiapkan materi mengenai topik dan informasi yang akan disampaikan untuk menarik perhatian publik.
d. Membantu pemimpin dalam merancang rencana dan langkah-langkah tindak lanjut mengenai pelayanan publik yang terbukti meningkatkan praktik dan kegiatan organisasi melalui komunikasi dua arah.[21]

5. Strategi Hubungan Masyarakat

Mengacu kepada pola startegi humas, pengertianstrategi humas menurut Ahmad S. Adnanputa senbagaimana dikutip oleh Ruslan Rosady merupakan Alternatif optimal yang dipilih untuk ditempuh guna mencapai tujuan humas dalam kerangka suatu rencana humas. [22] Seorang humas yang profesional harus memiliki kemampuan untuk memahami dan mengevaluasi program yang dirancang oleh suatu instansi. Dalam hal ini, humas dapat menjalankan tugasnya berdasarkan model strategi humas yang dikembnagkan oleh Cultip Center Boroom, menurut mdel tersebut seorang praktisi hums

[21] Abdul Rahmat, *Hubungan Sekolah Dan Masyarakat: Mengelola Partisipasi Masyarakat Dalam Peningkatan Mutu Sekolah* (Zahir Publishing, 2021).
[22] Rosady Ruslan, 'Manajemen Public Realtions & Media Komunikasi Konsepsi Dan Aplikasi', 2012.

profesional perlu elaksanakan program humas melalui empat tahapan utama yang juga dikenal sebagai empat langkah dalam pemecahan masalah kehumasan. Berikut merupakan langkah-langkah strategi humas:

a. Mengidentifikasi masalah (*defining the problem*)

   Langkah awal ini mencakup proses pengumpulan data serta pemantauan terhadap pengetahuan, pandangan, sikap, dan perilaku dari khalayak, yakni individu atau kelompok yang memiliki kepentingan atau terdampak oleh kebijakan maupun tindakan organisasi atau perusahaan.

b. Perencanaan dan perumusan program (*planning and programming*)

   Masalah yang telah diidentifikasi pada tahap sebelumnya menjadi dasar dalam merancang program, merumuskan tujuan, langkah-langkah tindakan, serta strategi komunikasi yang akan diterapkan.

c. Pelaksanaan dan komunikasi (*taking action and communicating*)

   Tahap ketiga melibatkan implementasi dari tindakan serta penyampaian pesan atau komunikasi yang telah dirancang sejak awal guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

d. Evaluasi program (*evaluating the program*)

Langkah terakhir berfokus pada peninjauan dan penilaian menyeluruh terhadap seluruh proses, mulai dari perencanaan, pelaksanaan, hingga hasil yang diperoleh dari program yang dijalankan.

B. Konsep Media Sosial

1. Pengertian Media Sosial

Media sosial telah menjadi kebutuhan penting bagi individu di seluruh dunia. Banyaknya informasi yang ditawarkan menjadikan media sosial sebagai hal yang utama dalam menghadapi era globalisasi. Secara etimologis, media sosial terdiri dari dua kata, yaitu "media" dan "sosial." Media dapat diartikan sebagai sarana komunikasi yang digunakan oleh banyak orang, sedangkan sosial berasal dari kata "socius" dalam bahasa latin yang berarti tumbuh dan berkembang dalam kehidupan bersama.[23]

Menurut Andreas Kaplan dan Michael Haenlein seperti yang dikutip oleh Anang, media sosial adalah sekumpulan aplikasi berbasis internet yang dibangun atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0,

[23] Neng Dewi Kurnia, Riche Cynthia Johan, and Gema Rullyana, 'Hubungan Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dengan Kemampuan Literasi Media Di UPT Perpustakaan Itenas', *Edulib,* 8.1 (2018), 1–17.

yang memungkinkan terciptanya dan pertukaran konten yang dibuat oleh pengguna.[24]

Dengan demikian media sosial adalah platform di mana setiap individu dapat membuat akun secara virtual dan terhubung dengan orang lain untuk berbagi informasi dan berkomunikasi. Beberapa media sosial terbesar saat ini antara lain *Facebook, YouTube, WhatsApp, Instagram, TikTok, dan Twitter*.

2. Manfaat Media Sosial

Media sosial merupakan alat yang memiliki beberapa manfaat bagi kedupan masyarakat. Menurut Puntoai sebagaimana dikutip oleh Yuni Fitriani media sosial memiliki beberapa manfaat utama yaitu:

a. Media sosial menyediakan fitur untuk berkomunikasi, berdiskusi, menemukan teman baru, dan mendapatkan pularitas melalui facebook, instagram, twitter, dan youtube.
b. Media sosial sebagai sarana penyebaran informasi dengan cepat dimana internet memudahkan manusia untuk mengakses segala informasi yang dibutuhkan.
c. Media sosial sebagai alat promosi, dengan adanya media sosial menawarkan bentuk komunikais dua arah sehingga pemasar

[24] Anang Sugeng Cahyono, 'Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia', *Publiciana*, 9.1 (2016), 140–57.

mampu berinovasi dan memberikan pelayanan yang dibutuhka oleh konsumen.

d. Media sosial bermanfaat bagi kehidupan manusia, dengan danya istilah viral media sosial sangat bermanfaat dalam kecepatan dan ketepatan informasi.[25]

C. Konsep Kepercayaan Publik

1. Pengertian Kepercayaan Publik

Kepercayaan publik secara umum dapat dipahami sebagai sikap abstrak yang menggambarkan hubungan saling memahami dan percaya antara satu pihak dengan pihak lainnya. Menurut Haning kepercayaan publik adalah kesediaan dan kesungguhan masyarakat atau kelompok untuk mempercayai otoritas atau kekuasaan yang dimiliki oleh pemerintah dalam mewujudkan kebijakan yang telah ditetapkan sesuai dengan pelaksanaannya.[26]

Kepercayaan publik juga merupakan bagian dari cara masyarakat memilih sikap, yang bertujuan untuk memberikan rasa puas terhadap pelayanan publik yang diberikan.[27] Membangun rasa percaya kepada publik melibatkan kemampuan untuk mendengarkan

[25] Yuni Fitriani, 'Analisis Pemanfaatan Berbagai Media Sosial Sebagai Sarana Penyebaran Informasi Bagi Masyarakat', *Paradigma*, 19.2 (2017), 148–52.
[26] Mohamad Thahir Haning, 'Public Trust Dalam Pelayanan Publik: Konsep, Dimensi Dan Strategi' (Unhas Press, 2023).
[27] S Rahayu, Ike Atikah Ratnamulyani, and Ali Alamsyah Kusumadinata, 'Pengaruh Komunikasi Interpersonal Dari Mutu Pelayanan Informasi Terhadap Kepercayaan Publik Di Kecamatan Caringin Kabupaten Bogor', *Jurnal Komunikatio*, 2.1 (2016).

kritik dan saran yang nantinya akan membantu dalam memperbaiki sikap yang kurang diterima oleh masyarakat. Kepercayaan menjadi hal yang sangat penting dalam mencerminkan berbagai pandangan yang muncul di lingkungan masyarakat.

2. Dimensi Kepercayaan

Kepercayaan sangat penting agar dalam suatu organisasi, anggota dapat bersatu untuk mencapai hasil yang diinginkan. Johnson, sebagaimana dikutip oleh Melisa mengemukakan lima dimensi dan indikator kepercayaan, yaitu:

a. *Openess* (Keterbukaan)

   Saling berbagi informasi, pemikiran, ide, perasaan, serta reaksi atau isu-isu yang berkembang.

b. *Sharing* (Berbagi)

   Memiliki keinginan untuk membantu rekan dalam menyelesaikan tugas yang dihadapi.

c. *Acceptence* (Penerimaan)

   Melakukan komunikasi yang baik dengan sesama anggota dan menghargai pendapat yang diberikan.

d. *Support* (Dukungan)

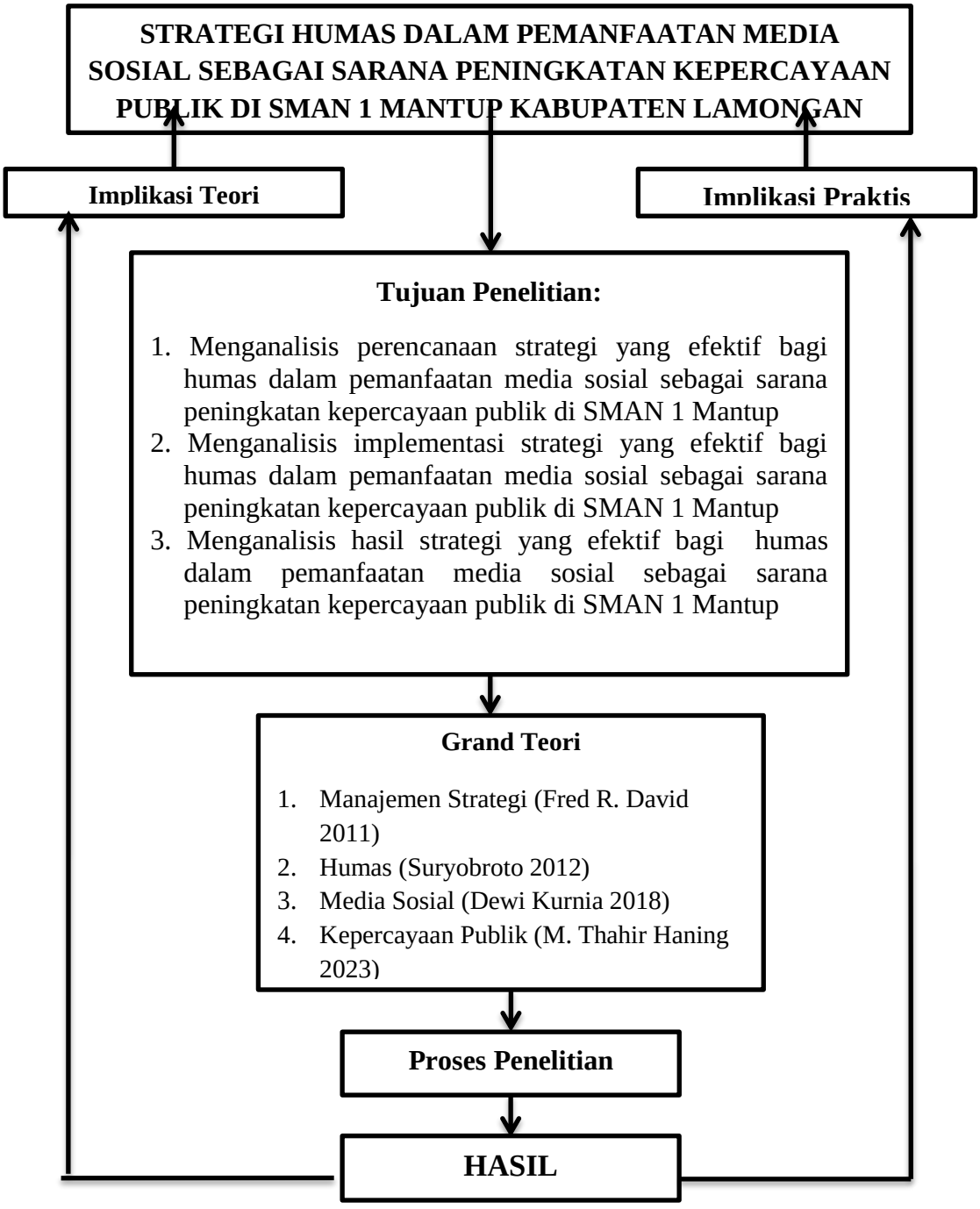
   Memiliki hubungan yang baik dengan pengurus serta percaya bahwa mereka memiliki kemampuan yang dibutuhkan.

e. *Cooperative Intention* (Niat untuk bekerjasama)

Memiliki harapan bahwa setiap individu dapat bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama.[28]

[28] M Putri and E Kusumaputri, 'Kepercayaan (Trust) Terhadap Pengurus Organisasi Dan Komitmen Afektif Pada Organisasi Mahasiswa Daerah Di Yogyakarta', *Jurnal Psikologi Integratif*, 2.1 (2014), 53–61.

D. Kerangka Berpikir



BAB III
METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis studi kasus, yang bertujuan untuk membantu peneliti menggali lebih dalam mengenai strategi humas dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana untuk meningkatkan kepercayaan publik. Pendekatan kualitatif merupakan metode penelitian yang menghasilkan data deskriptif, baik berupa narasi tertulis maupun lisan dari para informan serta dari kondisi lingkungan yang diamati.[29] Menurut Robert K. Yin, sebagaimana dikutip oleh Ratna Dwi Nur Aini studi kasus adalah metode yang tepat digunakan ketika penelitian berfokus pada pertanyaan utama berupa "how" dan "why", memiliki keterbatasan dalam mengendalikan peristiwa yang diteliti serta menyoroti fenomena yang bersifat kontemporer.[30] Penelitian yang aka dilakukan oleh peneliti nantinya akan menghasilkan datadeskriptif berupa kalimat yang diperoleh dari beberapa informan dan kondisi lingkungan yang diamati oleh peneliti dan data dokumentasi yang diperoleh peneliti pada saat melakukan penelitian.

[29] Lexy J Moleong, 'Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi', 2007.
[30] Ratna Dewi Nur'aini, 'Penerapan Metode Studi Kasus YIN Dalam Penelitian Arsitektur Dan Perilaku', *INERSIA Lnformasi Dan Ekspose Hasil Riset Teknik Sipil Dan Arsitektur*, 16.1 (2020), 92–104.

Peneliti melihat kondisi lingkungan di ttempat penelitian secara langsung. Peneliit juga melakukan wawancara terhadap Kepala Sekolah, Waka Humas, Tim Redaksi Humas, Guru dan Staf, Dan perwakilan siswa SMAN 1 Mantup.

B. Kehadiran Pneliti

Peneliti bertidak sebagai instrumen utama pada penelitian ini, berpartisipasi penuh dalam proses pengumpulan data dimana informan mengakui bahwa peneliti sedang melakukan penelitian untuk memudahkan proses pengumpulan data.

C. Lokasi Penelitian

SMAN 1 Mantup terletak di jl. Raya Balongpanggang Kecamatan MantupKabupaten Lamongan. Peneliti memilih tempat tersebut karena dinilai memiliki manajmeen humas yang baik dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat.

D. Data dan Sumber Data

Adapun data yang dikumpulkan oleh penliti adalah sebagai berikut:

1. Data primer adalah data yang dkumpulkan, diolah, dan disajikan peneliti dari sumber utama. Pada penelitian ini sumber data utama peneliti adalah Kepala sekolah, Waka Humas, Tim Redaksi Humas, Guru dan Staf dan perwakilan siswa SMAN 1 Mantup.
2. Data skunder merupakan sumber data pelengkap yang berfungsi untuk melengkapi data primer. Pada penelitian ini sumber data skunder yang

digunakan peneliti adalah buku, artikel, makalah dan dokumen yang menjelaskan tentang strategi dan humas.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penyelesaian penelitian ini adalah:

1. Observasi

   Pada metode observasi peneliti observasi langsung ke lapangan untuk melakukan pengamatan. Pada penelitian ini peneliti melakukan observasi langsung untuk melihat platform media sosial yang dipilih humas dan fitur media sosial yang dimanfaatkan seperti *live streaming, story, polling* untuk berinteraksi dan meyampaikan informasi kepada khalayak publik.

2. Wawancara

   Wawancara merupakan salah satu metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian kualitatif. Dalam penelitian ini digunakan teknik wawancara semi-terstruktur dimana peneliti telah menyiapkan topik dan daftar pertanyaan terlebih dahulu sebelum proses wawancara berlangsung. Meski demikian panduan pertanyaan yang telah disusun tersebut tetap dapat dikembangkan atau disesuaikan selama proses wawancara berlangsung..[31] Adapun panduan wawancara pada penelitian ini adalah:

[31] Samiaji Sarosa, *Analisis Data Penelitian Kualitatif* (Pt Kanisius, 2021).

a. Terkait indikator perencanaan yang mencakup perencanaan visi dan misi, identifikasi adanya peluang serta ancaman eksternal, identifikasi kekuatan dan kelemahan internal orgaisasi, menetapkan tujuan jangka panjang, menentukan strategi-strategi alternatif tertentu untuk mencapai tujuan.
b. Terkait indikator implementasi atau pelaksanaan yang mencakup tujuan tahunan, kebijakan, motivasi, dan mengalokasikan sumberdaya.
c. Terkait indikator evaluasi yang mencakup peninjauan faktor internal dan eksternalyang menjadi basis strategi, pengukuran kinerja, dan pengambilan tindakan korektif.

3. Dokumentasi

Pada metode ini peneliti mengumpulkan dokumen berupa data informasi kehumasan, visi misi, dan latar belakang penggunaan sosial media oleh humas. Selain itu dokumen disajikan dalam bentuk gambar terkait postingan dan aktivitas di media sosial yang dilakukan oleh humas, serta menunjukkan jumlah pengikut dan bentuk interaksi yang dilakukan oleh humas kepada khalayak publik.

F. Teknik Analisis Data

Pada penelitan ini peneliti menggunakan model yang dikemukakan oleh Mile, Huberman dan saldana.[32] Adapun aktivitas dalam teknik analisis data adalah:

1. Kondensasi Data (*Data Condensation*)

   Kondensasi merujuk pada proses memilih, menyederhanakan, dan mentransformasikan ata. Data yang dikumpulkan pada penelitian ini dkumpulkan ditulis dalam bentuk kata-kata. Data yang tercatat kemudian dianalisis untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian.

2. Penyajian Data (*Data Display*)

   Penyajian data merupakan pengorganisasian dan penyatuan dari informasi yang mmungkinkan penyimpulan dan aksi. Data yang disajikan dalam bentuk tekks naratif untuk lebih mudah dipahami. Tetapi ada kemungkinan peneliti menyajikan dalam bentuk bagan.

3. Penarikan Kesimpulan (*Conclusions Drawing*)

   Hasil penelitian memberikan deskripsi dan pertanyaan tentang bagaimana menerapkan strategi dalam memanfaatkan sosial media sebagai sarana peningkatan kepercayaan publik.

[32] Miles, Huberman, and Saldaña.

G. Tahap Pemeriksaan Keabsahan Data

Pada tahap ini peneliti melakukan uji validitas data dengan menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi teknik.

1. Triangulasi Sumber

   Triangulasi sumber adalah metode yang digunakan untuk menguji keakuratan atau kredibilitas data dengan memeriksa informasi yang diperoleh dari berbagai sumber.[33] Teknik ini dilakukan dengan memverifikasi informasi hasil wawancara dari beberapa informan, seperti kepala sekolah, wakil kepala sekolah bagian humas, dan tim redaksi humas. Dalam pengujian keabsahan data, peneliti memanfaatkan berbagai sumber informasi untuk memastikan keandalan data.

2. Triangulasi Teknik

   Triangulasi teknik merupakan pendekatan untuk menguji validitas data dengan menggunakan sumber yang sama namun melalui metode pengumpulan data yang berbeda.[34] Dalam penerapannya, peneliti melakukan pengecekan hasil dari observasi, wawancara, dan dokumentasi. Proses ini diawali dengan wawancara terhadap informan, lalu dilanjutkan dengan observasi langsung ke lokasi penelitian untuk mendukung keakuratan data yang telah diperoleh.

[33] Sugiyono, 'Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D', *Bandung: Alfabeta*, 2016.
[34] Sugiyono.

BAB IV
PAPARAN DATA DAN HASIL PENELITIAN

A. Paparan Data

Data dalam bab ini merupakan hasil pengumpulan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi yang relevan dengan fokus penelitian. Setelah dilakukan penggalian informasi dari sumber-sumber terkait mengenai strategi humas dalam memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk meningkatkan kepercayaan publik di SMAN 1 Mantup, Kabupaten Lamongan, maka berikut ini disajikan uraian data hasil penelitian sebagai berikut:

1. Profil Sekolah

Nama Sekolah	: SMAN 1 Mantup
Alamat	: Jl. Balongpanggang - Mantup Desa Tugu, Kecamatan Mantup, Kabupaten Lamongan, Jawa Timur.
Akreditasi	: A
NPSN	: 20506328
Tahun Berdiri	: 1997
E-mail	: info@sman1mantup.sch.id
Website	: https://www.sman1mantup.sch.id/

2. Visi dan Misi Sekolah

a. Visi Sekolah

Visi Sekolah Menengah Atas (SMA) Negeri 1 Mantup yaitu: "Unggul dan kompetitif, peduli dan berbudaya lingkungan, berakhlak mulia, cerdas, dan terampil dengan mengutamakan iman dan taqwa" Indikator visi meliputi:

1) Unggul dalam nilai Asesmen Nasional
2) Unggul dalam jumlah lulusan yang melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi
3) Unggul dalam Kompetisi Sains Nasional maupun Internasional (KSN/I)
4) Unggul dalam lomba Karya Ilmiah Remaja (KIR)
5) Unggul dalam teknologi informasi dan komunikasi (TIK)
6) Unggul dalam keterampilan berbahasa Indonesia, bahasa Inggris, dan bahasa Arab
7) Unggul dalam kepedulian sosial
8) Unggul dalam pemahaman dan pengamalan nilai-nilai agama dan akhlak mulia
9) Unggul dalam upaya pelestarian lingkungan dan mencegah kerusakan lingkungan
10) Unggul dalam literasi Al Qur'an

Sebagai bagian dari bangsa Indonesia, Visi SMAN 1 Mantup berjalan beriringan dengan pendidikan karakter dan Profil Pelajar Pancasila yang mempunyai karakterisik;

1) Beriman, bertaqwa kepada Tuhan YME, dan berakhlak mulia
2) Berkebinekaan global
3) Bergotong royong
4) Kreatif
5) Bernalar kritis
6) Mandiri

Visi SMAN 1 Mantup yang sejalan dengan pendidikan karakter dan Profil Pelajar Pancasila akan menghasilkan lulusan dengan identitas kebangsaan Indonesia dan kemampuan akademis yang baik. Proses pencapaian visi sekolah diuraikan dalam misi sekolah yang tercantum pada bagian berikut ini.

b. Misi Sekolah

Misi adalah bagaimana strategi yang diterapkan sekolah untuk dapat mencapai visi sekolah. Adapun misi SMAN 1 Mantup adalah sebagai berikut:

1) Menciptakan Profil Pelajar Pancasila yang beriman dan bertaqwa kepada Tuhan YME dan berakhlak mulia melalui literasi Al Qur'an yang dilaksanakan setiap pagi sebelum Kegiatan Belajar Mengajar (KBM) dimulai, sholat dhuha, sholat dhuhur berjamaah, berdoa sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan dan rajin beribadah sesuai agama dan kepercayaan masing-masing
2) Menciptakan lembaga pendidikan yang menyeluruh sehingga tercipta siswa-siswi yang unggul dari segi akademik dan non akademik
3) Menciptakan lembaga pendidikan yang integral antara aspek kognitif, psikomotorik, dan afektif yang dijiwai nilai-nilai agama dan nilai-nilai luhur bangsa Indonesia
4) Mengembangkan kurikulum yang berbasis lingkungan melalui pendidikan lingkungan hidup dalam upaya kelestarikan lingkungan dan mencegah kerusakan lingkungan
5) Menciptakan lingkungan pendidikan yang bersih, asri, dan berwawasan lingkungan sehingga terbentuk siswa-siswi yang mempunyai kepekaan dan kepedulian lingkungan dimanapun berada

6) Menciptakan lingkungan pendidikan yang menjunjung tinggi nilai-nilai kekeluargaan dan persaudaraan sehingga mampu membentuk siswa-siswi yang mempunyai kepekaan sosial

B. Hasil Penelitian

1. Perencanaan Strategi Humas yang Efektif Dalam Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Peningkatan Kepercayaan Publik di SMAN 1 Mantup

Pemanfaatan media sosial pada saat ini telah memudahkan penggunanya dalam mencapai tujuan yang lenih luas. Media sosial menjadi kebutuhan lembaga pendidikan dalam menggambarkan lembaganya kepada khalayak publik. Sehingga dapat meningkatkan citra dan daya tarik lembaga pendidikan di khalayak publik. Seperti halanya SMAN 1 Mantup yang memanfaatkan media sosial SMAN 1 untuk membagikan berbagai informasi terkait kegiatan akademik, prestasi siswa, dan program ataupun kegiatan non akademik yang berjalan di SMAN 1 Mantup dan meningkatkan kepercayaan publik. Selain itu media sosial juga memungkinkan adanya interkasi langsung antara sekolah dan siswa, orang tua siswa, maupun pihak eksternal lainnya. Sehingga komunikasi menjadi lebih efektif dengan adanya pemanfaatan media sosial ini.

Adapun hasil wawancara dengan Bapak Afif Ali Afandi selaku Waka Humas SMAN 1 Mantup mengenai penggunaan media sosial, yaitu:[35]

> "Ya seperti yang kita ketahui cepatnya perkembangan tegnologi saat ini juga mempengaruhi perkembangan lembaga pendidikan. Maka dari itu kita mengaktifkan beberapa sosial media resmi milik sekolah salah satunya untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat kepada SMAN 1 Mantup"

Bapak Afif menjelaskan bahwa melalui pemanfaatan media sosial masyarakat sekitar jadi lebih mempercayai SMAN 1 Mantup dan lebih banyak masyarakat luas yang mengetahui SMAN 1 Mantup melalui media sosial. Sebagaimana hasil obsevasi yang dilakukan oleh peneliti pada tanggal 7 Maret 2025 media sosial yang digunakan oleh SMAN 1 Mantup sebagai sarana peningkatan kepercayaan publik berupa Instagram, Tiktok, Facebook, Youtube.[36] Senada dengan pernyataan tersebut, Bapak Purwanto selaku Kepala SMAN 1 Mantup mengungkapkan:[37]

> "Kami berusaha mengikuti perkembangan tegnologi untuk meningkatkan perkembangan sekolah juga, saat ini kami memanfaatkan beberapa akun media sosial untuk meningkatkan kepercayaan publik dan tentunya untuk mengenalkan SMAN 1 Mantup kepada masyarakat yang lebih luas lagi. Ada beberapa akun media sosial yang kami gunakan seperti instagram, tiktok, facebook, dan youtube"

[35] Hasil Wawancara dengan Bapak Afif Ali Afandi selaku Waka Humas pada tanggal 11 Maret 2025.
[36] Hasil obsevasi peneliti pada tanggal 07 Maret 2025.
[37] Hasil wawancara dengan Bapak Purwanto selaku Kepala Sekolah pada tanggal 11 Maret 2025.

Untuk meningkatkan kepercayaan publik melalui media sosial, lembaga pendidikan perlu menerapkan strategi yang efektif dalam pemanfaatannya. Pengelolaan media sosial yang transparan akan berkontribusi pada peningkatan kedibilitas lembaga erta mempererat hubungan sekolah dengan khalayak publik. Humas SMAN 1 Mantup membentuk tim khusus yang melakukan pengelolaan media sosial sebagai wadah promosi. Seperti halnya yang dikatakan oleh Bapak Afif Ali Afandi selaku Waka Humas sebagai berikut:[38]

> "Kami membentuk tim dibawah naungan Humas untuk mengelola media sosial milik SMAN 1 Mantup. Humas dibantu beberapa bapak dan ibu guru dan ada juga anggota OSIS yang membantu memgelola akun sosial media milik SMAN 1 Mantup"

Hal ini sejalan dengan yang dikatakan oleh Bapak Purwanto selaku Kepala SMAN 1 Mantup, bahwa:[39]

> "Tentunya dalam mengelola media sosial Humas tidak bekerja sendirian, ada beberapa bapak ibu guru dan beberapa anggota osis yang terlibat dalam kegiatan ini, jadi kami saling bekerja sama untuk tujuan bersama"

Humas SMAN 1 Mantup memanfaatkan media sosial sebagai sarana meningkatkan kepercayaan publik terhadap SMAN 1 Mantup. Adapun beberapa langkah yang dilakukan Humas SMAN 1 Mantup dalam melakukan strategi ini adalah sebagai berikut:

[38] Hasil wawancara Dengan Bapak Afif Ali Afandi selaku Waka Humas pada tanggal 11 Maret 2025.
[39] Hasil wawancara dengan Bapak Purwanto Selaku Kepala Sekolah pada tanggal 11 Maret 2025.

a) Analisis Situasi

Sebelum menyusun strategi humas perlu melakukan analisis terhadap target audiens dan platform media sosial yang digunakan. Seperti penjelasan yang telah dikemukaan oleh Bapak Afif Ali Afandi selaku Waka Humas, sebagai berikut:[40]

> "Kami melakukan analisis situasi untuk memahami apa saja faktor yang akan mempengaruhi efektivitas komunikasi di media sosial, analisis ini mencakup target audiens dan pemilihan platform media sosial yang tepat juga perlu kami pertimbangkan supaya pesan yang disampaikan dapat menjangkau target audiens dengan optimal"

Hal ini sejalan dengan yang dikatakan oleh Bapak Purwanto selaku Kepala SMAN 1 Mantup, sebagai berikut:[41]

> "Dengan melakukan analisis ini memunkinkan humas untuk memahami kebutuhan serta perefensi audiens, memilih platform yang sesuai, dan menyusun konten yang relevan. Dengan analisis humas dapat menentukan langkah-langkah yang diperlukan untuk memperkuat reputasi positif atau memperbaiki persepsi yang kurang baik di mata publik"

Berdasakan pada hasil penelitian yang sudah diapaparkan di atas, pada tahap analisis situasi Humas SMAN 1 Mantup melakukan analisis terkait target audiens setiap platform media sosial. Analisis ini menghasilkan pada plarform Tiktok dan Instagram target audiens didominasi oleh anak-anak

[40] Hasil wawancara dengan Bapak Afif Ali Afandi selaku Waka Humas pada tangal 11 Maret 2025.
[41] Hasil wawancara dengan Bapak Purwanto selaku Kepala Sekolah pada tanggal 11 Maret 2025.

dan remaja yang pada saat ini kedua platform tersebut banyak digemari publik. Sedangkan pada platform media sosial Facebook dan Youtube audiens masih merata dari anak-anak hingga orang dewasa yang bisa disebut dengan khalayak publik.

b) Menentukan Tujuan

Setelah melakukan analisis situasi langkah selanjutnya yang dilakukan oleh Humas SMAN 1 Mantup adalah menentukan tujuan dalam strategi yang akan dilakukan. Tujuan ini meliputi meningkatkan kepercayaan publik, meningkatkan citra lembaga pendidikan, penyebaran informasi lebih luas kepada masyarakat, menarik minat peserta didik baru, membangun hubungan harmonis dengan siswa, orang tua, dan pemangku kepentingan lainnya.

Dengan adanya tujuan yang jelas Humas SMAN 1 Mantup dapat mengembangkan strategi yang lebih efektif dan tepat sasaran. Tujuan yang sudah ditetapkan berfungsi sebagai tolak ukur untuk melakukan evaluasi strategi yang dijalankan sehingga sekolah dapat terus melakukan perbaikan untuk menyampaikan informasi yang lebih baik di mata publik. Hal

ini sejlaan dengan yang dikatakan oleh Bapak Afif Ali Afandi selaku Waka Humas SMAN 1 Mantup, sebagai berikut:[42]

> "Setelah melakukan analisis kami menentukan tujuan dari pelaksanaan strategi ini. Strategi ini kamu gunakan untuk memastikan jika startegi ini selaras dengan visi misi SMAN 1 Mantup supaya dapat memberikan dampak positif yang maksimal, selain itu kami juga menetapkan indikator keberhasilan yang jelas untuk mengukur keberhasilan strategi ini secara berkala"

Hal ini juga sejalan dengan yang dikatakan oleh Bapak Purwanto selaku Kepala SMAN 1 Mantup, sebagai berikut:[43]

> "Menentukan tujuan ini merupakan tahap yang sangat penting dalam menyusun strategi karena tujuan yang tepat dapat membantu kami dalam mengantisipasi tantangan dan menyesuaikan langkah-langkah yang diperlukan untuk mencapai hasil yang diinginkan. Tujuan ini meliputi peningkatan kepercayaan publik, meningkatkan citra lembaga pendidikan, meningkatkan jumlah pendaftar peserta didik baru, penyebaran informasi lebih luas kepada masyarakat, menarik minat peserta didik baru, membangun hubungan harmonis dengan siswa, orang tua, dan pemangku kepentingan lainnya"

Berdasarkan hasil penelitian yang dipaparkan di atas, pada tahap menentukan tujuan Humas SMAN 1 Mantup menentukan tujuan yang jelas dan terukur untuk memastikan efektivitas strategi humas di media sosial. Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam tujuan dilaksanakannya strategi ini adalah

[42] Hasil wawancara dengan Bapak AfIF Ali Afandi selaku Waka Humas pada tanggal 11 Maret 2025.
[43] Hasil wawancara dengan Bapak Purwanto selaku Kepala Sekolah pada tanggal 11 Maret 2025.

meningkatkan kepercayaan publik dan citra sekolah, menarik minat peserta didik baru, membangun hubungan harmonis pihak internal dan eksternal lembaga pendidikan.

c) Menentukan Ide Konten yang Relevan

Setelah menentukan tujuan Humas SMAN 1 Mantup mulai menyusun pembuatan konten relevan dan menarik supaya pesan yang disampaikan dapat diterima baik oleh audiens. Konten yang dibuat mencakup berbagai aspek seperti pengumuman akademik, pencapaian guru dan siswa, sampai dengan kegiatan yang berjalan di sekolah. Supaya informasi dapat tersampaikan secara teratur humas menyusun jadwal pengunggahan konten di setiap sosial media. Hal ini juga disampaikan oleh Bapak Afif Ali Afandi selaku Waka Humas SMAN 1 Mantup, sebagai berikut:[44]

> "Kami membedakan setiap yang diunggah disetiap sosial media, jadi tidak semua sosial media yang kami kelola itu memiliki konten yang sama. Tetapi pada konteks menarik minat audiens ini lebih kami fokuskan diplatform tiktok, di tiktok kami juga punya jadwal untuk membagikan konten-konten yang kami buat"

Hal ini juga dikatakan oleh Bapak Purwanto selaku Kepala SMAN 1 Mantup, sebagai berikut:[45]

[44] Hasil wawancara dengan Bapak Afif Ali Afandi selaku Waka Humas pada 11 Maret 2025.
[45] Hasil wawancara dengan Bapak Purwanto selaku Kepala Sekolah pada 11 Maret 2025.

> “Dalam membagikan onten-kontennya humas selalu memperhatikan siapa saja target audiensnya jadi informasi yang dibagikan dapat tepat sasaran. Kami juga selalu memastikan bahwa konten yang dibagikan tidak hanya bersifat informatif juga juga mudah dipahai oleh siswa, orang tua, alumni, dan khalayak publik”

Berdasarkan hasil penelitian terkait tahap pemilihan ide konten hasil yang diperoleh Humas SMAN 1 Mantup meliputi, membedakan setiap jenis konten yang dibagian pada masing-masing sosial media. Pada platform Tiktok difokuskan pada video pendek, instagram dan faebook berisikan konten gambar-gambar pelaksanaan kegiatan yang ada disekolah, sedangkan pada paltorm youtube difokuskan pada video pendek karya siswa siswi dan guru SMAN 1 Mantup.

d) Konsistensi Media Sosial

Tahap terakhir pada proses perencanaan strategi ini adalah konsistensi dan manajemen media sosial. Humas SMAN 1 Mantup selalu memastikan bahwa setiap konten yang diunggah terjadwal dengan baik, sehingga postingan lebih tersruktur dan konsisten. Misalnya dengan frekuensi 3-4 kali dalam seminggu. Selain itu Humas SMAN 1 Mantup juga berkomitmen untuk memberikan respons yang cepat dan profesional terhadap komentar, kritik saran, da pertanyaan

yang disampaikan oleh audiens.[46] Hal ini juga sejalan dengan yang dikemukakan oleh Bapak Afif Ali Afandi, yaitu:[47]

> "Kami selalu memastikan bahwa setiap unggahan konten di media sosial telah terjadwal supaya yang disampaikan lebih terstruktur dan konsisten, sehinga publik dapat terus mengikuti perkembangan sekolah secara berkala. Kami juga berusaha merespons komentar, pertanyaan, dan kritik dari audiens dengan cepat untuk menjaga interaksi dengan khalayak publik"

Hal ini juga dikatakan oleh Bapak Purwanto selaku Kepala SMAN 1 Mantup, yaitu:[48]

> "Konsistensi Humas dalam membagikan konten ini selalu saya apresiasi karna seperti yang saya ketahui setiap konten yang dibagikan di tiktok selalu mendapatkan jumlah viewers dan like yang sangat banyak itu artinya Huas berhasil dalam memilih jadwal yang pas"

Berdasarkan hasil penelitian pada tahap tersebut, Humas SMAN 1 Mantup melakukan penjadwalan pengunggahan konten yang difokuskan pada aplikasi Tiktok, dan aktif melakukan interaksi dengan publik melalui kolom komentar dan fitur fitur lainnya.

Melalui berbagai tahap perencanaan yang dilakukan Humas SMAN 1 Mantup dalam menjalankan strategi pemanfaatan media sosial secara sistematis dan terarah untuk meningkatkan kepercayaan

[46] Hasil observasi pada 07 Maret 2025
[47] Hasil wawancara dengan Bapak Afif Ali Afandi selaku Waka Humas pada 11 Maret 2025.
[48] Hasil wawancara dengan Bapak Purwanto selaku Kepala Sekolah pada 11 Maret 2025.

publik SMAN 1 Mantup dapat membangun citra positif lembaga pendidikan, memperkuat hubungan dengan masyarakat, dan menciptakan komunikasi yang efektif melalui platform dmedia sosial yang dikelola oleh Humas dan timnya. Adapun beberapa tahap dalam proses perencanaan yang dilakukan oleh Humas SMAN 1 Mantup meliputi:

1) Analisis situasi
2) Menentukan tujuan
3) Menentukan ide konten yang relevan
4) Konsistensi media sosial

Tabel 2.2 Perencanan Strategi Humas

Temuan Penelitian	Penjelasan
Analisis situasi	Humas SMAN 1 Mantup melakukan analisis terhadap target audiens setiap platform media sosial. Analisis situasi ini menghasilkan: pada platform Tiktok dan Instagram target audiens didominasi oleh anak-anak dan remaja sedangkan pada Facebook dan Youtube audiensnya merata dari anak-anak hingga orang dewasa.
Menentukan tujuan	Humas SMAN 1 Mantup menentukan tujuan yang jelas dan terukur untuk memastikan efektifitas strategi humas di media sosial. Tujuan yang dihasilkan pada tahap ini meliputi: meningkatkan kepercayaan publik dan ictra sekolah, menarik minat peserta didik baru, membangun hubungan harmonis antara pihak internal dan pihak eksternal lembaga pendidikan.
Menentukan ide konten yang relevan	Humas SMAN 1 Mantup melakukan kategorisasi konten dengan membedakan setiap jenis konten yang dibagikan pada masing-masing media sosial. Hasil dari tahap ini meliputi:

	pada platform Tiktok difokuskan pada video pendek yang saat ini sedang trend, instagram dan facebook berisikan gambar-gambar pelaksanaan kegiatan yang ada di sekolah, dan pada platform youtube difokuskan pada video pendek karya siswa siswi dan Guru SMAN 1 Mantup
Konsistensi media sosial	Humas SMAN 1 Mantup melakukan penjadwalan dalam melakukan pengungahan konten pada aplikasi Tiktok yang

2. Implementasi Strategi Humas yang Efektif dalam Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Peningkatan Kepercayaan Publik di SMAN 1 Mantup

Pelaksanaan merupakan tahap perwujudan dari proses perencanaan yang telah ditetapkan sebelumnya, dimana seluruhbstrategi, kebijakan, dan langkah-langkah yang telah dirancang mulai disajikan dalam bentuk nyata untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Pada tahap ini diperlukan koordinasi dan pengawasan antara Humas dan Pihak internal lembaga pendidikan supaya tahap ini berjalan sesuai rencana dan dapat menyesuaikan jika terdapat kendala atau perubahan situasi.

Adapun beberapa tahap awal dalam proses implementasi yang dilaksanakan oleh Humas SMAN 1 Mantup dan sudah direncanakan pada proses sebelumnya, meliputi:

a) Menentukan Platform Media Sosial Sesuai Target Audiens

Menentukan platform media sosial yang sesuai dengan target audiens menjadi tahap awal pada proses Implementasi strategi

yang dijalankan oleh Humas SMAN 1 Mantup. Humas SMAN 1 Mantup memanfaatkan beberapa platform media sosial seperti instagram, facebook, youtube dan tiktok sebagai sarana komunikasi dan meningkatkan kepercayaan publik. Setiap platform memiliki karakteristik dan target audiens yang berbeda sehingga pemanfaatannya disesuaikan dengan jenis konten yang disampaikan.[49] Hal ini juga sejalan dengan yang dikatakan oleh Bapak Afif Ali Afandi selaku Waka Humas, yaitu:[50]

> "Dalam pemilihan platform media sosial yang tepat kami menyesuaikan jenis konten dan target audiensnya, misalnya pada platfom facebook dan instagram kami membagikan konten visual berupa dokumentasi kegiatan sekolah prestasi siswa, sampai dengan kegiatan ekstrakulikuler. Pada platform youtube kami membagikan konten dokumentasi sekolah seperti upacraa peringaan hari nasional, lomba-lomba, dan webinar. Sedangkan pada platform tiktok untuk membagikan konten yang saat ini sedang trend untuk menghasilkan viewers dan like yang tinggi"

Hal ini juga dikatakan oleh Bapak Puwanto selaku Kepala SMAN 1 Mantup, yaitu:[51]

> "Dengan penggunaan platform media sosial yang sesuai ini dapat membantu Humas SMAN 1 Mantup dalam meningkatkan visabilitas sekolah, membangun citra positif sekolah, dan mempererat hubungan dengan siswa, orang tua siswa, dan masyarakat luas. Karena

[49] Hasil observasi pada 07 Maret 2025.
[50] Hasil wawancara Dengan Bapak Afif Ali Afandi selaku Waka Humas pada 11 Maret 2025.
[51] Hasil wawancara dengan Bapak Purwanto selaku Kepala Sekolah pada 11 Maret 2025.

> melalui media sosial kami bisa bekomunikasi dengan siapa saja tanpa harus tatap muka terlebih dahulu"

Hal ini juga dikatakan oleh Pak Nur selaku Waka Kesiswaan , sebagai berikut:[52]

> "Sebelum kami membagikan konten, kami memastikan bahwa konten itu sudah diteliti oleh tim editor dan dipastikan tidak mengandung fitnah, kebohongan, unsur sara dan sebagainya"

Berdasarkan hasil penelitian yang dipaparkan di atas pada tahap menentukan platform media sosial yang sesuai dengan target audiens, Humas SMAN 1 Mantup memilih instagram dan facebook sebagai platform konten berupa gambar dokumentasi kegiatan sekolah, Tiktok video pendek yang sedang trend dan berpotensi menerima banyak viewrs dan like, sedangkan Youtuube berupa video pendek terkait dokumentasi kegiatan. Hasil tersebut sesuai dengan apa yang sudah direncanakan oleh Humas pada tahap analisis situasi pada proses perencanaan.

[52] Hasil wawancara dengan Pak Nur selaku Waka Kesiswaan pada 11 Maret 2025.

Gambar 2 Akun Instagram OSIS SMAN 1 Mantup

Gambar 3 Akun TikTok SMAN 1 Mantup

Gambar 4 Akun YouTube SMAN 1 Mantup

b) Memanfaatkan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Sekolah

Humas SMAN 1 Mantup juga memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi. Konten yang dibagikan melalui beberapa platform tersebut selalu dipastikan bahwa informasi tersebut dapat menarik minat dan meningkatkan kepercayaan publik. Sehingga konten yang dibagikan Humas secara tidak langsung merupakan konten yang mengandung unsur promosi sekolah. Konten-konten tersebut mencakup informasi tentang

kegiatan sekolah, prestasi siswa, sampai dengan video kreatif yang melibatkan siswa dan guru.[53]

Dengan menghadirkan konten yang relevan, bermanfaat, dan interaktif Humas SMAN 1 Mantup dapat meningkatkan keterlibatan audiens dan memperkuat citra positif sekolah di mata masyarakat hal tersebut sama dengan Humas SMAN 1 Mantup mempromosikan ksekolah melalui beberapa informasi yang dibagikan melalui platform instagram, facebook, tiktok, dan youtube

. Hal ini dikatakan oleh Bapak Afif Ali Afandi selaku Waka Humas, sebagai berikut:[54]

> "Kami selalu membagikan konten berupa foto, video, dan cerita inspiratif yang menggambarkan suasana pembelajaran, pencapaian siswa siswi, dan partisipasi akif sekolah dalam berbagai kegiatan. Konten konten tersebut dapat membantu kami dalam melakukan promosi sekolah dan meningkatkan citra positif sekolah"

Hal ini juga dikatakan oleh Bapak Purwanto selaku Kepala SMAN 1 Mantup, yaitu:[55]

> "Media sosial sosial ini sangat penting bagi kami untuk melakukan promosi dan meningkatkan kepercayaan masyarakat karena sama halnya kami memperkenalkan apa saja kegiatan yang ada di sekolah yang kita

[53] Hasil observasi pada 07 Maret 2025.
[54] Hasil wawancara dengan Bapak Afif Ali Afandi selaku Waka Humas pada 11 Maret 2025.
[55] Hasil wawanara dengan Bapak Purwanto selaku Kepala Sekolah pada 11 Maret 2025.

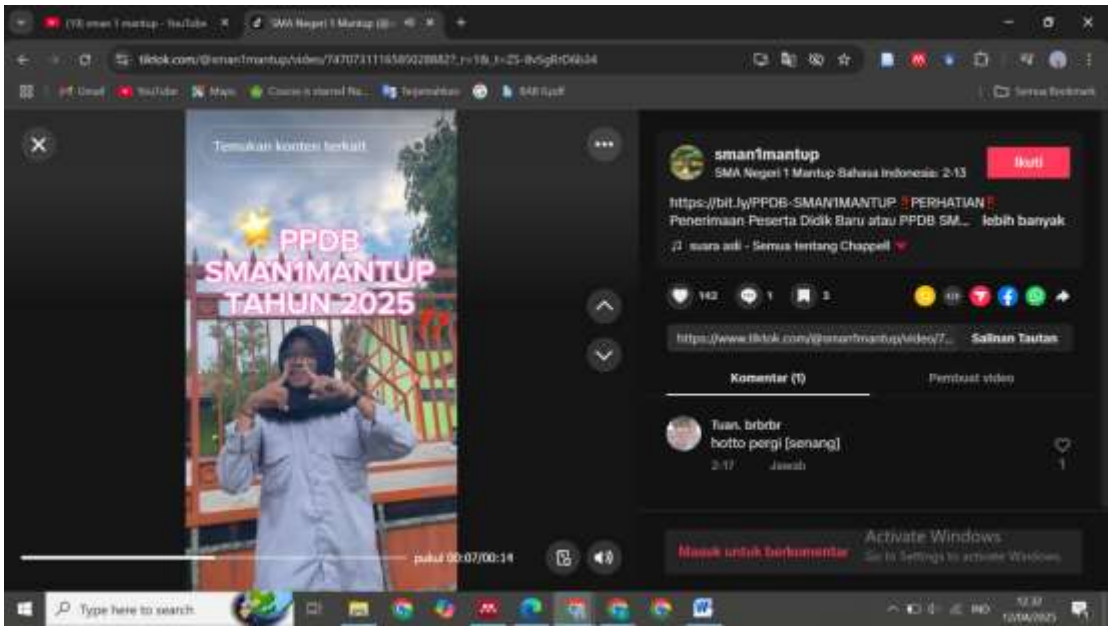
> tunjukkan melalui media sosial itu, oleh karena itu selalu membuat konten yang informatif dan menarik supaya banyak audiens yang tertarik dengan sekolah kita"

Hal ini juga dikatakan oleh Bapak Nur Khasan selaku Waka Kesiswaan SMAN 1 Mantup, yaitu:[56]

> "Strategi ini sangat efektif untuk dilakukan dalam menarik minat calon peserta didik baru, selain itu citra SMAN 1 Mantup sebagai sekolah yang berprestasi dan inovatif semakin dikenal luas dikalangan masyarakat"

Berdasarkan temuan penelitian yang dipaparkan di atas pada tahap pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi sekolah, Humas SMAN 1 Mantup melakukan promosi dengan mengunggah konten foto, video, cerita inspiratif terkait kegiatan yang berjalan di sekolah melalui platform media sosial. Tahap ini sesuai dengan apa yang telah direncanakan Humas SMAN 1 Mantup melalui proses perencanaan pada tahap menentukan tujuan. Telah diketahui bahwa tujuan yang ditentukan oleh Humas yaitu meningkatkan kepercayaan publik dan menarik minat calon peserta didik baru, dan Humas merealisasikan rencana tersebut melalui pemanfataan media sosial sebagai sarana promosi.

[56] Hasil wawancara dengan Bapak Nur Khasan selaku Waka Kesiswaan pada 11 Maret 2025.



Gambar 5 Konten bersifat promosi

c) Membagikan Konten Informatif dan Menarik

Konten yang informatif dan menarik dibagikan humas melalui instagram, facebook, tiktok dan youtube. Konten-konten yang dibagikan pada masing-masing media sosial mrupakan jenis ide konten yang terpilih dan relevan dengan sekolah.

Hal tersebut dikatakan oleh Bapak Afif Ali Affandi selaku Waka Humas SMAN 1 Mantup[57]:

> "Kami berusaha menhadirkan konten yang bervariasi seperti pengumuman kegiatan sekolah, kegiatan yang sudah berjalan di sekolah, video kreatif antara guru dan siswa sehingga informasi yang kami bagikan tidak hanya bermanfaat tapi menarik untuk diikut oleh

[57] Hasil wawancara dengan Bapak Afif Ali Afandi selaku Waka Humas pada 11 Maret 2025

> audiens. Tahun lalu kami juga mengikuti lomba video drama pendek tingkat nasional dan rencananya lomba-lomba seperti itu akan kita ikuti rutin disetiap tahunnya dan video itu kami unggah di platform youtube"

Hal senada juga dikatakan oleh Bapak Purwanto selaku Kepala SMAN 1 Mantup[58]:

> "Karena pada saat ini eranya media sosial dan anak anak sekolah hampir semua aktif di media sosial sehingga mulai beberapa tahun ini kami memberikan informasi kepada masyarakat akan kegiatan yang berjalan di SMAN 1 Mantup baik yang dilakukan siswa maupun bapak ibu guru itu semua kami bagikan di media sosial dengan catatan konten konten yang kami bagikan sudah bersifat informati fdan menarik untuk diikuti oleh banyak audiens"

Hal ini juga dikatakan oleh Bapak Fatuh selaku Tim Redaksi Humas:

> "Kami dari Humas secara rutin membagikan konten yang informatif dan menarik melalui instagram, facebook, tiktok dan youtube. Kami selalu memilih ide konten yang relvan dengan kkegiatan sekolah. Contohnya pada platform tiktok kami memprioritaskan apa yang sedang trend pada saat ini di tiktok konten kami buat dalam bentuk video pendek, sedangkan di youtube kami membagikan video dokumentasi kegiatan sekolah yang durasinya sedikit lebih panjang"

Berdasarkan paparan data dari haril penelitian tersebut, Humas SMAN 1 Mantup membagikan konten yang bervariasi seperti pengumuman kegiatan sekolah, kegiatan yang sudah berjalan di sekolah, video kreatif antara guru dan siswa.

[58] Hasil wawancara dengan Bapak Purwanto selaku Kepala Sekolah pada 11 Maret 2025

Konten-konten tersebut tentunya mengandung banyak informasi dan menarik untuk terima oleh audiens. Tahap ini dapat dilaksanakan karena pada proses sebelumnya Humas sudah merumuskan rencana untuk menentukan ide konten yang relevan dengan sekolah, sehingga rencana tersebut dapat terlaksana sesuai dengan semestinya.

d) Interaksi Aktif Dengan Audiens

Konten-konten yang menarik dan relevan mendorong Humas SMAN 1 Mantup untuk berinteraksi dengan audiens melalui komentar, pesan langsung, dan diskusi online. Melalui interaksi ini, Humas dapat dengan siap menanggapi pertanyaan, masukan, dan saran yang berikan oleh audiens.[59] Hal ini tidak hanya mempererat hubungan dengan masyarakat tetapi juga meningkatkan kepercayaan piblik terhadap SMAN 1 Mantup sebagai lembaga pendidikan yang komunikatif dan terbuka. Hal ini dikatakan oleh Bapak Afif Ali Afandi selaku Waka Humas SMAN 1 Mantup, yaitu:[60]

> "Kami berusaha aktif untuk menanggapi komentar, pesan langsung, dan diskusi yang muncul di media sosial. Dengan cara ini kami merasa bahwa kami ini mampu memberikan informasi yang jelas, menjawab

[59] Hasil observasi pada 7 Maret 2025.
[60] Hasil wawancara dengan Bapak Afif Ali Afandi selaku Waka Humas pada 11 Maret 2025.

> pertanyaan dengan cepat, dan profesional menerima masukan dari masyarakat"

Hal ini juga dikatakan oleh Bapak Purwanto selaku Kepala SMAN 1 Mantup, sebagai berikut:[61]

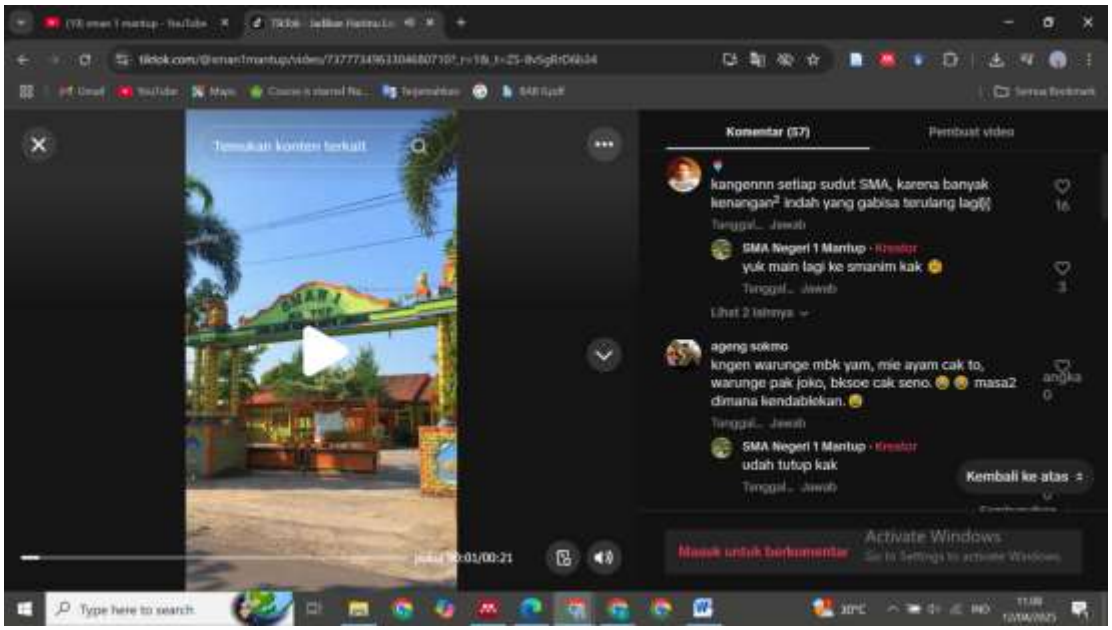
> "Interaksi aktif yang dilakukan Humas dengan audiens membuat masyarakat mersa lebih dekat dengan sekolah. Hal ini juga membantu meningkatkan kepercayaan masyarakat karena melihat kami sebagai lembaga pendidikan yang terbuka"

Hal tersebut juga dikatakan oleh Gendis selaku siswa SMAN 1 Mantup:

> "Admin media sosial sekolah ini sering aktif untuk membalas komentar dari audiebns, jika dilihat dari akun tiktok sekolah banyak audiens yang memberikan komentar divideo yang memiliki jumlah viewrs banyak dan banyak juga komentar dari audiens yang dibalas oleh tim humas. Hal seperti itu jika terus ditingkatkan saya dapat mempererat hubungan sekolah dengan publik"

Berdasarkan temuan penelitian yang dipaparkan di atas pada tahap ini Humas SMAN 1 Mantup aktif dalam menanggapi komentar dari audiens, menjawab pertanyaan audiens, dan profesional menerima masukan dari audiens. Hal ini dilakukan secara konsisten dalam memanfaatkan media sosial dalam implementasi strategi humas.

[61] Hasil wawancara dengan Bapak Purwanto selaku Kepala Sekolah pada 11 Maret 2025.



Gambar 6 Contoh inteaksi dengan audiens

Melalui beberapa tahapan pada proses implementasi strategi humas dalam pemanfaatan media sosial sudah sesuai dengan apa yang telah disusun dalam proses perencanaan. Setiap tahap yang dilakukan oleh Humas SMAN 1 Mantup sudah sesuai dengan apa yang sudah direncanakan pada proses perencanaan. Sehingga berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat dikatakan bahwa implementasi startgei Humas berhasil dilaksanakan. Adapun tahap-tahap dalam implementasi strategi humas meliputi:

1) Menentukan platform media sosial yang sesuai dengan target audiens

2) Memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi sekolah
3) Membagikan konten yang informatif dan menarik
4) Interaksi aktif dengan audiens.

Tabel 2.3 Implementasi Strategi Humas

Temuan Penelitian	Penjelasan
Menentukan platform media sosial yang sesuai dengan target audiens	Humas SMAN 1 Mantup memilih Instagram dan Faebook sebagai platform konten berupa gambar dokumentasi kegiatan sekolah, Tiktok berupa konten video pendek yang sedang trend, dan Yputube berupa video pendek terkait dokumentasi kegiatan dan video karya siswa siswi dan Guru SMAN 1 Mantup.
Memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi sekolah	Humas SMAN 1 Mantup melakukan promosi dengan mengunggah konten foto, video, cerita inspiratif terkait kegiatan yang berjalan di sekolah melalui platform media sosial.
Membagikan konten yang informatif dan menarik	Humas SMAN 1 Mantup membagikan konten yang bervariasi seperti pengumuman kegiatan sekolah, kegiatan yang sudah berjalan di sekolah, video kreatif antara guru dan siswa.
Interaksi aktif dengan audiens.	Humas SMAN 1 Mantup aktof dalam menanggapi komentar dari audiens dan profesional menerima masukan dari audiens.

3. Hasil Strategi Humas yang Efektif Dalam Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Peningkatan Kepercayaan Publik di SMAN 1 Mantup

Hasil strategi humas merupakan proses terkahir dari manajemen strategi yang dilakukan oleh Humas SMAN 1 Mantup. Adanya Hasil tersebut dapat diketahui apakah staregi yang dilakukan

oleh Humas SMAN 1 Mantup dalam meningkatkan kepercayaan publik melalui media sosial ini berhasil atau masih perlu ditingkatkan lagi. Hasil ini diketahu melalui proses evaluasi yang dilakukan oleh Humas SMAN 1 Mantup. Evaluasi strategi humas dilakukan 6 bulan sekali pada saat akhir semester, melalui evaluasi tersebut Humas dapat mengetahui apa saja yang dihasilkan dari proses perencanaan hingga implementasi staregi dari program yang dilaksanakan.

Adapun hasil dari pelaksanaan strategi Humas pada program ini diuraikan sebagai berikut:

a) Efektivitas Komunikasi

Keberhasilan dari implementasi stratgei humas yang dilakukan oleh Humas SMAN 1 Mantup dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana meningkatkan kepercayaan publik menghasilkan komunikasi yang efektif antara sekolah dengan khalayak publik. Dari penggunaan media sosial yang sesuai dengan target audiens membuat pesan-pesan yang disampaikan melalui konten dapat diterima baik oleh masyarakat. Hal ini sejalan dengan yang dikatakan oleh Bapak Afif Ali Afandi selaku Waka Humas SMAN 1 Mantup, sebagai berikut[62]:

[62] Hasil wawancara dengan Bapak Afif Ali Afandi selaku Waka Humas pada 11 Maret 2025.

> “Menurut saya media sosial itu bukan hanya alat untuk promosi, dalam program yang kami jalankan media sosial berperan sebagai jembatan komunikasi dua arah antara sekolah dan masyarakat. Kami melihat adanya komunikasi yang efektif melalui hasil evaluasi yang kami lakukan dari menganalisis preferensi akun media sosial kami. Komunikasi yang efektif ini terjadi karena kita memilihi platform yang sesuai dan menyesuaikan gaya komunikasi disetiap konten ”

Hal ini juga dikatakan oleh Bapak Purwanto selaku Kepala SMAN 1 Mantup[63]:

> “Saya sangat mengapresiasi kinerja tim humas yang sudah mengelola media sosial dengan konsisten. Peran media sosial yang aktif memiliki banyak dampak ke sekolah baik positif maupun negatif tetapi humas dengan cepat menangatasi dan menanggapi jika da dampak negatif yang terjadi. Menurut saya hal seperti ini dapat meningkatan kepercayaan masayrakat”

Hal yang sejalan juga dikatakan oleh Bapak Fatuh selaku Tim Redaksi Humas SMAN 1 Mantup[64]:

> “Kami selalu berupaya membuat konten yang sesuai dengan target audiens untuk menyampaikan pesan agar mudah diterima. Kami juga memantau konten yang sedang trend di tiktok, melibatkan siswa-siswi dalam pembuatan konten, dan bisa dibilang aktif menanggapi komentar audiens supaya bisa lebih dekat dengan masyarakat. Komunikasi yang efektif ini terjadi karena kita selalu membangun interaksi yang sesuai dengan gaya komunikasi audiens”

Berdasarkan hasil penelitian dari data wawancara tersebut peneliti menyimpulkan bahwa, hasil dari implementasi

[63] Hasil wawancara dengan Bapak Purwanto selaku Kepala Sekolah pada 11 Maret 2025.
[64] Hasil wawancara dengan Bapak Fatuh selaku Tim Redaksi pada 11 Maret 2025.

strategi humas yang dilakukan oleh Humas SMAN 1 antup diketahui setelah dilakukan adanya evaluasi dengan cara menganalisis preferensi media sosial dan menghasilkan komunikasi yang efektif. Efektivitas komunikasi terjadi karena Humas SMAN 1 Mantup memilihi platform yang sesuai, menyesuaikan gaya komunikasi disetiap konten, dan membangun interaksi yang sesuai dengan gaya komunikasi audiens.

b) Meningkatnya Minat Calon Peserta Didik Baru

Melalui promosi yang dilakukan menggunakan media sosial, kini banyak masyarakat yang mengenal SMAN 1 Mantup melalui media sosial hal ini memungkinkan sekolah untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan menyampaikan informasi yang menarik dan interaktif. Dari hasil implementasi strategi humas dalam memanfataankan media sosial sebagai sarana promosi dapat menghasilkan citra yang positif melalui berbagai konten yang diunggah pada setiap platform media sosial, sekolah juga dikenal masyarakat lebih luas. Hasil tersebut diketahui setelah adanya evaluasi yang dilakukan dengan cara menganalisis konten promosi sudah mencakup prestasi siswa, kegiatan sekolah, dan fasilitas yang dimiliki SMAN 1 Mantup. Hal tersebut yang dapat meningkatkan minat

calon peserta didik baru. Hal tersebut dikatakan oleh Bapak Afif Ali Afandi, selaku Waka Humas SMAN 1 Mantup[65]:

> "Media sosial saat ini sangat penting untuk meningkatkan citra sekolah, jadi kami bisa melakukan promosi online melalui media sosial tidak hanya terbatas mlelalui brosur dan mulut ke mulut. Kami memanfaatkan tiktok dan instagram untuk melakukan promosi sekolah, karena kedua platform tersebut pada saat ini banyak diminati terutama pada kalangan Gen-Z. Meningkatnya minat calon peserta didik baru kami lihat melalui banyaknya pendaftar dari luar wilayah lamongan yang mengetahui sekolah kita melalui media sosial"

Hal yang sejalan juga dikatakan oleh Bapak Purwanto selaku Kepala SMAN 1 Mantup[66]:

> "Saya menekankan kepada Humas untuk menekankan transparansi dalam membagikan informasi. Melalui media sosial kami juga menyampaikan nilai-nilai sekolah, program-program yang berjalan, dan prestasi yang telah dicapai siswa dan guru. Meningkatnya minat calon peserta didik baru juga dilihat dari bagaimana humas dalam berinteraksi dengan audiens seperti menjawab pertanyaan, membalas komentar, dan merespon pesan langsung"

Hal yang sama juga dikatakan oleh Bapak Fatuh selaku Tim Redaksi Humas SMAN 1 Mantup[67]:

> "Selain promosi melalui media sosial kami juga masih melakukan prmosi sekolah secara langsung dengan mendatangi SMP/MTS terdekat sekitar wilayah SMAN 1 Mantup. Kami juga bekerjasama dengan osis dalam mengadakan event yang mendatangkan siswa-siswi

[65] Hasil wawancara dengan Bapak Afif Ali Afandi selaku Waka Humas pada 11 Maret 2025
[66] Hasil wawancara dengan Bapak Purwanto selaku Kepala Sekolah pada 11 Maret 2025.
[67] Hasil wawancara dengan Bapak Fatuh selaku Tim Redaksi pada 11 Maret 2025.

SMP/MTS terdekat ke sekolah untuk mengikuti sebuah event"

Berdasarkan hasil penelitian dari data wawancara yang telah dipaparkan diatas peneliti menyimpulkan, dari implementasi strategi humas dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi sekolah menghasilkan peningkatan minat calon peserta didik baru, hal ini diketaui dari banyaknya pendaftar dari luar wilayah Kabupaten Lamongan, bagaimana interaksi humas dengan audiens seperti menjawab pertanyaan, membalas komentar, dan merespon pesan langsung, dan kerjasama yang dilakukan dengan osis dalam mengadakan event yang mendatangkan siswa-siswi SMP/MTS terdekat ke sekolah untuk mengikuti sebuah event.

c) Meningkatnya Kepercayaan Publik

Melalui konten yang diunggah sman 1 mantup dianggap sebagai sumber informasi yang relevan, informatif, edukatif, dan tentunya menarik. Hal ini dapat menarik perhatian masyarakat luas. Jika informasi disampikan dalam bentuk konten yang relevan dan disampaikan dengan cara yang menarik seperti video kegiatan yang berjalan di sekolah, testimoni alumni, dan dokumentasi dalam bentuk gambar, masyarakat akan lebih dekat mengenal SMAN 1 Mantup.

Meningkatnya kepercayaan publik dapat dilihat setelah adanya hasil evaluasi yang dilakukan Humas SMAN 1 Mantup dengan cara melihat banyaknya konten yang memiliki banyak respon dari publik. Hal tersebut dikatakan oleh Bapak Afif Ali Afandi selaku Waka Humas SMAN 1 Mantup[68]:

> "Kami melihat adanya perubahan dari sebelum kami aktif memanfaatkan media sosial dan saat kami aktif membuat konten informatif yang dibagikan melalui tiktok, saat ini penggunaan tiktok lebih kami prioritaskan karena tiktok sedang digemari banyak audiens. Sekarang masyarakat luar wilayah kabupaten lamongan banyak yang mengenal SMAN 1 Mantup melalui media sosial dan mempercayakan anaknya untuk sekolah disini. Meningkatnya kepercayaan publik dapat kami lihat melalui banyaknya pendaftar baru diluar wilayah kabupaten lamongan"

Hal sejalan dikatakan oleh Bapak Purwanto selaku Kepala SMAN 1 Mantup[69]:

> "Saya selalu menekankan kepada Humas dan tim supaya informasi yang dibagikan itu akurat dan mudah dipahami, dan dibagikan dalam bentuk konten yang menarik untuk menarik minat kepercayaan masyarakat sehingga masyarakat dapat percaya sama sekolah kita, hal ini bisa dilihat bagaimana humas dalam memberikan informasi yang transparan dan terbuka jika ada perubahan kebijakan atau pengumuman penting lainnya."

Hal yang sama juga dikatakan oleh Bapak Fatuh selaku Tim Humas SMAN 1 Mantup[70]:

[68] Hasil wawancara dengan Bapak Afif Ali Afandi selaku Waka Humas pada 11 Maret 2025.
[69] Hasil wawancara dengan Bapak Purwanto selaku Kepala Sekolah pada 11 Maret 2025.

> "Dari konten-konten yang informatif dan menarik yang kami bagikan melalui media sosial menurut saya dapat membantu orang tua dari siswa-sisiwi SMAN 1 Mantup, karena melalui konten-konten tersebuut orang tua dapat mengetahu banyak kegiatan positif yang berjalan di sekolah sehingga mereka tenang dan percaya untuk menyekolahkan anak-anaknya disini. Meningkatnya kepercayaan publik juga dapat dilihat bagaimana Humas responsif terhadap komentar dan petanyaan yang diberikan oleh masyarakat"

Berdasarkan hasil penelitian yang dipaparkan dalam data wawancara peneliti menyimpulkan bahwa meningkatnya kepercayaan masyarakat dapat dilihat melalui banyaknya pendaftar baru diluar wilayah kabupaten lamongan, transparansi dalam memberikan informasi, dan responsif terhadap adanya komentar dan pertanyaan.

d) Hubungan Harmonis antara Sekolah dan Khalayak Publik

Dilihat dai seberapa tanggapan humas sman 1 mantup dalam membalas komentar dan menanggapi dengan profesional kritik dan saran yang diterima dari audiens.. Sehingga masyarakat melihat SMAN 1 Mantup sebagai lembaga yang mampu menrima kritik dengan bijak dan profesional. Dari implementasi strategi humas interaksi aktif dengan audiens, setelah dilakukannya evaluasi dengan cara seberapa aktof humas melakukan interaksi melalui siaran

[70] Hasil wawancara dengan Bapak Fatuh selaku Tim Redaksi pada 11 Maret 2025.

langsung, Q&A, dan polling mellaui fitur instagram menghasilkan hubungan yang harmonis antara sekolah denan khalayak publik. Hal tersebut dikatakn Oleh Bapak Afif Ali Afandi selaku Waka Humas SMAN 1 Mantup[71]:

> "Kami sering aktif membalas komentar dan pesan langsung di media sosial, emngadakan sesi tanya jawab melalui siaran langsung dan sesi tanya jawab melalui instagram, jika ada kritik yang diberikan oleh audiens kami langsung menanggapi dengan cepat dan ramah, kami juga menganggap bahwa itu bagian dari kedekatan sekolah dengan publik sehingga masyarakat juga merasa bahwapendapat merekka didengar dan dihargai"

Hal yang sejalan juga dikatakan oleh Bapak Purwanto selaku Kepala SMAN 1 Mantuup[72]:

> "Interaksi dengan audiens itu sangat penting dilakukan karena dengan berinteraksi dapat menciptakan hubungan yang harmonis antara sekolah dengan masyarakat. Jika sekolah aktidf dalam melakukan komunikasi dua arah akan membentuk kedekatan dan rasa percaya dari masyarakat dengan komunikasi ang aktif, akhirnya hubungan yang harmonis akan terbentuk secara alami"

Hal yang sama jugga dikatakan oleh Bapak Fatuh selaku Tim Humas SMAN 1 Mantup[73]:

> "Adanya interaksi aktif dengan audiens ini sangat membantu untuk orang tua siswa, sekarang orang tua siswa bisa melihat aktivitas sekolah melalui media sosial dan mengirikan pesan langsung jika ada yang

[71] Hasil wawancara dengan Bapak Afif Ali Afandi selaku Waka Humas pada 11 Maret 2025.
[72] Hasil wawancara dengan Bapak Purwanto selaku Kepala Sekolah pada 11 Maret 2025.
[73] Hasil wawancara dengan Bapak Fatuh selaku Tim Redaksi pada 11 Maret 2025.

> diperlukan. Kami juga aktif dalam menjawab pesan langsung dari orang tua siswa sehingga mereka merasakan bahwa kami selalu terbuka atas informasi yang ingin diketahuinya. Kami juga mengadakan saluran komunikasi terbuka melalui grub Whatsapp bagi orang tua siswa yang dapat digunakan untuk bertanya dan memberikan masukan"

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dipaparkan di atas peneliti dapat menyimpulkan, dari implementasi interaksi aktif dengan audiens dapat membangun hubungan yang harmonis antar sekolah dan khalayak publik. Hal ini dapat dinilai melalui membentuk kedekatan dan rasa percaya dari masyarakat dengan komunikasi yang aktif, menanggapi respons audiens dengan cepat dan ramah, dan mengadakan saluran komunikasi terbuka melalui grub whatsapp untuk orang tua siswa.

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dipaparkan proses perencanaan dan implementasi ditemukan hasil yang sesuai. Hasil dari strategi humas dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana peningkatan kepercayaan publik yang dilakukan oleh Humas SMAN 1 Mantup, peneliti menyimpulkan bahwa hasil tersebut selaras dengan apa yang dilaksanakan dan direncanakan. Sehingga hasil strategi ini dapat dikatakan sebagai bentuk keberhasilan suatu proram yang

dilakukan oleh Humas SMAN 1 Mantup. Adapun hasil strategi humas meliputi:

1) Efektivitas komunikasi
2) Meningkatnya calon peserta didik baru
3) Meningkatnya kepercayaan publik
4) Hubungan harmonis antara sekolah dan publik

Tabel 2.4 Hasil Strategi Humas

Temuan Penelitian	Penjelasan
Efektifitas Komunikasi	Efektifitas komunikasi dihasilkan melalui pemilihan platform yang sesuai , menyesuaikan gaya komunikasi konten, dan membangun interaksi yang sesuai dengan gaya komunikasi audiens.
Meningkatnya calon peserta didik baru	Meningkatnya calon peserta didik baru dihasilkan melalui konsisntensi Humas SMAN 1 Mantup dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi sekolah hal ini diketahui dari meningkatnya calon peserta didik baru yang mendaftar ke SMAN 1 Mantup
Meningkatnya kepercayaan publik	Meningkatnya kepercayaan publik dihasilkan melalui konsistensi Humas SMAN 1 Mantup dalam membagikan konten informatif dan menarik di media sosial, hal ini diektahui dari banyaknya pendaftar di luar wilayah Kabupaten Lamongan, transparansi dalam memberikan informasi, dan responsif terhadap tanggapan audiens.
Hubungan harmonis antara sekolah dan publik.	Hubungan harmonis yang terjadi antara sekolah dengan khalayak publik terjadi karena adanya interaksi aktif dengan audiens melalui media sosial. Hal ini menghasilkan melalui membentuk kedekatan dan rasa percaya dari masyarakat dengan komunikasi yang aktif, menanggapi respon audiens dengan ramah, dan mengadakan saluran komunikasi terbuka.

Gambar 7 Komunikasi terbuka dengan audiens

C. Temuan Penelitian

Berdasarkan beberapa hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi yang telah dipaparkan maka peneliti menyimpulkan hasil penelitian ini sebagai berikut:

1. **Perencanaan Strategi Yang Efektif Humas Dalam Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Peningkatan Kepercayaan Publik Di SMAN 1 Mantup**

   Langkah-langkah pada proses perenanaan yang dilakukan oleh Humas SMAN 1 Mantup dalam melakukan strategi pemanfaatan media sosial untuk meningkatkan kepercayaan publik yaitu:

   a. Analisis situasi
   b. Menentukan tujuan
   c. Menyusun ide konten yang menarik dan relevan
   d. Konsistensi dan manajemen media sosial

2. **Implementasi Strategi Yang Efektif Humas Dalam Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Peningkatan Kepercayaan Publik Di SMAN 1 Mantup**

   Tujuan strategi pemanfaatan media sosial untuk meningkatkan kepercayaan publik yang sudah dirumuskan dan ditetapkan selanjutkan direalisasikan oleh Humas SMAN 1 Mantup dalam bentuk pelaksanaan yaitu:

      a. Menentukan platform media sosial yang sesuai dengan target audiens
      b. Memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi sekolah
      c. Membagikan konten yang informatif dan menarik

d. Interaksi aktif dengan audiens.

3. Hasil Strategi Yang Efektif Humas Dalam Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Peningkatan Kepercayaan Publik Di SMAN 1 Mantup

Evaluasi yang dilaksanakan Humas SMAN 1 Mantup dalam strategi pemanfaan media sosial untuk meningkatkan kepercayaan publik yaitu:

a. Penetapan tujuan evaluasi
b. Pengukuran aktivitas media sosial
c. Analisis interaksi dan respon audiens
d. Evaluasi kepercayaan publik
e. Penyesuaian strategi

Untuk memudahkan peneliti dan pembaca serta memahami hasil penelitian di atas, maka hasil penelitian dipaparkan dalam bentuk tabel. Adapun tabel hasil penelitian tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 2.5 Tabel Hasil Penelitian

Fokus Penelitian	Hasil Penelitian
Perencanaan Strategi Yang Efektif Humas Dalam Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Peningkatan Kepercayaan Publik Di SMAN 1 Mantup	1. Analisis situasi 2. Menentukan tujuan 3. Menyusun ide konten yang menarik dan relevan 4. Konsistensi dan manajemen media sosial
Implementasi Strategi Yang Efektif Humas Dalam Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Peningkatan Kepercayaan Publik Di SMAN 1 Mantup	1. Menentukan platform media sosial yang sesuai dengan target audiens 2. Memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi sekolah 3. Membagikan konten yang informatif dan menarik 4. Interaksi aktif dengan audiens
Hasil Strategi Yang Efektif Humas Dalam Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Peningkatan Kepercayaan Publik Di SMAN 1 Mantup	1. Efektivitas komunikasi 2. Meningkatnya calon peserta didik baru 3. Meningkatnya kepercayaan publik 4. Hubungan harmonis antara sekolah dan publik

BAB V
PEMBAHASAN

A. Perencanaan Strategi yang Efektif Bagi Humas dalam Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Peningkatan Kepercayaan Publik di SMAN 1 Mantup

Berdasarkan hasil temuan penelitian di lapangan menunjukkan bahwa persiapan SMAN 1 Mantup dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat melalui media sosial ini telah dipersiapkan secara matang. Terlihat dari berbagai tahap perencanaan dan penyusunan strategi humas supaya pemanfaatan sosial media dalam peningkatan kepercayaan publik dapat diraih sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Adanya tahap perencanaan yang disusun secara matang dan sistematis akan meminimalisisr kegagalan dan beberapa faktor yang mungkin menjadi penghambat dalam pelaksanaan program yang akan dijalankan. Hal ini menuntut Humas SMAN 1 Mantup supaya lebih peka terhadap perkembangan teknologi dan dapat mengikuti konten atau berita yang sedang trend untuk meningkatkan jangkauan media sosial yang dimiliki sekolah.

Temuan penelitian pada proses perencanaan yang dilakukan oleh Humas SMAN 1 Mantup dalam memanfaatkan media sosial untuk meningkatkan kepercayaan publik telah dipaparkan pada bab sebelumnya

yaitu SMAN 1 Mantup khususnya pada Waka Humas, Tim Redaksi, dan kepala sekolah harus memahami, mempelajari, dan mempersipakan strategi dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana peningkatan kepercayaan masyarakat. Pada hasil penelittian Setyaningsih menunjukkan bahwa strategi humas dalam mengkomunikasikan branding sekolah kepada masyarakat dapat dilakukan melalui media sosial kemudian untuk membuktikan branding kepada masyarakat ditunjukkan melalui prestasi yang diperoleh siswa siswi.[74] Hal ini sejalan dengan yang dilakukan oleh Humas SMAN 1 Mantup dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat. Humas SMAN 1 Mantup membagikan beberapa informasi melalui berbagai platform media sosial dan menunjukkan prestasi yang diperoleh siswa-siswi SMAN 1 Mantup untuk membuktikan citra positif yang dimiliki oleh SMAN 1 Mantup.

Tahap awal pada proses perencanaan yang dilakukan oleh Humas SMAN 1 Mantup adalah analisis situasi untuk mengetahui karakteristik setiap platform media sosial yang dimiliki oleh SMAN 1 Mantup dengan maisng-masing target audiensnya. Setelah dilakukan analisis platform media sosial ditemukan hasil bahwa pada platform Tiktok dan instagram pasaran target audiensnya didominasi oleh anak-anak dan remaja atau disebut dengan Gen-Z, sedangkan pada platform facebook dan youtube audiens kedua platform tersebut merata dari semua kalangan mulai dari anak-anak hingga orang

[74] Desi Lestari Setyaningsih, 'Strategi Humas Dalam Menciptakan School Branding (Penelitian Kualitatif Di Sekolah Dasar Muhammadiyah (SDMT) Ponorogo' (IAIN Ponorogo, 2020).

dewasa. Setelah dilakukannya analisis untuk melihat target audiens pada setiap platform media sosial Humas SMAN 1 Mantup menentukan tujuan dari dilaksanakannya strategi tersebut. Strategi ini dilakukan dengan tujuan meningkatkan kepercayaan publik, meningkatkan minat calon peserta didik baru, dan membangun hubungan yang baik antara sekolah dengan publik.

Setelah ditentukannya tujuan strategi yang terarah Humas mulai menentukan ide konten yang relevan dengan sekolah, pengumuman akademik, pencapaian guru dan siswa, sampai dengan kegiatan yang berjalan di sekolah konten-konten yang diunggah akan disesuaikan dengan target audiens setiap platform hal ini penting dilakukan supaya pesan di dalam konten yang dibagikan lebih mudah diterima oleh audiens, dan berdampak pada peningkatan kepercayaan publik terhadap sekolah. Temuan penelitian yang dilakukan oleh peneliti sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Farizal yang mengatakan bahwa sekolah memerlukan citra positif agar timbul persepsi positif pula di masyarakat sehingga berdampak pada meningkatnya kepercayaan masyaarakat dan minat masyarakat terhadap pelaksanaan pendidikan di sekolah.[75]

Hasil temuan penelitian tahap terakhir terkait proses perecanaan strategi humas yang dilakukan oleh Humas SMAN 1 Mantup dalam

[75] Akhmad Farizal, Dwi Sulisworo, and Achadi Budi Santosa, 'Image Building Through Public Relation Management: A Case Study on Private Primary School in Bantul', *International Journal of Educational Management and Innovation*, 2.1 (2021), 29.

pemanfaatan media sosial untuk meningkatkan kepercayaan publik yaitu konsistensi dan manajemen media sosial, tahap tersebut mencakup penjadwalan pengunggahan konten yang difokuskan pada aplikais tiktok dan aktif melakukan interaksi dengan audiens melalui insagram dengan memanfaatkan fitur-fitur yang tersedia.

Perencanaan merupakan hal yang harus dilakukan sebelum melakukan sesuatu, seperti yang Allah SWT jelaskan dalam firman-Nya:

وَاَعِدُّوْا لَهُمْ مَّا اسْتَطَعْتُمْ مِّنْ قُوَّةٍ

Artinya: *"Dan persiapkanlah dengan segala kemamuan untuk menghadapii mereka dengan kekuatan yang kamu miliki....."* (QS. Al-Anlfal:60)

Ayat diatas telah menjelaskan bahwa pentingya perancanaan dalam suatu kegiatan supaya dapat mencapai tujuan yang ingin dicapai. Adanya perencanaan yang baik maka akan mudah dalam mengimplementasikan strategi dalam meningkatkan kepercayaan publik melalui media sosial. Seperti perencanaan yang dilakukan oleh Humas SMAN 1 Mantup yang meliputi 4 hal tersebut. Melalui perencanaan yang matang Humas dapat memastikan setiap informasi yang dibagikan tidak hanya tepat sasaran tetapi juga mampu meningkatkan kepercayaan publik terhadap sekolah dan meningkatkan cira positif sekolah.

Perencanaan hal yang harus dimaksimalkan disaming fungsi-fungsi manajemen lainnya. Humas SMAN 1 Mantup merumuskan tahap-tahap perencanaan dengan sangat matang dengan tujuan keberhasilan kinerja Humas SMAN 1 Mantup dalam melakukan implementasi dan hasil dari strategi humas yang dilakukan akan berjalan sesuai dengan apa yang sudah disepakati diawal. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hidayat dan syam mengatakan bahwa salah satu fungsi manajemen yang harus dikelola dengan baik adalah perencanaan karena perencanaan mampu meramalkan kehidupan masa depan.[76]

Berdasarkan temuan penelitian yang telah dikaitkan dengan teori yang ada, Humas SMAN 1 Mantup telah merumuskan tahpa-tahap perencanaan dengan semaksimal mungkin mulai dari melakukan analisis terhadap platform media sosial dengan pasaran target audiensnya hingga ide konten yang sesuai dengan masing-masing platform media sosial. Proses perencanaan yang matang tidak lepas dari konsistensi Humas dalam memanajemen media sosial sehingga Humas bisa mengontrol keberhasilan penyampaian pesan-pesan kepada masyarakat yang disampaikan melalui konten dan dibagikan melalui beberapa platform media resmi milik sekolah. Adanya perencanaan yang matang memudahkan Humas SMAN 1 Mantup dala menjalankan strategi

[76] Moch Charis Hidayat and Aldo Redho Syam, 'Urgensitas Perencanaan Strategis Dan Pengelolaan Sumber Daya Manusia Madrasah Era Revolusi Industri 4.0', *AL-ASASIYYA: Journal Of Basic Education*, 4.1 (2020), 1–13.

untuk meanfaatkan media sosial sebagai sarana peningkatan kepercayaan publik.

B. Implementasi Strategi yang Efektif Bagi Humas dalam Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Peningkatan Kepercayaan Publik di SMAN 1 Mantup

Pelaksanaan program merupakan perwujudan dari kumpulan ide-ide yang telah dirumuskan pada tahap perancanaan yang memiliki tujuan untuk diraih. Keputusan yang ada bertujuan untuk memberikan kemudahan dan memberikan fasilitas dalam pelaksanaan pendidikan supaya dapat mengembangkan pendidikan lebih inovatif dalam mencapai mutu pendidikan nasional.[77] Adanya keputusan yang ditetapkan oleh otoritas pendidikan telah memberikan tujuan yang mengarahkan dan memberikan solusi dari kebutuhan yang semakin berkembang, melalui srategi dan pelaksana pendidikan.[78] Temuan pada implementasi strategi humas SMAN 1 Mantup telah dipaparkan pada bab sebelumnya. Sejalan dengan teori tersebut Humas SMAN 1 Mantup menentukan tujuan untuk memudahkan dan mengarahkan dari kebutuhan yang semakin berkembang pada proses implementasi.

---

[77] Hamzah Junaid, 'Sumber, Azas Dan Landasan Pendidikan (Kajian Fungsionalisasi Secara Makro Dan Mikro Terhadap Rumusan Kebijakan Pendidikan Nasional)', *Sulesana: Jurnal Wawasan Keislaman*, 7.2 (2012), 84–102.

[78] Fadiyah Elwijaya, Vivi Mairina, and Nurhizrah Gistituati, 'Konsep Dasar Kebijakan Pendidikan', *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, 6.1 (2021), 67–71.

SMAN 1 Mantup pada tahap implementasi melakukan beberapa tahap yang diawali dengan menentukan platform media sosial yang sesuai dengan target audiens, pada tahap ini Humas merumuskan bahwa instagram dan facebook sebagai platform yang berissikan konten berupa dokumentasi kegiatan di sekolah sedangkan tiktok berisikan video pendek yang saat ini sedang trend dan youtube berisikan video yang memiliki durasi lebih panjang dan berisikan dokumentasi kegiatan sekolah. Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh Ariyanti mengatakan bahwa strategi humas dengan masyarakat yang memanfaatkan aplikasi berbasis online seperti web sekolah dan media sosial membantu masyarakat mengetahui kegiatan sekolah tanpa harus datang ke sekolah.[79] Sejalan dengan hasil penelitian tersebut, Humas SMAN 1 Mantup menentukan platform yang sesuai dengan target audiens dengan tujuan supaya informasi yang disampaikan kepada masyarakat tidak salah taret, sehingga masyarakat yang menerima informasi melalui konten di media sosial tersebut akan mengetahui apa saja kegiatan yang ada di sekolah tanpa harus datang bertatap muka.

Tahap selanjutnya yang dilakukan oleh Humas SMAN 1 antup adalah memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi sekolah, pada tahap ini Humas melakukan promosi dengan membagikan konten berupa foto, video,

[79] Nova Syafira Ariyanti and others, 'School Relations Strategy with the Community through the Utilization of Online Applications in the Digital Era', in *1st International Conference On Information Technology And Education (ICITE 2020)* (Atlantis Press, 2020), pp. 93–97.

cerita inspiratif terkait kegiatan yang berjalan di sekolah. Setiap konten diunggah pada platform yang berbeda sesuai dengan target audiens dan mengikuti trend yang sedang berkembang seperti yang sudah dianalisis sebelumnya seingga promosi yang dilakukan sampai kepada publik. Konten promosi yang biasa dibagikan humas berupa foto atau video dari kegiatan sekolah termasuk prestasi yang diperoleh siswa-siswi SMAN 1 Mantup. Hasil penelitian tersebut sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Manurung et al., mengatakan bahwa seluruh strategi pemasaran Dodoto Music Edutaiment iddasarkan pada pemahaman yang mendalam tentang kebutuhan dan minat audiensnya menjadi target mereka. Secara aktif mereka mempelajari preferensi dan kebiasaan pengguna media sosial, serta tren dan perkembangan terbaru dalam industri musik. Dengan menggabungkan trend yangrelvan dan menarik dapat membangun hubungan yang kuat dengan audiens dan memperluas jangkauan *branding*.[80]

Setelah melakukan promosi melalui media sosial humas juga membagikan konten-konten yang informatif yang dapat menarik minat masyarakat terhadap SMAN 1 Mantup. Konten-konten tersebut berisikan tentang informasi skolah, kegiatan yang berjalan di sekolah, dan video kreatif antara siswa dan guru SMAN 1 Mantup. Konten-knten tersebut dibuat dengan karakteristik masing-masing media sosial sehingga sasaran audiens akan

[80] Joice Manurung and Erman Anom, 'Strategi Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Sekolah Musik Di Dotodo Music Edutainment', *Technomedia Journal*, 8.2 (2023), 248–60.

memahami kebiasaan Humas SMAN 1 Mantup dalam membagikan konten. Ningrum et al. Menyimpulkan bahwa konten yang diunggah pada media sosial memiliki peran penting.[81] Sejalan dengan teori tersebut, peneliti menyimpulkan bahwa konten yang diunggah oleh Humas SMAN 1 Mantup memliki peran penting dalam promosi sekolah, konten yang informaif akan menarik banyak minat masyarakat terhadap SMAN 1 Mantup sehingga berdampak pada kenaikan jumlah pendaftar calon siswa baru.

Dengan pemilihan konten dan media sosial yang sesuai dengan target audiens Humas SMAN 1 Mantup aktif dalam berinteraksi dengan audiens dengan membalas komentar dan pesan langsung dikirimkan oleh audiens, selain itu Humas SMAN 1 Mantup juga profesional dalam menanggapi kritik yang diberikan oleh audiens dan hal ini dianggap sebagai kedekatan antara sekolah dan publik karena saling memberikantanggapan satu sama lain. Media sosial merupakan media online yang dapat diakses dengan menggunakan internet untuk mendukung kegiatan interaksi antara *publik relations* dengan *custome*.[82] Dengan adanya media sosial program komunikasi dan penyebaran informasi antara SMAN 1 Mantup dan masyarakat atau calon peserta didik baru yang bisa disebut dengan calon customer akan menjadi lebih mudah dan

[81] Novita Kurnia Ningrum, 'Pengelolaan Konten Digital Menggunakan Canva Pada Industri Kecil Menengah Batik Semarangan', *JUDIMAS*, 3.1 (2022), 20–28.
[82] Muhamad Fitra Alfajri, Viranda Adhiazni, and Qurrotul Aini, 'Pemanfaatan Social Media Analytics Pada Instagram Dalam Peningkatan', *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8.1 (2019), 41–51.

ceepat. Humas tidak perlu menyebarkan brosur-brosur kepada sasaran target supaya masyarakat mengetahui informasi yang ada di SMAN 1 Mantup.

Abdullah dan Ali dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa sikap atau pelaksana kebijakan akan memberikan dampak berupa sebuah dukungan atau hambatan pada pelaksanaan kebjakan sesuai dengan kompetensi serta sikap dari pelaksana.[83] Dari pendapat dan paparan data yang ditemukan oleh peneliti, peneliti meyimpulkan bahwa Tim Humas dan seluruh pihak yang bersangkutan sudah kompeten dalam melakukan tugas-tugasnya dan menunjukkan sikap-sikap yang secara langsung memberikan dukungan terhadap proses implementasi stratgei. Hal ini dilihat dari tahap impelemntasi yang dilakukan oleh Humas SMAN 1 Mantup sudah selaras dengan apa yang sudah direncanakan pada proses perencanaan.

Seagaimana Allah SWT menjelaskan dalam firman-Nya:

وَقُلِ اعْمَلُوْا فَسَيَرَى اللّٰهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُوْلُهٗ وَالْمُؤْمِنُوْنَۗ وَسَتُرَدُّوْنَ اِلٰى عٰلِمِ الْغَيْبِ وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُوْنَ ۝١٠٥

Artinya: *"Dan katakanlah, "Bekerjalah kamu, maka Allah akan melihat pekerjaanmu, begitu juga Rasul-Nya dan orang-orang mukmin, dan kamu akan dikembalikan kepada (Allah) Yang Mengetahui yang gaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan."* (QS. At-Taubah: 105)

Ayat ini menjelaskan sebagai manusia hendaklah melakukan sesuatu dengan sungguh-sungguh, karena setiap perbuatan akan dipertanggungjawabkan

[83] Abdullah Ramdhani and Muhammad Ali Ramdhani, 'Konsep Umum Pelaksanaan Kebijakan Publik', *Jurnal Publik: Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Administrasi Negara*, 11.1 (2017), 1–12.

dihadapan Allah SWT. Oleh sebab itu tujuan yang sudah ditentukan pada tahap perencanaan harus dijalankan sebaik mungkin pada proses pelaksanaan dengan penuh tanggung jawab. Humas SMAN 1 Mantup harus membagikan konten pada masing-masing sosial media yang ditentukan karena pada tahap sebelumnya sudah dilakukan analisis media sosial sesuai dengan target audiens sehingga hal tersebut harus dipertanggungjawabkan.

C. Hasil Strategi yang Efektif Bagi Humas dalam Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Peningkatan Kepercayaan Publik di SMAN 1 Mantup

Perkembangan tegnologi kini dapat memberikan kemudahan bagi seluruh masyarakat untuk mencapai tujuan yang diinginkan, terutama dalam penggunaan media sosial. Media sosial kini bukan hanya digunakan sebagai alat komunikasi saja tetapi juga bisa dimanfaatkan dalam pelaksanaan program pendidikan. Dalam lingkup pendidikan media sosial digunakan sebagai sarana untuk memperoleh dan menyebarkan segala informasi. Banyaknya informasi yang terbaru yang tersebar melalui media sosial masyarakat juga bisa dengan mudah memperoleh informasi tersebut.

Humas SMAN 1 Mantup menjalankan startegi dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana peningkatan kepercayaan publik. Humas memanfaatkan berbagai jenis platform media sosial sebagai tempat penyebaran informasi yang dimana media sosial tersebut sudah dianalisis siapa saja target audiensnya, sehingga informasi yang tersebar melalui media

sosial sudah dirancang sedemikian mungkin supaya tepat pada target audiensnya dan dapat meningkatkan minat masyarakat terhadap SMAN 1 Mantup. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Mizanie et.al bahwa keberhasilan branding akan dinilai dari seberapa interaktif dan minatnya masyarakat terhadap sebuah lembaga pendidikan.[84] Penggunaan media sosial yang sesuai akan memberikan kelancancaran pada seluruh aktivitas promosi yang dilakukan oleh Humas SMAN 1 Mantup. Hasil dari strategi ini dapat dilihat setelah dilakukannya evaluasi yang dilaksanakan setiap 6 bulan sekali. Hal ini dilakukan supaya para pelaksana dapat mengetahui sejauh mana hasil yang diperoleh untuk menentukan apakah program ini dilanjutkan, ditingkatkan atau bahkan dihentikan.

Berdasarkan paparan data pada bab sebelumnya hasil dari strategi yang dilakukan oleh Humas SMAN 1 Mantup sudah sesuai dengan apa yang direncanakan dan diimplementasikan. Hasil tersebut meliputi beberapa hal yang pertama yaitu efektivitas komunikasi. Komunikasi yang efektif antara sekolah dengan publik dihasilkan dari Humas menggunakan media sosial sesuai dengan target audiensnya dalam melakukan penyebaran informasi. Dari penggunaan media sosial yang sesuai tersebut audiens sudah memahami bagaimana karakeristik konten yang biasa dibagikan oleh Humas SMAN 1 Mantup, sehingga dari konten yang sudah dibagikan dapat menarik audiens

[84] Dina Mizanie and Irwansyah Irwansyah, 'Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Strategi Kehumasan Digital Di Era Revolusi Industri 4.0', *Jurnal Komunikasi*, 13.2 (2019), 149–64.

untuk memberikan komentar berupa kritik, saran, dan pertanyaan akhirnya dari konten tersebut membentuk komunikasi antara SMAN 1 Mantup dengan publik. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Hadi et.al mengatakan bahwa penggunaan media sosial dapat mempertemukan pelaku usaha dengan konsumen yang memiliki ketertarikan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan.[85] Sejalan dengan pendapat tersebut jika direalisasikan dalam lingkup pendidikan, media sosial dapat mempertemukan SMAN 1 Mantup dengan audeins yang memiliki ketertarikan dengan SMAN 1 Mantup melalui konten yang dibagikan oleh Humas SMAN 1 Mantup.

Hasil kedua yang dari adanya implementasi strategi yang dilakukan oleh Humas SMAN 1 Mnatup adalah meningkatnya jumlah peserta didik baru, hasil ini diketahui dari implementasi media sosial sebagai sarana promosi sekolah. Kegiatan promosi sekolah yang dilakukan oleh Humas SMAN 1 Mantup melalui platfom Instagram, facebook, tiktok, dan youtube dapat menarik minat kepercayaan publik sehingga banyak calon peserta didik baru yang menegtahui SMAN 1 Mantup melalui media sosial. Menurut pendapat Setiadi media sosial merupakan kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu untuk berkumpul, berbagi informasi, berkomunikasi

[85] Syamsul Hadi, Yuniarto Rahmad Satato, and Mochamad Ainan, 'Studi Strategi Pemasaran Selama Masa Pandemi Covid 19 Pada UMKM Olahan Tempe Semarang', *E-Bisnis: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 15.2 (2022), 375–81.

satu sama lain, berkolaborasi dan bermain.[86] Hasil penelitian yang dilakukan yang dilakukan oleh peneliti sejalan dengan pendapat tersebut, bahwa media sosial digunakan untuk berkomunikasi dan berbagi informasi satu sama lain dalam jarak jauh. Hal tersebut dilakukan oleh Humas SMAN 1 Mnatup untuk melakukan promosi melalui berbagai platform media sosial dengan memberikan informasi kepada audiens tanpa harus bertatap muka secara langsung.

Selain meningkatnya peserta didik baru hasil dari implementasi strategi yang dilakukan oleh Humas SMAN 1 Mantup yaitu meningkatnya kepercayaan publik terhadap SMAN 1 Mantup, hal tersebut tercermin dari banyaknya dukungan masayrakat berbagai kegiatan sekolah, dan meningkatnya parsitipasi orang tua dalam mendukung program-program yang dilakukan di SMAN 1 Mantup. Hasil tersebut diketahui setelah adanya implementasi humas dalam membagikan konten yang informatif dan menarik di berbagai platform media sosial. Konten-konten yang dibagikan oleh Humas SMAN 1 Mantup bukan sekdar untuk hiburan saja tetapi Humas dan tim selalu memastikan bahwa konten-konten tersebut mengandung informasi di dalamnya. Penyebaran informasi yang menarik melalui media sosial jika dilakukan dengan konsisten hal tersebut akan menarik minat dan meningkatkan kepercayaan publik terhadap SMAN 1 Mantup. Hal tersebut

[86] Ahmad Setiadi, 'Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi', *Cakrawala-Jurnal Humaniora*, 16.2 (2016).

sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Rakhma Widya et.al mengatakan bahwa pendekatan berbasis media sosial juga relevan untuk menjawab tantangan era digital dimana audiens semakin selektif terhadap informasi. Dalam hal ini konten visual yang menarik disertai narasi yang inspiratif menjadi kunci utama untuk memenangkan perhatian audiens.[87]

Selanjutnya hasil dari implementasi straegi yang dilakukan oleh Humas SMAN 1 Mantup yaitu terciptanya hubungan harmonis antara sekolah dan publik, hal ini dihasilkan dari implementasi humas aktif berinteraksi dengan audiens. Interaksi yang aktif melaui media sosial dengan saling memberikan pendapat, feedback, pertanyaan, dan jawaban kini membuat SMAN 1 Mantup merasa lebih dekat dengan publik sehingga tercipta komunikasi dua arah antara SMAN 1 Mantup dan publik melalui perantara humas. Penelitian yang dilakukan oleh Putri sebagaimana dikutip oleh Himawan Menyebutkan bahwa interaksi yang konsisten dengan audiens melalui media sosial dapat meningkatkan loyalitas dan keterlibatan komunitas yang pada akhirnya akan mendukung tujuan promosi sekolah.[88] Sejalan dengan pendapat tersebut, Humas SMAN 1 Mantup aktif berinteraksi dengan audiens melalui media sehingga terbentuk hubungan yang baik antara sekolah dengan publik. Aktifnya humas dalam berinterraksi dengan audiens tidak

[87] Rakhma Widya Dharojah and others, 'pendampingan pembuatan konten promosi media digital bagi guru tk aisyiyah bustanul athfal 18 kota madiun', *Jurnal Terapan Abdimas*, 10.1 (2025), 79–87.
[88] Himawan Arif Sutanto and others, 'Peran Media Sosial Instagram Dalam Memperluas Jangkauan Pasar UMKM Komoditas Kopi Dusun Sirap Kabupaten Semarang', *EconBank: Journal of Economics and Banking*, 6.2 (2024), 288–97.

hanya menciptakan hubungan yang harmonis dengan publik tetapi juga berdampak pada citra positif sekolah karena keterlibatan publik akan memberikan banyak dukungan terhadap berbagai kegiatan yang dilakukan di sekolah.

Keberhasilan Humas SMAN 1 Mantup dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana peningkatan kepercayaan masyarakat menghasilkan dampak yang positif untuk sekolah. Hal ini tidak lepas dari peran pemimpin dan semua pihak yang terlibat dalam pelaksanaan program tersebut. Mulai dari kepala sekolah yang memberikan dukungan penuh kepada humas dan tim yang bekerja secara konsisten, dan keterlibatan siswa dan guru dalam menyebarluaskan informasi positif melalui konten-konten yang dibagikan melalui media sosial. Kerjasama yang terbangun antara Humas dan pihak internal eksternal menjadi kunci dalam membentuk citra positif sekolah dan meningkatkan kepercayaan publik terhadap SMAN 1 Mantup. Kini media sosial bukan hanya menjadi alat komunikasi tetapi juga sebagai wadah kolaborasi yang memperkuat hubungan sekolah dan khalayak publik.

BAB VI
PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Proses perencanaan yang dilakukan oleh Humas SMAN 1 Mantup dilakukan melalui 4 tahap meliputi:

    a) Analisis situasi:

    Plarform Tiktok dan Instagram target audiens didominasi oleh anak-anak dan remaja. Sedangkan pada platform media sosial Facebook dan Youtube audiens masih merata dari anak-anak hingga orang dewasa.

    b) Menentukan tujuan:

    Tujuan yang ingin dicapai adalah meningkatkan kepercayaan publik dan citra sekolah, menarik minat peserta didik baru, membangun hubungan harmonis pihak internal dan eksternal lembaga pendidikan.

    c) Menentukan ide konten yang relevan:

    iktok difokuskan pada video pendek, instagram dan faebook berisikan konten gambar-gambar pelaksanaan kegiatan yang ada disekolah, sedangkan pada paltorm youtube difokuskan pada video pendek.

    d) Konsistensi dan manajemen media sosial:

Penjadwalan pengunggahan konten yang difokuskan pada aplikasi Tiktok, dan aktif melakukan interaksi dengan publik melalui kolom komentar dan fitur fitur lainnya.

2. Proses implementasi yang dilakukan oleh Humas SMAN 1 Mantup dilakukan melalui 4 tahap meliputi:

    a) Menentukan platform media sosial sesuai target audiens;

    Instagram dan facebook sebagai platform konten berupa gambar dokumentasi, Tiktok video pendek yang sedang trend, dan Youtuube berupa video pendek terkait dokumentasi kegiatan.

    b) Memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi sekolah:

    Humas SMAN 1 Mantup melakukan promosi dengan mengunggah konten foto, video, cerita inspiratif terkait kegiatan yang berjalan di sekolah melalui platform media sosial.

    c) Membagikan konten informatif dan menarik:

    Konten bervariasi berisikan tentang pengumuman kegiatan sekolah, kegiatan yang sudah berjalan di sekolah, video kreatif antara guru dan siswa.

    d) Interaksi aktif dengan audiens:

Humas SMAN 1 Mantup aktif dalam menanggapi komentar dari audiens, menjawab pertanyaan audiens, dan profesional menerima masukan dari audiens.

3. Hasil strategi yang dilakukan oleh Humas SMAN 1 Mantup meliputi:

    a) Efektivitas komunikasi:

    Humas SMAN 1 Mantup memilihi platform yang sesuai, menyesuaikan gaya komunikasi disetiap konten, dan membangun interaksi yang sesuai dengan gaya komunikasi audiens.

    b) Meningkatnya calon peserta didik baru:

    Banyaknya pendaftar dari luar wilayah Kabupaten Lamongan, interaksi humas dengan audiens seperti menjawab pertanyaan, membalas komentar, dan merespon pesan langsung, dan kerjasama yang dilakukan dengan osis dalam mengadakan event di sekolah.

    c) Meningkatnya kepercayaan publik:

    Transparansi dalam memberikan informasi, dan responsif terhadap adanya komentar dan pertanyaan.

    d) Hubungan harmonis antara sekolah dan publik:

    Kedekatan dan rasa percaya dari masyarakat dengan komunikasi yang aktif, menanggapi respons audiens dengan

cepat dan ramah, mengadakan saluran komunikasi terbuka melalui grub whatsapp untuk orang tua siswa.

B. Saran

1. Kepada lembaga, terus mempertahankan dan meningkatkan budaya kerjasama dalam melaksanakan sebuah program. Serta diharapkan lebih banyak membagikan informasi melalui media sosial supaya dapat dijangkau oleh khalayak publik. Perlu adanya perbaikan terus menerus guna meningkatkan branding sekolah dan kepercayaan publik terhadap sekolah.
2. Kepada Humas SMAN 1 Mantup, diharapkan dapat terus menjadi informasi dan referensi tentang mamkasialkan penggunaan media sosial dalam melaksanakan program-program sekolah.
3. Kepada peneliti, diharapkan peneliti dapat memperhatikan proses yang sudah dilaksanakan sehingga peneliti dapat mengiplementasikannya ketika sudah sudah berada dilingkungan sekolah.

DAFTAR PUSTAKA

Alfajri, Muhamad Fitra, Viranda Adhiazni, and Qurrotul Aini, 'Pemanfaatan Social Media Analytics Pada Instagram Dalam Peningkatan', *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8.1 (2019), 41–51

Amalia, Viki, 'STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS DALAM MENINGKATKAN PUBLIC TRUST DI PERGURUAN TINGGI (Studi Kasus Di Universitas Nurul Jadid, Paiton, Probolinggo)', *AL-TANZIM: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 4.1 (2020), 13–23 <https://doi.org/10.33650/al-tanzim.v4i1.812>

Anam, Khoerul, 'Program Magister Manajemen Pendidikan Islam Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri Purwokerto 2021', 2021

Andi, Rosalina Nuriza, 'Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Menarik Minat Masyarakat Di SMK Negeri 2 Ponorogo 7 (2018), 1–25

Ariyanti, Nova Syafira, Maulana Amirul Adha, Ali Imron, Ahmad Yusuf Sobri, and Ibrahim Bafadal, 'School Relations Strategy with the Community through the Utilization of Online Applications in the Digital Era', in *1st International Conference On Information Technology And Education (ICITE 2020)* (Atlantis Press, 2020), pp. 93–97

Bahari, Dutha, Esa Tyas, and Kurtubi Putra, 'Manajemen Hubungan Masyarakat (Humas) Berbasis Sosial Media Di Ma"Had Aly Makkah Andong Boyolali 2022', 2022, 1–168

Cahyono, Anang Sugeng, 'Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia', *Publiciana*, 9.1 (2016), 140–57

Dharojah, Rakhma Widya, Latutik Mukhlisin, Novia Prisi Risky Amelia, and Sidiq Setyawan, 'PENDAMPINGAN PEMBUATAN KONTEN PROMOSI MEDIA DIGITAL BAGI GURU TK AISYIYAH BUSTANUL ATHFAL 18 KOTA MADIUN', *Jurnal Terapan Abdimas*, 10.1 (2025), 79–87

Effendy, Onong Uchjana, *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek* (Remaja Rosdakarya, 1990)

Elwijaya, Fadiyah, Vivi Mairina, and Nurhizrah Gistituati, 'Konsep Dasar Kebijakan Pendidikan', *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, 6.1 (2021), 67–71

Fandi, Tjiptono, 'Strategi Pemasaran, Edisi 1', *Yogyakarta: Penerbit Andi*, 2008

Farizal, Akhmad, Dwi Sulisworo, and Achadi Budi Santosa, 'Image Building Through Public Relation Management: A Case Study on Private Primary School

in Bantul', *International Journal of Educational Management and Innovation*, 2.1 (2021), 29

Fitriani, Yuni, 'Analisis Pemanfaatan Berbagai Media Sosial Sebagai Sarana Penyebaran Informasi Bagi Masyarakat', *Paradigma*, 19.2 (2017), 148–52

Hadi, Syamsul, Yuniarto Rahmad Satato, and Mochamad Ainan, 'Studi Strategi Pemasaran Selama Masa Pandemi Covid 19 Pada UMKM Olahan Tempe Semarang', *E-Bisnis: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 15.2 (2022), 375–81

Haning, Mohamad Thahir, 'Public Trust Dalam Pelayanan Publik: Konsep, Dimensi Dan Strategi' (Unhas Press, 2023)

Hidayat, Moch Charis, and Aldo Redho Syam, 'Urgensitas Perencanaan Strategis Dan Pengelolaan Sumber Daya Manusia Madrasah Era Revolusi Industri 4.0', *AL-ASASIYYA: Journal Of Basic Education*, 4.1 (2020), 1–13

Huang, Yi-Hui Christine, Fang Wu, and Qing Huang, 'Does Research on Digital Public Relations Indicate a Paradigm Shift? An Analysis and Critique of Recent Trends', *Telematics and Informatics*, 34.7 (2017), 1364–76

Junaid, Hamzah, 'Sumber, Azas Dan Landasan Pendidikan (Kajian Fungsionalisasi Secara Makro Dan Mikro Terhadap Rumusan Kebijakan Pendidikan Nasional)', *Sulesana: Jurnal Wawasan Keislaman*, 7.2 (2012), 84–102

Kurnia, Neng Dewi, Riche Cynthia Johan, and Gema Rullyana, 'Hubungan Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dengan Kemampuan Literasi Media Di UPT Perpustakaan Itenas', *Edulib*, 8.1 (2018), 1–17

Manurung, Joice, and Erman Anom, 'Strategi Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Sekolah Musik Di Dotodo Music Edutainment', *Technomedia Journal*, 8.2 (2023), 248–60

Miles, Matthew B, A Michael Huberman, and Johnny Saldaña, 'Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook. 3rd' (Thousand Oaks, CA: Sage, 2014)

Mizanie, Dina, and Irwansyah Irwansyah, 'Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Strategi Kehumasan Digital Di Era Revolusi Industri 4.0', *Jurnal Komunikasi*, 13.2 (2019), 149–64

Moleong, Lexy J, 'Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi', 2007

Munawwaroh, Putri Raudatul, and Evawani Elysa Lubis, 'Pengaruh Terpaan Media Pada Akun Instagram@ ExploreSIAK Terhadap Minat Kunjungan Wisata Ke SIAK Sri Indrapura' (Riau University, 2018) <https://www.neliti.com/publications/199786/pengaruh-terpaan-media-pada-

akun-instagram-exploresiak-terhadap-minat-kunjungan#cite>

Ningrum, Novita Kurnia, 'Pengelolaan Konten Digital Menggunakan Canva Pada Industri Kecil Menengah Batik Semarangan', *JUDIMAS*, 3.1 (2022), 20–28

Nur'aini, Ratna Dewi, 'Penerapan Metode Studi Kasus YIN Dalam Penelitian Arsitektur Dan Perilaku', *INERSIA Lnformasi Dan Ekspose Hasil Riset Teknik Sipil Dan Arsitektur*, 16.1 (2020), 92–104

Permini, Ni Luh Putu Ening, and I Made Wahyu Kusuma Atmaja, 'Peran Humas Dalam Kegiatan Publikasi Online Pemerintah Di Kabupaten Badung', *Moderat: Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 8.3 (2022), 620–32

Putri, M, and E Kusumaputri, 'Kepercayaan (Trust) Terhadap Pengurus Organisasi Dan Komitmen Afektif Pada Organisasi Mahasiswa Daerah Di Yogyakarta', *Jurnal Psikologi Integratif*, 2.1 (2014), 53–61

Rachmat, H, and M Si, 'Manajemen Strategik', *Cetakan Ke-1 Penerbit CV Pustaka Setia. Bandung*, 2014

Rahayu, S, Ike Atikah Ratnamulyani, and Ali Alamsyah Kusumadinata, 'Pengaruh Komunikasi Interpersonal Dari Mutu Pelayanan Informasi Terhadap Kepercayaan Publik Di Kecamatan Caringin Kabupaten Bogor', *Jurnal Komunikatio*, 2.1 (2016)

Rahmat, Abdul, *Hubungan Sekolah Dan Masyarakat: Mengelola Partisipasi Masyarakat Dalam Peningkatan Mutu Sekolah* (Zahir Publishing, 2021)

Ramadhani, Khalilah, 'Manajemen Hubungan Masyarakat (Humas) Dalam Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Branding Di Madrasah Aliyah Negeri (MAN) Kota Batu' (Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2022)

Ramdhani, Abdullah, and Muhammad Ali Ramdhani, 'Konsep Umum Pelaksanaan Kebijakan Publik', *Jurnal Publik: Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Administrasi Negara*, 11.1 (2017), 1–12

Ruslan, Rosady, 'Manajemen Public Realtions & Media Komunikasi Konsepsi Dan Aplikasi', 2012

Sarosa, Samiaji, *Analisis Data Penelitian Kualitatif* (Pt Kanisius, 2021)

Setiadi, Ahmad, 'Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi', *Cakrawala-Jurnal Humaniora*, 16.2 (2016)

Setyaningsih, Desi Lestari, 'Strategi Humas Dalam Menciptakan School Branding (Penelitian Kualitatif Di Sekolah Dasar Muhammadiyah (SDMT) Ponorogo'

(IAIN Ponorogo, 2020)

Sofjan, Assauri, 'Strategic Management, Sustainable Competitive Advantages', *Jakarta: PT. Raja Grapindo Persada,* 2013

Sugiyono, Sugiyono, 'Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D', *Bandung: Alfabeta*, 2016, 1–11

Suryosubroto, B, *Hubungan Sekolah Dengan Masyarakat* (Rineka Cipta, 2012)

Sutanto, Himawan Arif, Yanuar Rachmasnsyah J Waluyo, Widhy Styowati, Nova Dwiasti Safitri, and Dewi Sekar Tanjung, 'Peran Media Sosial Instagram Dalam Memperluas Jangkauan Pasar UMKM Komoditas Kopi Dusun Sirap Kabupaten Semarang', *EconBank: Journal of Economics and Banking*, 6.2 (2024), 288–97

LAMPIRAN

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
PASCASARJANA
Jalan Ir. Soekarno No.34 Dadaprejo Kota Batu 65323, Telepon (0341) 531133
Website: https://pasca.uin-malang.ac.id/, Email: pps@uin-malang.ac.id

Nomor : B-1084/Ps/TL.00/3/2025 19 Maret 2025
Lampiran : -
Perihal : **Permohonan Izin Penelitian**

Yth. Bapak / Ibu
Kepala SMAN 1 Mantup

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka penyelesaian tugas akhir studi/penulisan tesis, kami mohon dengan hormat kepada Bapak/Ibu berkenan memberikan izin penelitian serta pengumpulan data dan informasi terkait objek penelitian tesis yang dilakukan oleh mahasiswa kami berikut ini:

Nama	:	Firdha Aulia Putri Anisa
NIM	:	230106210010
Program Studi	:	Magister Manajemen Pendidikan Islam
Dosen Pembimbing	:	1. Dr. Muhammad Amin Nur, M.A 2. Abdul Aziz, M.Ed., Ph.D
Judul Penelitian	:	Strategi Humas Dalam Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Peningkatan Kepercayaan Publik di Sekolah Menengah Atas (SMA) Negeri 1 Mantup Kabupaten Lamongan

Demikian surat permohonan izin penelitian ini kami sampaikan, atas perhatian dan izin yang diberikan, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Direktur,

Wahidmurni

Dokumen ini telah ditanda tangani secara elektronik.
Token : 76DtO0

PEMERINTAH PROVINSI JAWA TIMUR
DINAS PENDIDIKAN
SMA NEGERI 1 MANTUP
Jalan Raya Balongpanggang, Mantup, Lamongan, Jawa Timur 62283
Telepon .(0322)4670445

SURAT KETERANGAN TELAH MELAKSANAKAN PENELITIAN

Nomor : 000.9/ 278 /101.6.23.11/2024

Yang bertanda tangan di bawah ini, Kepala Sekolah SMA Negeri 1 Mantup menerangkan bahwa:

Nama	: **FIRDHA AULIA PUTRI ANISA**
NIM	: 230106210010
Perguruan Tinggi	: Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
Program Studi	: Magister Manajemen Pendidikan Islam
Judul Penelitian	: *Strategi Humas Dalam Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Peningkatan Kepercayaan Publik di Sekolah Menengah Atas (SMA) Negeri 1 Mantup Kabupaten Lamongan.*

Mahasiswa tersebut di atas, telah melaksanakan Penelitian di SMA Negeri 1 Mantup pada Tanggal ***6 Desember 2024*** s/d Tanggal ***20 Januari 2025.***

Demikian informasi Surat Keterangan ini kami buat, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Paraf Hierarki	
Waka Kesiswaan	
Waka Kurikulum	
Waka Humas	
Waka Sarpras	
K. TU	

Kepala, 11 - 4 - 2025
SMA Negeri 1 Mantup

PURWANTO, M.Pd
Pembina Utama Muda
NIP. 19690426 199803 1 008

DOKUMENTASI

Wawancara dengan Waka Humas SMAN 1 Mantup

Wawancara dengan Waka Kesiswaan SMAN 1 Mantup

Wawancara dengan Kepasa SMAN 1 Mantup