

IMPLEMENTASI SOSIAL MEDIA MARKETING DALAM MEMBANGUN CITRA SEKOLAH

Milka Christine Natalia Pakasi¹, Syamsul Bachri², Maskuri Sutomo³, Mohammad Zeylo⁴
milkapakasi77@gmail.com¹, maskuri.sutomo@yahoo.com³,
mohammadzeylo86@gmail.com⁴

Universitas Tadulako

ABSTRAK

Dalam era digital yang terus berkembang, implementasi sosial media marketing telah menjadi strategi penting dalam membangun citra sekolah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dampak penerapan strategi sosial media terhadap persepsi dan keterlibatan komunitas dalam konteks pendidikan. Metode penelitian kualitatif dengan fokus pada studi kasus, digunakan untuk mendapatkan wawasan dari pengalaman stakeholder terkait. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi sosial media marketing berhasil memperkuat hubungan antar sekolah dan meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap pencapaian siswa dan kegiatan ekstrakurikuler. Interaksi langsung melalui platform media sosial memungkinkan komunikasi dua arah yang mendukung partisipasi dalam kegiatan sekolah dan meningkatkan pemahaman masyarakat tentang identitas sekolah.

Kata kunci: Sosial media, Marketing, Citra Sekolah.

ABSTRACT

In the ever-growing digital era, implementing social media marketing has become an important strategy in building a school's image. This research aims to determine the impact of implementing social media strategies on community perception and involvement in an educational context. Qualitative research methods with a focus on case studies were used to gain insight from the experiences of relevant stakeholders. The research results show that the implementation of social media marketing has succeeded in strengthening relationships between schools and increasing public awareness of student achievements and extracurricular activities. Direct interactions via social media platforms enable two-way communication that supports participation in school activities and increases community understanding of the school's identity.

Keywords: Social Media, Marketing, School Image

PENDAHULUAN

Pendidikan memiliki peran penting dalam kehidupan manusia. Pendidikan menyediakan orang dengan ilmu pengetahuan dengan tujuan berkembangnya pengetahuan. Dengan hadirnya Pendidikan, setiap dari kita bisa merasakan apa itu Pendidikan dan merubah kehidupan kedepan menjadi lebih baik dan terarah juga berhasil dalam kehidupan. Pendidikan adalah investasi yang memberikan martabat negara dan memberikan manfaat sosial dan pribadi untuk meluluskan setiap individu. Pendidikan juga menyediakan orang dengan ilmu pengetahuan yang luas dengan memiliki kreatifitas dan inovasi di era masa globalisasi ini. Pertumbuhan pada masa era globalisasi ini dimasa sekarang banyak Pembangunan sekolah yang berkembang. Banyaknya pertumbuhan industri di Indonesia yang telah banyak mengalami kemajuan yang sangat pesat dibandingkan dengan masa-masa sebelumnya. Dengan kemajuan perkembangan industri yang semakin pesat ini memiliki dampak yang dirasakan oleh persaingan yang semakin tinggi pada semua aspek kehidupan. Begitu juga dengan dunia Pendidikan, dimana dalam mengelolanya tidak hanya dengan cara tradisional akan tetapi membutuhkan kemampuan yang lebih baik sehingga output Pendidikan sesuai dengan produk pasar yang diinginkan baik nasional maupun internasional. Pendidikan memungkinkan manusia menjadi lebih kreatif dan inovatif juga peran lembaga Pendidikan memiliki nilai lebih dimata masyarakat agar menjadi lebih baik sehingga menciptakan keterampilan Pendidikan.

Sekolah adalah lembaga nonprofit yang bergerak di bidang jasa Pendidikan dan merupakan tempat untuk belajar yang tujuannya untuk meningkatkan dan mengembangkan kualitas sumber daya manusia. Selain itu, kompetisi antar sekolah semakin ketat sehingga setiap sekolah dituntut untuk semakin kreatif dalam menggali keunggulan dan keunikan sekolah agar menjadi sebuah informasi dan bisa diminati oleh masyarakat. Munculnya sekolah-sekolah dengan bertaraf internasional serta sekolah negeri dan swasta yang menawarkan fasilitas, keunggulan, bahkan biaya yang terjangkau dapat menambah maraknya kompetisi Pendidikan.

Pemasaran sekolah merupakan kegiatan yang tidak hanya bersaing memperebutkan siswa pada kompetensi sekolah, tetapi juga meningkatkan citra sekolah. Dalam Upaya mempromosikan suatu lembaga Pendidikan memerlukan yang namanya manajemen pemasaran yang dimana merupakan suatu wujud untuk menaikkan nilai pandang terhadap suatu sekolah. Dengan menggunakan strategi pemasaran yang baik tentunya bisa menaikkan nama sekolah agar setiap orang tua bisa menyekolahkan anak mereka dengan kualitas sekolah yang ditawarkan. Citra sekolah yang sudah melekat di masyarakat tetap diperlukan untuk menarik calon peserta didik. Citra sekolah juga menjadi pertimbangan orang tua untuk menyekolahkan anak. Citra positif yang dimiliki oleh sekolah akan menjadi pilihan. Sebaliknya, citra kurang baik yang dimiliki oleh sekolah semakin tidak diminati yang berdampak pada jumlah peserta didik yang semakin menurun. Bahkan Wijaya (2016) menegaskan bahwa kekuatan citra sekolah dapat menjadi satu-satunya sumber diferensiasi yang membedakan dengan sekolah pesaing. Citra positif menurut Soemirat dan Ardianto (2017) merupakan hal yang esensial dan menjadi aset penting dari suatu lembaga atau organisasi dalam membangun kesuksesan berjangka Panjang dan berkelanjutan. Untuk itu citra perlu diciptakan dengan sengaja agar bersifat positif demi menjaga nama baik suatu sekolah atau lembaga Pendidikan. Untuk mencapai citra positif setiap harinya, sekolah harus memberikan dan memperhatikan penampilan, pelayanan, kondisi bangunan sekolah, dan fasilitas sekolah. Maka orang tua murid bisa menilai bagaimana guru-guru dan staff sekolah selalu berpenampilan rapih dan menarik, pelayanan yang diberikan sekolah memuaskan sehingga membuat sekolah mampu menarik perhatian orang tua murid, kondisi bangunan sekolah yang bagus dan aman meningkatkan kepercayaan orang tua murid untuk menyekolahkan anak mereka disekolah yang tepat dengan fasilitas lengkap dan mendukung.

Eger (2020) menyebutkan pentingnya membangun komunikasi dengan masyarakat dalam membangun citra sekolah, mengingat pentingnya citra sekolah yang harus diketahui oleh mereka sehingga sekolah atau lembaga Pendidikan bisa menyiapkan citra sekolah yang baik. Citra adalah impresi perasaan atau konsepsi yang ada pada public mengenai Perusahaan, suatu objek, orang, atau mengenai lembaga. Citra tersebut menggambarkan bagaimana seluruh masyarakat mengevaluasi dan mengetahui apa saja yang telah dilaksanakan oleh sekolah itu sendiri. Sekolah bukan lagi hanya sebagai pusat pembelajaran melainkan juga suatu lembaga yang perlu membangun citra positif di mata masyarakat. Citra sekolah tidak hanya mencakup keunggulan akademis, tetapi juga melibatkan aspek-aspek lain seperti budaya sekolah, keterlibatan komunitas, dan nilai-nilai yang diterapkan. Dalam konteks ini, sosial media menyajikan platform yang efektif untuk merancang narasi positif dan berbagai cerita yang memperkuat identitas sekolah.

Terkait dengan citra sekolah dan usaha-usaha menciptakan citra positif tidak terlepas dari usaha pihak sekolah bagian humas. Dengan adanya bagian humas, sekolah dapat dengan mudah mengetahui masukan dan kritikan dari para orang tua siswa terhadap sekolah. Humas membantu dalam mengevaluasi terhadap sikap dan penilaian (opini) public (masyarakat) sehingga pihak sekolah dapat melakukan strategi yang baik kembali sesuai dengan masukan yang diterima. Pada citra positif sekolah, seorang pemimpin atau

pengelola sebuah Pendidikan tentunya mengharapkan adanya citra positif tersebut. Citra sekolah sudah dibentuk oleh pihak dari SD Gamaliel Palu secara proaktif dan progresif melalui komunikasi sosial media yang dilaksanakan secara sistematis dan terpadu.

Pada saat ini, semua kegiatan dapat dilakukan dengan menggunakan teknologi karena telah berkembang pesat mengikuti perkembangan zaman dan diiringi dengan kemajuan teknologi. Teknologi tersebut sangat berkaitan dengan internet yang merupakan jaringan media yang paling luas dan hampir semua orang dapat mengakses jaringan internet dengan mudah. jaringan internet sangat bermanfaat bagi semua orang karena dapat memudahkan pekerjaan, sebagai sarana komunikasi untuk semua orang, bahkan mencari sumber pendapatan tambahan dengan menawarkan barang atau jasa (Maskuri, 2024). Digital marketing dapat menjadi salah satu peran penting dalam sebuah sekolah yang memanfaatkan media digital sebagai pengenalan sekolah dan juga visi misi sekolah. Dengan menggunakan digital marketing sekolah dapat menggunakan media digital atau media online juga sebagai sarana promosi atau beriklan sekolah yang berkembang sesuai dengan perkembangan zaman (Rahman, 2022).

Digital marketing memudahkan promosi penjualan, seperti pengguna sosial media yang banyak digunakan oleh para pemasar. Begitupun dengan SD Gamaliel Palu menggunakan pemasaran melalui digital marketing agar jangkauannya luas. keberadaan media sosial menjadi sarana bagi konsumen yang dapat digunakan untuk menyebarkan informasi baik berupa teks, gambar, audio, dan video dengan banyak pihak, baik antar Perusahaan kepada konsumen atau konsumen pada Perusahaan (Kotler, 2012).

Sosial media merupakan media pilihan yang paling digemari oleh masyarakat yang memakai sosial media untuk mempromosikan usaha, kegiatan atau bahkan suatu lembaga. Begitupun juga sekolah yang memanfaatkan sosial media dalam mengembangkan citra sekolah mereka. Dengan teknologi yang semakin pesat membuat keterbukaan informasi serta pola penyebaran informasi juga ikut berubah. Dengan memanfaatkan beragam fitur media sosial seperti postingan, gambar, video, dan interaksi langsung dengan stakeholder sekolah dapat lebih mudah terhubung dengan siswa, orang tua siswa, guru dan masyarakat secara luas. Implementasi secara tepat dapat menciptakan iklim yang mendukung, merangsang minat, dan meneguhkan nilai-nilai positif dalam lingkungan Pendidikan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus untuk memfokuskan pada satu sekolah. Partisipan dipilih secara sengaja berdasarkan pemahaman mendalam tentang implementasi sosial media marketing di sekolah. Ini dapat mencakup guru, staff sekolah, siswa orang tua, dan pengelola media sosial SD Gamaliel Palu. Wawancara mendalam akan dilakukan dengan pemangku kepentingan yang terlibat dalam proses implementasi. Pertanyaan akan difokuskan pada pengalaman, persepsi, dan dampak dari strategi media sosial. Peneliti akan terlibat dalam kegiatan sehari-hari di sekolah untuk mendapatkan wawasan lebih lanjut tentang bagaimana sosial media marketing diintegrasikan dalam rutinitas sekolah. Melibatkan analisis konten dari postingan, komentar, dan interaksi di platform media sosial SD Gamaliel Palu. Ini akan memberikan wawasan mengenai respon masyarakat terhadap konten yang dibagikan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Implementasi sosial media marketing dalam membangun citra sekolah merupakan strategi yang relevan dalam era digital ini yang dimana persaingan antar sekolah di zaman sekarang semakin banyak. Sosial media menjadi saluran komunikasi yang efektif untuk meningkatkan visibilitas dan citra sekolah. Perkembangan teknologi diterima baik oleh masyarakat di seluruh dunia dan teknologi tersebut dapat dinikmati oleh semua kalangan

masyarakat baik remaja ataupun dewasa tanpa adanya batasan dan juga kesulitan (Mohammad Zeylo et al., 2023). Tujuan digital marketing yaitu membangun hubungan dengan pelanggan, meningkatkan penjualan, dan mencapai keberhasilan pemasaran yang diinginkan oleh Perusahaan tersebut (Syamsul Bachri, 2023).

Peningkatan Visibilitas

Sosial media memungkinkan sekolah untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Tantangan lembaga Pendidikan kedepan adalah adanya persaingan yang ketat antar sekolah yang dimana setiap sekolah memberikan visi dan misi yang baik sehingga citra merupakan salah satu faktor dalam Upaya marketing Pendidikan yang berdampak positif. Dengan demikian peran promosi sangat penting dalam penyampaian informasi dari pihak sekolah kepada para konsumen yakni calon orang tua siswa, sehingga tujuan dari sekolah untuk mempengaruhi masyarakat atau konsumen mengetahui visi sekolah, mengenal lingkungan sekolah. Pada SD Gamaliel Palu, digital marketing diperlukan untuk menarik perhatian masyarakat terkhususnya para orang tua yang lagi mencari sekolah untuk putra-putri mereka. SD Gamaliel Palu mempunyai 2 platform sosial media yaitu Instagram dan Facebook. Kedua sosial media tersebut yang sering dipakai untuk memposting informasi Pendidikan serta kegiatan sekolah dan prestasi siswa-siswi sekolah dapat meningkatkan visibilitasnya di platform seperti Instagram dan Facebook.

Interaksi dan Keterlibatan Siswa

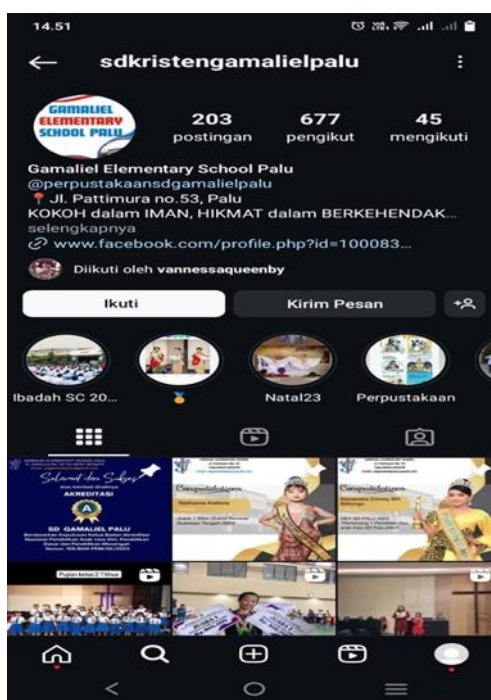
Melibatkan siswa-siswi dalam konten sosial media dapat menciptakan rasa kepemilikan terhadap sekolah. Di zaman sekarang apalagi di era Generasi Z banyak anak-anak yang sudah mengetahui apa itu sosial media dan cara menggunakannya. SD Gamaliel Palu selalu melibatkan siswa-siswi mereka dalam pembuatan konten sosial media sekolah, dimulai dengan konten cara belajar yang baik, konten ekstrakurikuler, keagamaan dan masih banyak lagi. Ide keseluruhan dari media sosial adalah untuk berintegrasi teknologi dan interaksi sosial untuk menciptakan nilai bagi pengguna (Raheni, 2018). Interaksi dan keterlibatan siswa-siswi SD Gamaliel Palu dalam pembuatan konten sosial media sekolah merupakan salah satu aspek krusial dalam membentuk citra positif sekolah dan dinamis bagi lembaga pendidikan. Sosial media tidak lagi hanya menjadi platform untuk berbagi informasi, tetapi juga menjadi wadah interaksi yang aktif antara sekolah, siswa, orang tua siswa dan juga masyarakat. Partisipasi siswa dalam menciptakan konten sosial media menciptakan ruang untuk berekspresi, kolaborasi, dan membangun ikatan yang erat. Di SD Gamaliel sejak dini sudah diajarkan cara untuk berinteraksi dan menciptakan ide-ide kreatif sesuai dengan kemampuan mereka sehingga ketika sekolah membuat konten sosial media siswa-siswi ikut terlibat dan membantu proses pembuatannya.

Meningkatkan Komunikasi dengan Orang Tua

Sosial media adalah teknologi berbasis web dan seluler yang digunakan untuk mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif yang sebagai alternatif. Sosial media juga memberikan platform untuk berkomunikasi langsung dengan orang tua salah satunya whatsapp. Penyampaian pesan yang baik kepada orang tua mengenai kegiatan anak-anak mereka disekolah melalui sosial media adalah salah satu bentuk cara dalam membangun citra positif sekolah. SD Gamaliel Palu melibatkan orang tua siswa dalam proses belajar disekolah, contohnya ketika ada praktek pembelajaran di sekolah orang tua juga ikut andil dalam mendampingi anak-anak mereka tetapi masih dalam aturan sekolah. Dengan meningkatkan komunikasi dengan orang tua juga salah satu cara untuk membangun citra positif sekolah. SD Gamaliel Palu berkomunikasi dengan orang tua siswa melalui sosial media whatsapp dengan selalu memberikan pembaharuan tentang perkembangan akademis, jadwal kegiatan dan informasi penting lainnya, meningkatkan transparansi dan keterlibatan orang tua dalam proses Pendidikan.

Penerapan Sosial Media Marketing di SD Gamaliel Palu

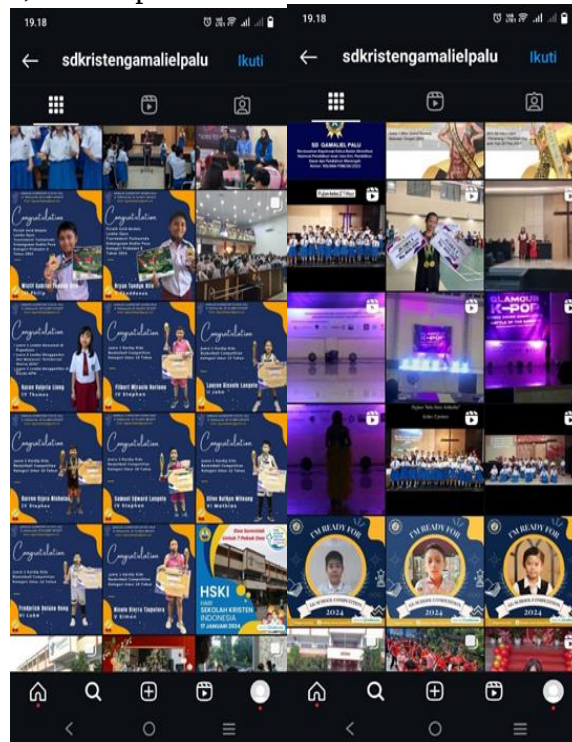
Dari hasil observasi yang dilakukan, platform sosial media yang digunakan oleh SD Gamaliel Palu adalah Instagram dan Facebook.



Gambar 1. Sosial media facebook dan Instagram SD Gamaliel Palu.

SD Gamaliel Palu memakai sosial media marketing untuk membangun citra sekolah. Akan tetapi, tim konten creative & creative yang bertugas membuat design foto maupun video yang akan di posting di platform sosial media, sekolah tidak memakai jasa orang melainkan ada tim dari sekolah yang bertugas memegang platform sosial media dan membuat konten sekolah. Adapun jenis-jenis konten yang di posting SD Gamaliel Palu di platform sosial medianya adalah:

Konten activity in SD Gamaliel Palu: konten ini berfokus pada aktivitas dan kegiatan apa saja yang dilakukan SD Gamaliel Palu baik disekolah maupun diluar sekolah. Jenis kontennya, seperti konten penghargaan kepada siswa-siswi berprestasi disekolah, konten kegiatan acara disekolah, konten persembahan Paduan suara dari setiap kelas setiap harinya



Gambar 2. konten activity SD Gamaliel Palu pada sosial media Instagram dan Facebook.
Membangun Citra Positif

Dengan menyajikan konten yang positif dan relevan, sekolah dapat membentuk citra yang positif di mata masyarakat. Testimoni dari siswa mengenai sekolah, cerita prestasi sukses, dan pembaharuan tentang kegiatan sekolah dapat membantu membangun citra yang kuat. SD Gamaliel Palu baru-baru ini di tanggal 19 januari 2024 meraih kembali Akreditasi

A berdasarkan Keputusan Ketua Badan Akreditasi Nasional Anak Usia Dini, Pendidikan Dasar dan Pendidikan Menengah, Nomor: 105/BAN-PDM/SK/2023.

KESIMPULAN

Dalam mengimplementasikan sosial media marketing sebagai strategi untuk membangun citra sekolah, dapat disimpulkan bahwa pendekatan ini memiliki dampak positif yang signifikan pada persepsi dan keterlibatan komunitas Pendidikan. Berikut adalah beberapa kesimpulan utama dari hasil implementasi ini:

Peningkatan Keterlibatan:

Implementasi sosial media marketing berhasil meningkatkan keterlibatan stakeholder, termasuk siswa, guru, orang tua dan masyarakat. Interaksi langsung melalui platform sosial media membantu memperkuat hubungan dan membangun komunikasi dua arah.

Peningkatan Kesadaran dan Pengenalan

Strategi media sosial efektif dalam meningkatkan kesadaran masyarakat tentang berbagai aspek positif sekolah, termasuk pencapaian siswa, kegiatan ekstrakurikuler, dan nilai-nilai inti yang dipegang oleh sekolah.

Meningkatnya Partisipasi dalam kegiatan sekolah

Peningkatan visibilitas melalui media sosial telah berkontribusi pada peningkatan partisipasi dalam kegiatan sekolah. Komunitas merasa lebih terhubung dan terdorong untuk aktif terlibat dalam berbagai inisiatif.

Peningkatan Citra Positif

Implementasi sosial media marketing secara efektif menciptakan narasi positif yang mencerminkan budaya dan identitas sekolah. Gambaran yang baik diperkuat oleh konten-konten yang inspiratif, pencapaian siswa, dan kontribusi positif sekolah terhadap masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditia Fradito, S. M. (2020). STRATEGI PEMASARAN PENDIDIKAN. Volume 10 Nomor 1, 2020, 10, 13-22.
- Femi Oktaviani, D. R. (2018). Implementasi Digital Marketing dalam Membangun Brand Awareness. Volume 3, No. 1, 2018, 3, 1-20.
- I Putu Yogi Aryana, I. M. (2023). IMPLEMENTASI SOSIAL MEDIA MARKETING PADA BALI SAFARI. JURNAL ABDIMAS MANDIRI VOLUME 7 No. 1 APRIL 2023, 7, 7-14.
- Ma'sum, T. (2020). Eksistensi Manajemen Pemasaran dalam Membangun Citra Lembaga Pendidikan. Volume 10, Nomor 2, Agustus 2020, 10, 133-153.
- Mahmud MY, N. H. (2022). STRATEGI PEMASARAN JASA PENDIDIKAN. Volume 5, Nomor 1, Januari-Juni 2022, 5, 20-32.
- Maskuri Sutomo, N. A. (2024). Peran Marketing Mix Dalam Membangun Citra Sekolah. Volume. 3, No.1 April 2024, 3, 21-28.
- Mohammad Zeylo Auriza, E. R. (2023). PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING INSTAGRAM DAN HARGA TERHADAP. Vol 7 No 3 (2023), 7, 388-399.
- Syamsul Bachri, S. S. (2024). Strategi Pemasaran Jasa Dalam Meningkatkan Daya Minat Terhadap Kun. Vol.2, No.1 Februari 2024, 2, 171-177.