



## MANAJEMEN MEDIA SOSIAL SDIT TAQIYYA ROSYIDA KARTASURA

**Shokhibul Mighfar**

Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

[smighfar636@gmail.com](mailto:smighfar636@gmail.com)

---

### Abstract

This study aims to determine social media management at SDIT Taqiyya Rosyida Kartasura. This study uses a descriptive qualitative method with a content analysis approach. This research was conducted at SDIT Taqiyya Rosyida in November 2022. Data collection was carried out through data documentation, observation and interviews. Data validation uses the triangulation method by validating data contained on SDIT Taqiyya Rosyida Kartasura's social media. Data analysis using interactive analysis. The samples used in this study were Instagram, Youtube, Facebook and Tiktok SDIT Taqiyya Rosyida social media accounts. The results of the study show that SDIT Taqiyya Rosyida Kartasura's social media is managed by the school's public relations team, where the use of social media is one of the right steps to encourage the progress of SDIT Taqiyya Rosyida in promoting and conveying school-related information to the wider community. The four social media accounts of SDIT Taqiyya Rosyida are active in posting but there is no posting schedule yet so the social media accounts of SDIT Taqiyya Rosyida are not posting consistently.

**Keywords:** Management, Social Media, SDIT Taqiyya Rosyida

(\* ) Corresponding Author: Shokhibul Mighfar, [smighfar636@gmail.com](mailto:smighfar636@gmail.com), 089522989690

---

### PENDAHULUAN

Manajemen media sosial pada saat ini sangat diperlukan guna mengupdate informasi terkini dan memenuhi kebutuhan sekolah dalam menyebarkan informasi yang dibutuhkan masyarakat dalam memilih sebuah lembaga pendidikan yang berkualitas untuk anaknya. Namun pada kenyataannya masih banyak dijumpai lembaga pendidikan yang memiliki kendala dalam manajemen media sosial yang mengakibatkan informasi yang didapatkan masyarakat sangat minim dan tidak ter-update. Pada dasarnya, penggunaan media dalam lembaga pendidikan adalah untuk mengefektifkan pencarian dan pemberian informasi dengan cepat dan efektif. Setiadi (2016) menyatakan kehadiran media sosial berdampak pada perubahan cara berkomunikasi digital dan media menjalin komunikasi yang lebih efektif. Dengan demikian, melalui media sosial, informasi tentang lembaga pendidikan mudah dilacak oleh semua orang (Amilia, et al, 2022).

Mempromosikan SDIT Taqiyya Rosyida dengan menggunakan media sosial akan lebih menguntungkan, juga mempermudah proses pengembangan dan dapat menghemat biaya. Dengan bantuan media sosial sebagai media informasi dan promosi SDIT Taqiyya Rosyida dapat lebih menarik minat orang tua dari calon siswa yang akan masuk ke SDIT

Taqiyya Rosyida. Adanya media sosial juga dimanfaatkan oleh lembaga pendidikan untuk memperbaiki kualitas pengelolaan lembaganya.

Perkembangan media sosial sejalan dengan perkembangan teknologi internet, sehingga memicu banyak perubahan pada berbagai aspek kehidupan. Perkembangan teknologi yang sangat pesat pada saat ini menuntut banyak orang untuk memanfaatkan internet dengan semaksimal mungkin dalam setiap aktivitas di dunia nyata. Menurut laporan We Are Social, terdapat 204,7 juta pengguna internet di Indonesia per-Januari 2022 (Jayani,2022) .Jumlah ini naik tipis 1,02 % dibandingkan tahun 2021, pada tahun 2021 jumlah pengguna internet di Indonesia tercatat ada 202,6 juta. Trend jumlah pengguna internet di Indonesia terus meningkat dalam lima tahun terakhir.

Terdapat beberapa penelitian tentang pengelolaan media sosial yang telah dilakukan. Penelitian yang dilakukan oleh Pramesti (2022) dengan judul “ Pengelolaan Website dan Media Sosial di SMK N 4 Surakarta”. Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui pengelolaan website dan media sosial di SMK N 4 Surakarta. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis konten. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan studi dokumentasi. Dokumen – dokumen yang tertera dapat diunduh dari situs web yang berkaitan dengan website dan masing-masing media sosial. Website dan media sosial yang digunakan sebagai penelitian adalah satu website dan lima media sosial yang dimiliki oleh SMK Negeri 4 Surakarta. Penelitian ini dilakukan mulai tanggal 11 Februari sampai dengan 15 Maret 2022. Analisis data menggunakan analisis interaktif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa website dan media sosial milik SMK Negeri 4 Surakarta dikelola oleh tim Humas sekolah tersebut, dimana ada satu website dan lima media sosial yakni Instagram, YouTube, Facebook, TikTok, dan Twitter.

Penelitian yang dilakukan oleh Afifah Tri Mastuti (2022) dengan judul “Pengelolaan Media Sosial dan Website di SMK Negeri 6 Sukoharjo”.Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengelolaan serta tingkat keaktifan media sosial dan website di SMK Negeri 6 Sukoharjo untuk memudahkan masyarakat mendapatkan informasi tentang SMK tersebut. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis konten. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dan observasi. Cara menelaahnya dengan mengamati media sosial dan website SMK Negeri 6 Sukoharjo serta melakukan wawancara secara langsung dengan narasumber terkait. Dimana analisis data menggunakan analisis interaktif. Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah media sosial Facebook, Instagram dan Youtube serta website SMK Negeri 6 Sukoharjo. Hasil penelitian menunjukkan bahwa website dan media sosial yang di miliki SMK Negeri 6 Sukoharjo dikelola oleh dua guru Multimedia, dimana terdapat media sosial Facebook, Instagram dan Youtube serta satu website. Dari ketiga media sosial dan satu website tersebut, dapat dikatakan aktif tetapi tidak dikelola dengan baik. Sebab dari tidak aktifnya konten yang ditampilkan karena pengelola mengalami kendala mulai dari pengunggahan konten, kesibukan pengelola serta tidak adanya jadwal update yang menyebabkan tertinggalnya informasi-informasi penting terkait SMK tersebut.

Penelitian yang dilakukan oleh Munadi (2021) dengan judul “The Use of Social Media at State Islamic Colleges”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengelolaan media sosial, tren pengikut masing-masing media sosial, serta penggunaan media sosial di perguruan tinggi di bawah Kementerian Agama, khususnya di wilayah pulau Jawa. Penelitian ini menggunakan penelitian analisis konten. Media sosial yang digunakan sebagai riset adalah semua jenis media sosial yang digunakan oleh IAIN Ponorogo, IAIN Surakarta, IAIN Kudus, IAIN Pekalongan, IAIN Salatiga, UIN Walisongo Semarang, dan IAIN Ponorogo. Analisis data menggunakan analisis interaktif dan analisis statistik deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan media sosial berada di sub bagian Humas dan Publikasi masing-masing PTKI dengan satu admin yang

beroperasi di setiap media sosial yang dibuat. pengikut terbanyak di media sosial Instagram adalah IAIN Salatiga. Untuk media sosial youtube adalah IAIN Ponorogo, sedangkan pengikut Twitter terbanyak IAIN Surakarta dan pengikut Facebook terbanyak adalah IAIN Pekalongan. Penggunaan media sosial yang beragam, di Instagram untuk kegiatan akademik termasuk promosi bagi calon mahasiswa baru yang dominan di semua lokasi penelitian dan diimbangi dengan konten salam kegiatan nasional dan keagamaan sebesar 83,3%, untuk YouTube sebesar 66,6% konten dominan kegiatan akademik dan ini sama dengan apa yang terjadi pada Twitter, sedangkan di media sosial Facebook persentase 66.6% dalam isi kegiatan akademik dan diimbangi dengan isi salam kegiatan nasional dan keagamaan. Perkembangan konten media sosial terletak pada mengutip kegiatan nasional dan keagamaan Pemanfaatan media sosial dapat digunakan untuk semua kegiatan pelayanan pendidikan tinggi dalam lingkup tri dharma perguruan tinggi, baik dharma pendidikan / pengajaran, penelitian, maupun pengabdian kepada masyarakat.

Penelitian yang dilakukan oleh Munadi dan Annur (2021) berjudul “The Utilization of Social Media in the State Islamic Universities in Indonesia”. Bertujuan untuk mengetahui trend followers masing-masing media sosial, serta penggunaan media sosial di 4 Perguruan Tinggi Islam Negeri (UIN) di Indonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis isi. Sampel yang diambil adalah empat UIN yang memiliki media sosial yang relatif aktif melakukan update. Validitas data dilakukan dengan validasi data secara internal maupun data silang. Analisis data menggunakan analisis interaktif dan analisis statistik deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial bervariasi, di Facebook dan Instagram untuk kegiatan akademik termasuk promosi untuk calon mahasiswa baru dominan terjadi di semua lokasi penelitian dan diimbangi dengan konten ucapan kegiatan nasional dan keagamaan.

Penelitian Natasha Regina Hagata (2020), dengan judul “Pengelolaan Media Sosial Untuk Meningkatkan Relasi Sosial Di SD Penuai Medan” bahwa keberadaan Keberadaan media sosial menjadi sarana mencurahkan pemikiran maupun sarana informasi. Hal tersebut dimanfaatkan oleh SD Penuai Medan dengan mengelola akun media sosial Facebook dan Instagram sebagai sarana informasi serta promosi. Keberadaan media sosial tersebut diharapkan akan membuat masyarakat khususnya wali murid mengetahui segala macam kegiatan maupun informasi sekolah. Pengelolaan media sosial yang baik akan membuat kepercayaan meningkat sehingga mampu meningkatkan relasi sosial antara sekolah dengan masyarakat. Penelitian menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif pada kajian relasi sosial. Penelitian dilakukan di SD Penuai Medan pada pengelolaan media sosial untuk meningkatkan relasi sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, (1) akun media sosial milik SD Penuai Medan mampu meningkatkan relasi sosial dengan masyarakat ditandai dengan sambutan positif masyarakat yang aktif memantau perkembangan media sosial. (2) Faktor penghambat pengelolaan media sosial untuk meningkatkan relasi sosial adalah admin media sosial merangkap sebagai guru, kurang kreatifnya pembuatan konten dan kurangnya sarana pendukung. Sementara itu faktor pendorongnya antara lain pihak sekolah memberikan insentif kepada pengelola akun media sosial serta tanggapan positif masyarakat terhadap keberadaan media sosial SD Penuai Medan sebagai sarana informasi.

Pemanfaatan teknologi dan informasi di lingkungan sekolah sudah banyak dikembangkan oleh berbagai macam sekolah, termasuk SDIT Taqiyya Rosyida Kartasura. Sekolah ini dapat memanfaatkan teknologi, informasi, dan komunikasi dengan baik. Di antaranya dengan aktif mengelola media sosial untuk memudahkan masyarakat dalam mendapatkan berbagai informasi tentang SD tersebut. Dari berbagai uraian tersebut, lantas bagaimana pengelolaan media sosial di SDIT Taqiyya Rosyida? Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengelolaan media sosial di SDIT Taqiyya Rosyida Kartasura.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan analisis konten. Pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi, observasi, dan wawancara. Penelitian ini dilaksanakan di SDIT Taqiyya Rosyida Kartasura pada bulan November 2022. Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah akun media sosial Instagram, Youtube, Facebook, dan Tiktok SDIT Taqiyya Rosyida. Subjek pada penelitian ini adalah orang yang paham dan mengerti tentang manajemen media sosial SDIT Taqiyya Rosyida yakni wakil bagian Humas SDIT Taqiyya Rosyida. Sedangkan objek dalam penelitian ini adalah manajemen media sosial dan segala informasi yang berkaitan dengan media sosial SDIT Taqiyya Rosyida. Validasi data menggunakan metode triangulasi dengan memvalidasi data yang terdapat pada media sosial SDIT Taqiyya Rosyida Kartasura yang diteliti. Analisis data menggunakan analisis interaktif. Analisis Interaktif dibagi menjadi beberapa kegiatan yakni pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi. Penelitian dimulai dengan mengumpulkan atau mencatat semua temuan di lapangan baik melalui wawancara, observasi, maupun data dokumentasi. Selanjutnya, mendeskripsikan/menyajikan data tersebut untuk kepentingan kajian lebih lanjut dengan memperhatikan fokus serta tujuan penelitian. Kemudian, meneliti kembali hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Langkah terakhir, membuat kesimpulan dan verifikasi. Berikut ini merupakan data awal media sosial milik SDIT Taqiyya Rosyida Surakarta :

**Tabel 1.**  
Data Awal Media Sosial Milik SDIT Taqiyya Rosyida

Jenis Media	Alamat	Informasi
Instagram	<a href="https://instagram.com/sdit.taqiyya.rosyida?igshid">https://instagram.com/sdit.taqiyya.rosyida?igshid</a>	Aktif
YouTube	<a href="https://youtube.com/@sdittaqiyyarosyida4008">https://youtube.com/@sdittaqiyyarosyida4008</a>	Aktif
Facebook	<a href="https://www.facebook.com/SITTaqiyyaRosyida">https://www.facebook.com/SITTaqiyyaRosyida</a>	Aktif
Tiktok	<a href="https://www.tiktok.com/@taqiyyarosyida">https://www.tiktok.com/@taqiyyarosyida</a>	Aktif

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Seiring berjalannya waktu, media sosial di lembaga pendidikan sangat diperlukan sebagai sarana penyampaian informasi sekolah seperti kegiatan sekolah, prestasi sekolah, jadwal penerimaan peserta didik baru, dan banyak hal lainnya. Media Sosial SDIT Taqiyya Rosyida dibuat untuk memenuhi kebutuhan pasar yang sudah banyak menggunakan media sosial, karena saat ini orang tua lebih memilih menggunakan media sosial yang lebih mudah diakses daripada datang ke suatu lembaga pendidikan secara langsung. Saat ini perkembangan teknologi informasi telah memberikan banyak peluang baru sehingga pertukaran informasi dapat dilakukan tanpa kendala jarak, waktu, dan tempat.

SDIT Taqiyya Rosyida Kartasura menggunakan media sosial sebagai sarana penyebaran informasi yang dikelola oleh tim bagian Humas, yang mana tim tersebut berisi SDM yang ahli dalam bidang pengelolaan media sosial. Temuan ini selaras dengan hasil penelitian (Sazali & Sukriah, 2021) pemanfaatan media sosial untuk mempublikasikan kegiatan dan prestasi siswa dan juga menjalin hubungan dengan warga sekitar sebagai salah satu strategi humas dalam membangun *good image*. SDIT Taqiyya Rosyida Kartasura

memiliki beberapa akun di berbagai jenis media sosial, yaitu Instagram, YouTube, Facebook, dan TikTok. Pihak sekolah pun membuat media sosial dan menyajikan berbagai jenis konten di dalamnya. Gambaran media sosial yang dipakai dan konten apa saja yang telah disajikan, dapat dicermati di tabel berikut:

**Tabel 2.**  
Jenis Konten Media Sosial

Konten	Nama Media Sosial			
	Instagram	Youtube	Facebook	Tiktok
Informasi Prestasi	√	√	√	√
Ucapan dan Kegiatan hari nasional & keagamaan	√	√	√	√
Profil Sekolah	√	√	√	×
Open Donasi Bencana	√	×	√	×
Quotes	√	√	√	√
Kegiatan siswa dan Guru	√	√	√	√
Belasungkawa	√	×	√	×
Kegiatan Seminar/Kajian	√	√	√	√
Informasi PPDB	√	√	√	√
Ekstrakurikuler	√	√	√	√
Tahfidz	√	√	√	√
Konten Edukatif Siswa	√	√	√	√
Video Pembelajaran	×	√	×	×

Berikut ini adalah rincian data dan sistem pengelolaan media sosial yakni Instagram, YouTube, Facebook, dan TikTok di SDIT Taqiyya Rosyida Kartasura :

### **Instagram**

SDIT Taqiyya Rosyida Kartasura yang dijadikan lokasi penelitian memiliki satu akun Instagram yang masih dikelola. Berikut ini merupakan tampilan laman Instagram milik SDIT Taqiyya Rosyida Kartasura:



**Gambar 1**  
Laman Instagram

Dari gambar 1, ditemukan bahwa foto profil dari Instagram milik SDIT Taqiyya Rosyida Kartasura adalah logo sekolah tersebut, dengan bio yang menampilkan nama sekolah, tagline ( Berbudi, Mandiri, Berprestasi ), alamat sekolah, no *handphone*, dan alamat chanel youtube SDIT Taqiyya Rosyida. Data lainnya dapat dicermati di tabel berikut ini :

**Tabel 3.**  
Data Instagram

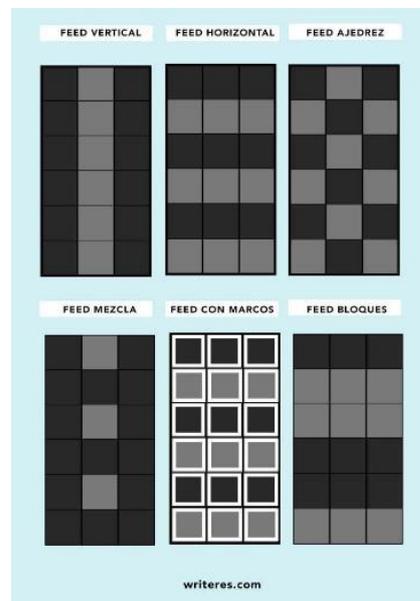
<i>Username</i>	Pengikut	Diikuti	Foto	Reel	Bulan Bergabung
Sdit.taqiyya.rosyida	1959	476	1318	179	Juni 2017

Tabel 2 menunjukkan bahwa akun Instagram milik SDIT Taqiyya Rosyida Kartasura memiliki 1959 pengikut, mengikuti 476 akun, memiliki 1318 konten foto dan 179 konten reel. SDIT Taqiyya Rosyida bergabung bergabung Instagram bulan Juni 2017. Gambaran terakhir update dalam jangka waktu 25 November sampai 30 November 2022 dapat dilihat di tabel berikut ini:

**Tabel 4.**  
Gambaran Terakhir Update

No	Judul Konten	Tanggal Update
1	Sosialisasi Mitigasi Bencana oleh BPBD	30 November 2022
2	Kegiatan siswa mendongeng bersama Ustadz Agus	30 November 2022
3	Juara 3 lomba foto hari guru AEF 2022	29 November 2022
4	Juara favorit 2 lomba video profil JSIT Jateng 2022	29 November 2022
5	Ucapan Hari Guru	25 November 2022
6	Kegiatan Upacara Hari Guru	25 November 2022
7	Open Donasi “ <i>Pray for Cianjur</i> “	25 November 2022
8	Kegiatan Olahraga Siswa-siswi SDIT Taqiyya Rosyida	24 November 2022

Dari tabel 2, dapat disimpulkan bahwa dari banyaknya konten yang telah diunggah dinilai cukup tinggi, terbukti dengan data gambaran terakhir update yang ada pada tabel 3 diatas. Isi konten cukup lengkap seperti yang dibutuhkan para *viewers*, dan waktu pengulangan konten tepat pada waktunya. Informasi-informasi dari konten yang diunggah oleh pengelola baik itu foto, reels, atau video, mayoritas sudah tertera di caption, sehingga *viewers* dapat membaca dengan mudah. Tingkat keseringan *update* Instagram masih tergolong rendah, karena menurut narasumber belum ada penjadwalan update harian. Sedangkan, tingkat keseringan update konten sangat mempengaruhi pengunjung dan jumlah follower. Karena, jika jumlah konten yang diunggah banyak, informasi yang diberikan selalu *up to date*, menarik, dan berkualitas, maka semakin banyak pula pengunjung tertarik untuk melihat akun ini. Menurut peneliti, sebaiknya pengelola Instagram lebih konsisten dan kreatif dengan membuat pola feed instagram menarik. Temuan ini selaras dengan hasil penelitian (Pramesti, 2022) pengelola Instagram lebih kreatif lagi dalam membuat konten, misalnya feed Instagram yang dibuat berpola dan tertata rapi sebagai berikut.



**Gambar 2.**

Pola Feed Instagram Menarik

Pengelola juga dapat memaksimalkan fitur-fitur story yang ada di Instagram seperti gambar 3 di bawah ini



**Gambar 3.**  
Beberapa Fitur Story Instagram

Di fitur Instagram Story terdapat beberapa *sticker* yang dapat digunakan untuk menyebarkan informasi agar lebih menarik. Mulai dari lokasi, dapat digunakan saat mengunggah story dengan mencantumkan lokasi SDIT Taqiyya Rosyida Kartasura dalam sebuah foto atau video yang diunggah, sehingga *viewers* dapat melihat lokasi SDIT Taqiyya Rosyida Kartasura melalui Instagram Story. Selanjutnya *sticker* mention, dapat digunakan untuk menandai orang yang diinginkan.

*Sticker* balasan anda, dapat digunakan untuk membuat tantangan, misalnya tantangan berjudul “siswa atau alumni SDIT Taqiyya Rosyida Kartasura”, lalu orang lain dapat menekan *sticker* tersebut lalu mengikuti tantangan dengan mengunggah foto sesuai judul. Tantangan ini dapat diikuti oleh semua orang yang menjadi siswa siswi maupun alumni SDIT Taqiyya Rosyida Kartasura. Hal ini dapat membuat akun Instagram SDIT Taqiyya Rosyida Kartasura menjadi banyak diketahui dan dikunjungi oleh *viewers*.

*Sticker* pertanyaan, yang dapat digunakan pengelola untuk membuat suatu pertanyaan dengan dua pilihan jawaban, misalnya “apakah anda merupakan siswa SDIT Taqiyya Rosyida Kartasura?”, pilihan jawaban : ya / tidak. Lalu, *viewers* dapat menekan pilihan jawaban tersebut. *Sticker* gift dan musik, saat mengunggah foto maupun video, pengelola dapat menambahkan *sticker* gift ataupun musik yang sesuai dengan tema foto atau video yang diunggah. Hal tersebut dapat menjadi daya tarik tersendiri untuk *viewers* dan mereka akan dengan senang hati untuk stay tune di akun Instagram milik SDIT Taqiyya Rosyida Kartasura. *Sticker* polling, dapat digunakan pengelola untuk mengumpulkan pendapat *viewers*, hampir sama dengan *sticker* pertanyaan.

Selanjutnya *sticker* kuis, tidak jauh berbeda dengan *sticker* pertanyaan, *sticker* kuis dapat digunakan untuk membuat kuis atau soal, yang membedakan hanyalah pilihan jawabannya karena di *sticker* kuis kita dapat memberikan jawaban yang benar, sehingga *viewers* dapat mengetahui mana jawaban yang benar dan salah. Kuis atau soal ini sangat bermanfaat untuk menambah pengetahuan *viewers*, juga membuat *viewers* semakin tertarik dengan akun Instagram SDIT Taqiyya Rosyida, namun, dengan catatan kuis yang disajikan bernilai positif, informatif, dan tidak keluar dari jalur pendidikan. *Sticker* tagar dan tautan, pengelola dapat menggunakannya untuk membuat suatu tagar misalnya #SDIT Taqiyya Rosyida Kartasura, dan tautan, misalnya tautan website, YouTube, maupun yang lainnya

yang dapat menambah informasi viewers tentang sesuatu yang terhubung setelah tautan ditekan, entah itu laman website, video YouTube, dan lain–lain. Masih banyak sticker lain yang dapat dimanfaatkan pengelola untuk menyebarkan informasi, tergantung dari kemauan dan kemampuan pengelola dalam memaksimalkan fitur–fitur yang ada di Instagram. Penambahan hastags dalam bagian caption juga dapat mempengaruhi viewers. Hal ini dikarenakan penggunaan hastags membuat viewers lebih mudah saat mencari konten yang mereka inginkan, dengan catatan hastags harus sesuai dengan isi kontennya.

Selain itu, pengelola juga dapat membuat jadwal update agar konten-konten yang diunggah teratur dan terjadwal, sehingga tidak terjadi keterlambatan pengunggahan konten. Sejalan dengan agar tidak terjadi keterlambatan pengunggahan konten, narasumber yang terkait dengan informasi di dalam konten harus lebih cekatan dan memberikan informasinya kepada pengelola dengan tepat waktu.

## Youtube

Media sosial Youtube memiliki manfaat dan fitur yang luar biasa. Melalui video di youtube, profil atau kegiatan sekolah dapat dikenalkan, kegiatan sekolah dapat dipublikasi, kegiatan keilmuan dibagikan, hingga video pembelajaran juga disebarkan (Amilia et al., 2022). SDIT Taqiyya Rosyida Kartasura memiliki satu channel YouTube. Tampilan media sosial ini dapat dilihat pada gambar berikut:



**Gambar 4.**  
Laman YouTube

Dari gambar 4, dapat diketahui bahwa foto profil channel YouTube SDIT Taqiyya Rosyida Kartasura adalah logo dari sekolah tersebut, dengan deskripsi : sarana berbagi kepada masyarakat yang berisi konten pendidikan yang bermanfaat dan segala aktivitas lembaga pendidikan SDIT Taqiyya Rosyida. Rincian data lainnya, dapat dilihat di tabel berikut ini.

**Tabel 5.**  
Data YouTube

<i>Username</i>	Subscriber	Kunjungan Akun	Konten Video	bergabung
SDIT Taqiyya Rosyida	4.180	120.075	355	3 Agustus 2014

Tabel 4 menunjukkan bahwa akun YouTube SDIT Taqiyya Rosyida Kartasura memiliki channel Youtube bernama SDIT Taqiyya Rosyida, jumlah subscriber 4.180 , akun yang mengunjungi channel ini sejak awal pembuatannya berjumlah 120.075 penonton, serta terdapat 355 konten video yang telah diunggah, 8 video di antaranya diunggah dalam jangka waktu tanggal 19 November sampai dengan 30 November 2022. Rinciannya dapat dilihat di tabel berikut ini:

**Tabel 6**  
Gambaran Terakhir Update

No	Judul Konten	Tanggal Update
1	Kegiatan siswa mendongeng bersama Ustadz Agus	30 November 2022
2	Sosialisasi Mitigasi Bencana oleh BPBD	30 November 2022
3	Juara 3 lomba foto hari guru AEF 2022	29 November 2022
4	Juara favorit 2 lomba video profil JSIT Jateng 2022	29 November 2022
5	Ucapan Hari Guru	25 November 2022
6	Kegiatan Upacara Hari Guru	25 November 2022
7	Kegiatan Olahraga Siswa-siswi SDIT Taqiyya Rosyida	24 November 2022
8	Video Siswa edukatif (Adab senyum ketika salam)	19 November 2022

Tabel 6 menunjukkan bahwa Konten yang berada di Youtube isinya sama dengan apa yang ada di dalam media sosial lainnya yaitu Facebook, Instagram, dan Tiktok. Akan tetapi, terdapat yang konten yang berbeda yaitu video pembelajaran online selama pandemi.

### **Facebook**

Penggunaan Facebook sangat banyak digunakan oleh pengguna media sosial. Maka dari itu, Facebook dapat digunakan sebagai media pengenalan baik profil sekolah, kegiatan sekolah, prestasi sekolah, dan lainnya. Dengan adanya publikasi pada Facebook, masyarakat dapat mengetahui kegiatan yang dilakukan di sekolah dan juga sebagai ajang promosi sekolah agar masyarakat tertarik untuk menyekolahkan anaknya ke sekolah tersebut (Amilia et al., 2022). SDIT Taqiyya Rosyida memiliki akun Facebook yang dibuat pada tanggal 2 November 2016, tercatat sudah 6 tahun akun ini bergabung Facebook. Berikut tampilan berandanya :



**Gambar 5.**  
Beranda Facebook

Berdasarkan gambar 5, ditemukan bahwa foto profilnya berupa logo SDIT Taqiyya Rosyida, tagline (Berbudi, Mandiri, Berprestasi), alamat sekolah. Data - data lain yang ada, dapat dicermati di tabel berikut ini:

**Tabel 7.**  
Data Facebook

<i>Username</i>	Teman	Pengikut	Video	Foto
SDIT Taqiyya Rosyida	4926	713	59	4036

Tabel 7 menunjukkan bahwa akun Facebook SDIT Taqiyya Rosyida Kartasura memiliki teman 4926 teman, pengikut 713, konten video 59, dan konten foto 4036. Dari banyak konten yang diunggah oleh pengelola mengelompokkan konten-konten tersebut menjadi beberapa album yang berisi item-item tertentu. Album beserta item tersebut diuraikan pada tabel dibawah ini:

**Tabel 8.**  
Data Jenis Album dan Jumlah Itemnya

No	Jenis Album	Jumlah Item
1	Foto Profil	11
2	Workshop Kurtilas	5
3	Foto Sampul	4
4	Unggahan Seluler	831
5	Koleksi Foto Linimasa	2287
6	Foto SDIT	34

7	Video	59
8	Album tanpa Judul	12
9	Foto lainnya	793

Tabel 8 menunjukkan bahwa banyaknya postingan yang telah diunggah dinilai cukup tinggi. Postingan akun Facebook sama dengan apa yang ada di dalam Instagram. Tampilannya bisa dilihat pada gambar dibawah ini :



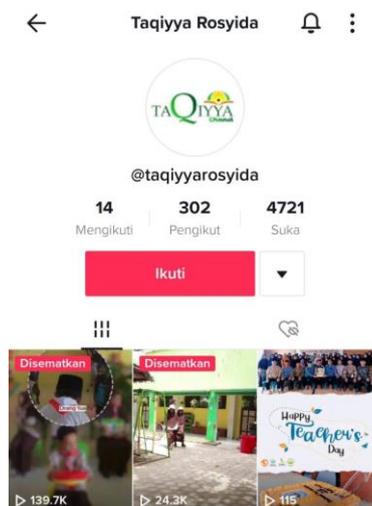
**Gambar 6.**  
Halaman Facebook

Dari gambar 6 ditemukan bahwa SDIT Taqiyya Rosyida memiliki halaman Facebook. Foto profilnya berupa logo SDIT Taqiyya Rosyida dan foto sampulnya berisikan logo SDIT Taqiyya Rosyida dan JSIT, tagline ( Berbudi, Mandiri, dan Berprestasi ), fasilitas, kegiatan, dan ekstrakurikuler ( market day, pramuka SIT, mentoring, kolam renang, fun learning, pembiasaan ibadah, prestatif, *tahfizhul quran*, parenting, dan bela negara). Di dalam foto sampulnya juga terdapat alamat SD tersebut. Di dalam gambar 6 , halaman Facebook juga mencantumkan alamat *website* dan *gmail*.

Halaman Facebook SDIT Taqiyya Rosyida Kartasura memiliki jumlah postingan 30 foto dan 3 video. Akan tetapi, halaman Facebook SDIT Taqiyya Rosyida tidak aktif melakukan postingan kembali. Postingan terakhirnya pada tanggal 10 Agustus 2021. Pengelolaan halaman Facebook perlu diaktifkan kembali. Hal ini selaras dengan temuan (Amalia et al,2022) tampilan facebook lebih di sarankan menggunakan halaman Facebook. Melalui facebook, informasi mitra dapat dijangkau masyarakat dengan luas tanpa pembatasan pertemanan. Bukan hanya itu, tampilan halaman Facebook sangat menarik untuk berbagi informasi mitra.

## Tiktok

Aplikasi Tiktok menambah daftar media sosial yang memiliki banyak pengguna pada tahun 2021 (Amilia et al.,2022). SDIT Taqiyya Rosyida Kartasura juga menggunakan satu menggunakan untuk media informasi. Tampilannya bisa dilihat pada gambar dibawah ini :



**Gambar 7.**  
Laman Tiktok

Dari gambar 7, dapat dilihat bahwa foto profil akun Tiktok SDIT Taqiyya Rosyida adalah logo sekolah tersebut. Terdapat dua video yang disematkan berjudul “Simulasi Pendidikan Berkarakter Kepedulian dan Empati Bus Tayo SDIT Taqiyya Rosyida” dan video yang Berjudul “ Adab Ketika Bertemu Guru “. Adapun video disematkan karena jumlah penonton kedua video tersebut karena jumlah penonton konten mencapai 139,7 ribu dan 24, 3 ribu. Hal yang melatarbelakangi jumlah penonton konten banyak karena videonya edukatif dan menarik. Siswa juga mengisi konten edukatif tersebut sehingga menjadi daya tarik tersendiri dari SDIT Taqiyya Rosyida. Rincian data-data dijabarkan di tabel berikut.

**Tabel 9.**  
Data Tiktok

<i>Username</i>	Pengikut	Mengikuti	Suka	Konten	Tanggal Bergabung
Taqiyya Rosyida	302	14	4721	58	20 Maret 2020

Dari tabel SD IT Taqiyya Rosyida memiliki akun Tiktok dengan nama Taqiyya Rosyida, memiliki pengikut 305 ,mengikuti 14, memposting 58 video, dan jumlah orang yang menyukai kontennya adalah 4673 akun. SDIT Taqiyya Rosyida bergabung Tiktok pada 20 Maret 2020.

**Tabel 10.**  
Gambaran Terakhir Update

No	Judul Konten	Tanggal Update
1	Dongeng bersama Ustadz Agus	30 November 2022

2	Juara 3 Siswa lomba foto hari guru AEF 2022	29 November 2022
3	Juara favorit 2 Siswi lomba video profil JSIT Jateng 2022	29 November 2022
4	Ucapan Hari Guru	25 November 2022
6	Kegiatan Upacara Hari Guru	25 November 2022
7	Kegiatan Olahraga dan Senam Siswa-siswi SDIT Taqiyya Rosyida	24 November 2022
8	Video Siswa edukatif (Adab senyum ketika salam)	19 November 2022

Dari Tabel 10, Konten videonya sama dengan yang ada media sosial lainnya yaitu Facebook, Instagram, dan Youtube Short. Sebelumnya, SDIT Taqiyya Rosyida bergabung Tiktok pada 20 Maret 2020. Konten pertamanya adalah berkaitan dengan video sosialisasi pencegahan virus Corona. Akun Tiktok SDIT Taqiyya Rosyida sempat vakum konten kurang lebih satu setengah tahun di saat pandemi. Kemudian pada tanggal 10 September 2021 aktif kembali membuat konten tentang penerimaan peserta didik baru dan sampai sekarang masih melakukan *update* konten.

Pengelolaan media sosial Tiktok perlu dikembangkan lagi sebagai sarana informasi masyarakat. Pemanfaatan media ini juga tergolong efektif karena memiliki fitur-fitur yang menarik. Bukan hanya video saja, tetapi juga dibarengi dengan audio, efek dan fitur-fitur yang lainnya. Sehingga dapat digunakan sebagai media informasi ringkas dan ringan (Amilia et al., 2022).

Pengelolaan media sosial penting dilakukan. Dalam pengelolaannya, SDIT Taqiyya Rosyida memiliki hambatan dalam memberikan informasi yang berkaitan dengan sekolah tersebut. Faktor penghambatnya adalah belum ada penjadwalan *update* postingan. Temuan ini selaras dengan penelitian (Trianto, 2021) bahwa bentuk pengimplementasian program pemasaran media sosial dengan membuat tim adanya sosial, menyusun strategi media sosial, memproduksi dan menjadwalkan postingan media sosial hingga mengevaluasi konten. Langkah-langkah yang dilakukan dalam menyusun strategi media sosial adalah menetapkan branding sekolah; menentukan aplikasi media sosial yang akan dipakai misal Fanpage Facebook, Instagram, dan Youtube; menetapkan target atau goal; melakukan update konten dengan frekuensi stabil; menggunakan postingan foto dan video sebanyak mungkin; berinteraksi dengan pengikut media sosial sekolah; membuat hashtag atau tagar sesuai brand sekolah; dan menentukan sasaran audiens atau target pemirsa. Sehingga dapat disimpulkan bahwa perlu pengetahuan dan perencanaan pengelolaan media sosial dalam lembaga pendidikan sehingga informasi yang diberikan kepada wali murid dan masyarakat selalu *update*, menarik, inovatif, dan kreatif.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa, dengan adanya media sosial di SDIT Taqiyya Rosyida dapat mempermudah orang tua dan masyarakat untuk melihat berbagai informasi terkait SDIT Taqiyya Rosyida. Media Sosial menjadi media informasi yang sangat efektif dan efisien. Dalam media sosial terdapat berbagai informasi mengenai sekolah. Manajemen media sosial di SDIT Taqiyya Rosyida Kartasura perlu ditingkatkan kembali dengan pembuatan jadwal update harian agar kualitas layanan sekolah semakin baik. Dalam pengelolaan media sosial perlu adanya

pengembangan dan perhatian khusus agar informasi serta konten-konten tentang sekolah tetap ter-update, lebih menarik, lebih rinci, lengkap, variatif, kreatif dan inovatif agar semua dokumentasi kegiatan sekolah bisa masuk di media sosial dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap SDIT Taqiyya Rosyida Kartasura. Admin perlu perencanaan dan pengetahuan lebih dalam pengelolaan media sosial dalam lembaga pendidikan. Hal ini disebabkan dunia informasi selalu berkembang dengan sangat cepat serta harus dimanfaatkan sebaik mungkin.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amilia, F., Rowindi, G., & Mubaroq, S. (2022). Pemanfaatan Publikasi Di Media Sosial Untuk Lembaga Pendidikan. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(5), 1141-1147. doi : <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v6i5.9355>
- Jayani, D. H. (2022, Maret 23). Berapa Pengguna Internet di Indonesia? Databoks. Retrieved 10 November 2022 pukul 15.42, from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/23/ada-2047-juta-pengguna-internet-di-indonesia-awal-2022>
- Pramessti, A. M. (2022). Pengelolaan Website dan Media Sosial di SMK Negeri 4 Surakarta. *Indonesian Journal of Islamic Educational Management*, 5(2), 54-68. doi : <http://dx.doi.org/10.24014/ijiem.v5i2.17444>
- Mastuti, A. T. (2022). Pengelolaan Media Sosial dan Website di SMK Negeri 6 Sukoharjo. *Hijri*, 11(1), 99-112. doi: <http://dx.doi.org/10.30821/hijri.v11i1.11802>
- Munadi, M. (2021). The Use of Social Media at State Islamic Colleges. *Tadbir: Jurnal Studi Manajemen Pendidikan*, 5(1), 137-156. doi : <http://dx.doi.org/10.29240/jsmp.v5i1.1794>
- Munadi, M., & Annur, F. (2021). The Utilization of Social Media in the State Islamic Universities in Indonesia. *Population*, 268, 2. doi : <http://dx.doi.org/10.21154/cendekia.v19i2.2707>
- Hagata, N. R. (2020). Pengelolaan Media Sosial Untuk Meningkatkan Relasi Sosial Di Sd Penuai Medan. *Naskah Publikasi Program Studi Ilmu Komunikasi*. <http://eprints.mercubuana-yogya.ac.id/id/eprint/9015>
- Sazali, H., & Sukriah, A. (2021). Pemanfaatan Media Sosial (Instagram) oleh Humas SMAU CT Foundation sebagai Media Informasi dan Publikasi dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan. *Jurnal Ilmu Komunikasi (JKMS)*, 10(2), 147-160. <https://jkms.ejournal.unri.ac.id/index.php/JKMS/article/view/7471/0>
- Trianto, R. (2021). Komunikasi Pemasaran Melalui Media Sosial (Studi Kasus Di SD Luqman Al Hakim Surabaya). *An-Nida': Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 9(2), 95-120. Retrieved from <https://e-jurnal.stail.ac.id/index.php/annida/article/view/279>