

**IMPLEMENTASI MANAJEMEN HUMAS DALAM PEMANFAATAN
MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA *SCHOOL BRANDING*
DI SEKOLAH MENENGAH ATAS NEGERI OLAHRAGA
PEKANBARU**

Skripsi

Untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai gelar Sarjana S1
pada Program Studi Manajemen Pendidikan Islam



Disusun Oleh:

FERI APRIANSAH

NIM 12010317583

**FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PEKANBARU
1446 H/2024 M**

HAK Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

©Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul *Implementasi Manajemen Humas dalam Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana School Branding di Sekolah Menengah Atas Negeri Olahraga Pekanbaru* yang disusun oleh Feri Apriansah NIM.12010317583 dapat diterima dan disetujui dalam sidang *munaqasyah*, Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 6 Muharram 1446 H
12 Juli 2024 M

Menyetujui,

Ketua Jurusan
Manajemen Pendidikan Islam

Dr. Hj. Yaliharji, M. Ag
NIP.197004041996032001

Pendidikan Islam

Pekanbaru, 6 Muharram 1446 H
12 Juli 2024 M

Pembimbing

Dr. H. Umar Faruq, M.Pd
NIP.130211025

Pendidikan Islam

. Ag
320

Dr. H. Umar Faruq, M. Pd
NIP. 130211025

UIN SUSKA RIAU

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta: milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul “Implementasi Manajemen Humas Dalam Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana *School Branding* di Sekolah Menengah Atas Negeri Olahraga Pekanbaru” yang ditulis oleh FERI APRIANSAH NIM. 12010317583 telah diujikan dalam sidang *Munqasyah* Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau pada tanggal 11 Oktober 2024. Skripsi ini diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd) pada jurusan Manajemen Pendidikan Islam.

Pekanbaru, 19 Rabiul Akhir 1446 H
22 Oktober 2024 M

**Mengesahkan
Sidang Munqasyah**

Penguji I

Prof. Raihani, S.Ag., M.Ed., Ph.D
NIP. 197110051997031002

Penguji II

Dra. Hj. Eli Sabrifha, M.Ag
NIP. 196611111996032001

Penguji III

Dr. Nunu Mahnun, M.Pd., Ph.D
NIP. 197604082001121002

Penguji IV

Mhd. Subhan, M.Ed., Ph.D., Chat
NIP. 199005252023211020

Dekan
Fakultas Tarbiyah dan Keguruan



Dr. H. Kadar M. Yusuf, M.Ag
NIP. 19650521 199402 1 001



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta ini dilindungi undang-undang

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Feri Apriansah
 NIM : 12010317583
 Tempat/Tgl. Lahir : Sidomakmur, 29 April 2002
 Fakultas : Tarbiyah dan Keguruan
 Prodi : Manajemen Pendidikan Islam
 Judul Skripsi : Implementasi Manajemen Humas Dalam Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana *School Branding* di Sekolah Menengah Atas Negeri Olahraga Pekanbaru.

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa:

1. Penulisan Skripsi dengan judul sebagaimana tersebut di atas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya
3. Oleh karena itu Skripsi saya ini, saya nyatakan bebas dari plagiat. Apabila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Skripsi saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 22 Oktober 2024
 Yang membuat pernyataan



Feri Apriansah
 NIM. 12010317583

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

MOTTO

“Sesungguhnya jika kamu bersyukur, niscaya aku akan menambah (nikmat) kepadamu”

(QS. Ibrahim: 7)

“Lakukanlah kebaikan sekecil apapun karena kau tak pernah tau kebaikan apa yang akan membawamu ke surga”

(Imam Hasan Al-Bahari)

“Jika kamu gagal di hari lalu ataupun hari ini, maka anggap itu pengalaman dan sebuah pelajaran. Teruslah berdoa, belajar, dan bekerja keraslah, janganlah pernah takut untuk melangkah mengambil keputusan untuk mencapai impian dan keinginanmu, serta tanamkan kejujuran. Karena jujur adalah kunci dari kehidupan”

(Penulis)

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillahirobbil alamin, sungguh perjalanan dan perjuangan yang cukup panjang telah saya lalui untuk mendapatkan gelar sarjana ini. Rasanya sangat bersyukur dan sangat bahagia sekali yang dapat saya rasakan. Sebuah karya ini saya persembahkan untuk orang tua saya yang tercinta dan tersayang segala pengorbanan dan tulus kasih, serta Kakak dan abang, om, lelek, future wife Sonia Rusyanti yang selalu memberi semangat kepada saya.



UIN SUSKA RIAU

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Tiada kata yang dapat mencerminkan perasaan penulis selain dengan rasa syukur kepada Allah Swt yang telah melimpahkan rahmat-Nya kepada semua makhluk hidup di alam semesta ini. Terutama bagi penulis yang telah diberikan nikmat iman, Islam, kesehatan, kesempatan, dan segala kenikmatan lain yang tak terhitung. Dengan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan laporan penelitian ini berjudul "IMPLEMENTASI MANAJEMEN HUMAS DALAM PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA *SCHOOL BRANDING* DI SEKOLAH MENENGAH ATAS NEGERI OLAHRAGA PEKANBARU" untuk meraih gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd) dari prodi Manajemen Pendidikan Islam (MPI) di UIN Suska Riau.

Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, bimbingan, dorongan dan bantuan baik moril maupun materil dari berbagai pihak, yang telah memberikan uluran tangan dan ketulusan hati kepada penulis. Ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Umar Faruq, M.Pd., yang telah membimbing saya dari awal hingga akhir dalam perjalanan meraih gelar sarjana pendidikan ini. Bantuan, bimbingan, dan dukungan Bapak menjadi suatu ilmu pengetahuan dan kenangan berharga yang dapat mendorong penulis untuk melangkah lebih maju.
2. Rasa terima kasih serta doa yang disampaikan kepada semua individu yang



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

memiliki peran penting dalam penyusunan skripsi ini. Terutama kepada Bapak Prof. Dr. Hairunnas Rajab, M.Ag., selaku Rektor UIN Suska Riau, diharapkan perguruan tinggi yang dipimpinnya dapat meraih keberhasilan dan keunggulan di tingkat internasional. Kepada Wakil Rektor I, yaitu Ibu Prof. Dr. Hj. Helmiati, M.Ag, semoga Ibu sehat selalu. Kepada Wakil Rektor II, yaitu Bapak Prof. Dr. H. Mas'ud Zein, M.Pd, semoga Bapak dilimpahi kenikmatan oleh Allah. Kepada Wakil Rektor III, yaitu Prof. Dr. Edi Erwan, M.Sc, semoga Bapak dilindungi oleh Allah.

3. Selain itu, kepada Bapak Dr. Kadar M. Yusuf, M.Ag., sebagai Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, semoga senantiasa selalu berada dalam lindungan rahmat Allah Swt dan mendapatkan pertemuan yang mulia di surga-Nya. Doa pun disampaikan juga kepada Ibu Dr. Hj. Yuliharti, M.Ag., yang menjabat sebagai Ketua Jurusan Manajemen Pendidikan Islam, agar senantiasa mendapatkan keberkahan di setiap langkahnya dan selalu mengenali nikmat Allah Swt dalam segala situasi. Terima kasih dan doa juga ditujukan kepada Bapak Nunu Mahnun, M.Pd., P.hd., selaku pembimbing Akademik, yang telah memberikan dukungan penuh kepada saya dengan kesabaran, kepedulian dan perhatian. Semoga Bapak senantiasa dilimpahi kasih sayang dan cintanya Allah Swt. Penulis dengan penuh rasa ketulusan mengucapkan rasa terima kasih atas waktu, tenaga, dan pikiran yang telah diberikan yang memungkinkan penulis menyelesaikan penyusunan penelitian ini.
4. Kepada yang paling istimewa dan berharga adalah kedua orang tua tercinta



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

penulis, yaitu Alm. Saliman dan Ibunda Suminah. Rasa terima kasih yang sangat besar disampaikan atas segala perjuangan dan kasih sayang yang melimpah untuk anak bungsu mereka ini. Tanpa sebuah doa dari keduanya, keberadaan penulis tidak akan memiliki makna apa pun, dan dengan segala balasan yang mungkin diberikan, tidak akan dapat memadai untuk membalas kebaikan yang telah diterima dari keduanya. Semoga Allah Swt senantiasa memberikan kebahagiaan yang tak terhingga di dalam hati Ibu dan Bapak, sehingga dalam segala keadaan, baik senang maupun susah, mereka selalu dapat merasakan kebahagiaan karena cahaya iman yang Allah Swt pancarkan kepada keduanya. Mari kita berharap untuk berkumpul dan menjalani kehidupan yang penuh kenikmatan di surga Allah Swt bersama-sama dengan Kakak, Abang, Adik-Adik, serta Nabi, sahabat, dan ulama.

5. Kepada Abang Ricardo, Kakak Heri, Suryani yang sangat aku sayangi, dan juga Sonia Rusyanti tanpa kalian penulis kekurangan semangat untuk menulis laporan ini. Semoga kalian semua akan selalu mendapatkan curahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya di dunia dan di akhirat.
6. Kepada semua teman sejurusan, walaupun penulis tidak dapat menyebutkan satu persatu, tetapi dukungan yang telah kalian berikan sangat nyata dan juga memiliki makna yang begitu mendalam bagi penulis. Semoga kalian semua meraih kesuksesan dalam menjalani kehidupan di dunia yang hanya sementara ini, dan semoga Allah Swt memberikan ilmu yang bermanfaat untuk kita semua. Penulis ingin menyampaikan terima kasih atas dukungan kalian, khususnya karena selalu bersedia berdiskusi, mengajukan suatu



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pertanyaan terhadap ide dan pemikiran penulis. Semoga kita dapat berkumpul bersama di surga nanti dan berbagi pengalaman unik dan penuh hikmah yang dialami selama hidup di dunia ini.

7. Terakhir, penulis ingin menyampaikan apresiasi terhadap diri sendiri yang telah kuat dan sabar menjalani perjuangan ini dengan penuh makna yang begitu besar. Dengan memegang teguh nilai- nilai filosofis yang telah ditetapkan, penulis berhasil tidak terpengaruh oleh hal-hal yang tidak esensial, selalu membiasakan berpikir positif, dan senantiasa untuk mengasah kemampuan observasinya. Secara sederhana, penulis merasa kagum karena telah mencapai tujuan serta tetap konsisten dengan keyakinan yang telah tertanam didalam hati dan akal sehat.

Wassallammualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Pekanbaru, 12 Juli 2024
Penulis

FERI APRIANSAH
NIM 12010317583

UIN SUSKA RIAU



ABSTRACT

Feri Apriansah, (2024): The Implementation of Public Relations Management in Using Social Media as Infrastructure of School Branding at State Senior High School Olahraga Pekanbaru.

This research aimed at determining: 1) the implementation of public relations management in using social media as infrastructure of school branding, 2) the supporting and obstructing factors for public relations management in using social media as infrastructure of school branding at State Senior High School Olahraga Pekanbaru. This research used descriptive qualitative methods. The subjects of this research were the deputy head of public relations as the key informant, and the parties involved such as the deputy school principal, operators/teachers, students and parents as additional informants. Observation, interview and documentation techniques were used for collecting the data. The data were analyzed by using collection, filtering, presentation and drawing conclusion. The research findings showed that: 1) the implementation of public relations management in using social media as infrastructure of school branding at State Senior High School Olahraga Pekanbaru increased a positive image, attracted prospective students, and increased community involvement. They used social media platforms such as Instagram, Facebook, and YouTube. This implementation was through several stages: first, planning process; creating a content calendar, collaborating with staff, and strategic analysis. The audience was targeted based on demographic segmentation and platforms were selected as user analysis. Second, public relations management through social media was conducted in a structured and well-coordinated manner, a clear branding strategy, production of high-quality content, and responsiveness to user interactions that were at the core of this effort. The positive responses from the community showed that this approach was successful in building a positive school image and connecting with its community. Third, regular evaluation using analytics helped to measure content performance and user engagement, and involved feedback from students, parents, and the community. 2) The supporting factors were such as good internet access, adequate digital devices, creative teams, school community participation, structured content schedules, and effective analytical tools. The obstructing factors faced were the limited budget, time, technical problems, changing in social media algorithms, the lack of student participation, and user responses that did not match expectations. Overcoming these obstacles, school made plan and train staff well, using social media management tools, and increasing collaboration and supporting from school principal. By this approach, State Senior High School Olahraga Pekanbaru has succeeded in maximizing the use of social media to strengthen school branding.

Keywords: Public Relations Management, Social Media, School Branding Tools

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ملخص

فيري أفراناساه، (٢٠٢٤): تطبيق إدارة العلاقات العامة في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كوسيلة للعلامة التجارية للمدرسة في مدرسة الرياضة الثانوية الحكومية بكنبارو

هذا البحث يهدف إلى معرفة ما يلي: ١) (تطبيق إدارة العلاقات العامة في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كوسيلة للعلامة التجارية للمدرسة في مدرسة الرياضة الثانوية الحكومية بكنبارو). ٢) (العوامل الداعمة والتوقعات لإدارة العلاقات العامة في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كوسيلة للعلامة التجارية للمدرسة في مدرسة الرياضة الثانوية الحكومية بكنبارو). يستخدم هذا البحث أسلوب البحث الكيفي الوصفي. وأفراد البحث نائب رئيس العلاقات العامة باعتباره المخبر الرئيسي، والأطراف المعنية مثل نائب مدير المدرسة والمشغل/المعلمين والتلاميذ وأولياء الأمور كمخبرين إضافيين. تم الحصول على البيانات باستخدام تقنيات الملاحظة والمقابلة والتوثيق. وتقنيات تحليل البيانات باستخدام مراحل جمع البيانات وتصفية البيانات وعرض البيانات واستخلاص الاستنتاجات. تظهر نتائج البحث ما يلي (1): تطبيق إدارة العلاقات العامة في استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كوسيلة للعلامة التجارية للمدرسة في مدرسة الرياضة الثانوية الحكومية بكنبارو باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي لزيادة الصورة الإيجابية، وجذب التلاميذ المحتملين، وزيادة مشاركة المجتمع. يختارون منصات مثل إنستغرام وفيسبوك ويوتيوب. ويمر هذا التنفيذ بعدة مراحل. أولاً، تتضمن عملية التخطيط خطوة مخطوة إنشاء تقويم للمحتوى والتعاون مع الموظفين والتحليل الاستراتيجي. يتم استهداف الجمهور بناءً على التقسيم الديموغرافي ويتم اختيار المنصات وفقاً لتحليل المستخدم. ثانياً، تتم إدارة العلاقات العامة من خلال وسائل التواصل الاجتماعي في مدرسة الرياضة الثانوية الحكومية بكنبارو بطريقة منظمة ومنسقة جيداً. إن الإستراتيجية الواضحة للعلامة التجارية، وإنتاج محتوى عالي الجودة، والاستجابة لتفاعلات المستخدم هي جوهر هذا الجهد. وتظهر الاستجابة الإيجابية من المجتمع أن هذا النهج ناجح في بناء صورة إيجابية للمدرسة والتواصل مع مجتمعها. ثانياً، يساعد التقييم المنتظم باستخدام التحليلات في قياس أداء المحتوى ومشاركة المستخدم، ويتضمن تعليقات التلاميذ وأولياء الأمور والمجتمع (2). تشمل العوامل الداعمة الوصول الجيد إلى الإنترنت، والأجهزة الرقمية الكافية، والفرق الإبداعية، ومشاركة المجتمع المدرسي، وجدول المحتوى المنظمة، والأدوات التحليلية الفعالة. وتشمل العوامل المتوقعة التي تمت مواجهتها قيود الميزانية، والوقت، والمشكلات الفنية، والتغيرات في خوارزميات وسائل التواصل الاجتماعي، وقلة مشاركة التلاميذ، واستجابات المستخدم التي لا تتطابق مع التوقعات. وللتغلب على هذه العقبات، تقوم المدرسة بتخطيط وتدريب الموظفين بشكل جيد، واستخدام أدوات إدارة وسائل التواصل الاجتماعي، وزيادة التعاون والدعم من مديري المدارس. وبهذا النهج، نجحت مدرسة بكنبارو الرياضية العامة الثانوية في تعظيم استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لتعزيز العلامة التجارية للمدرسة.

الكلمات الأساسية: إدارة العلاقات العامة، وسائل التواصل الاجتماعي، وسيلة للعلامة التجارية للمدرسة

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

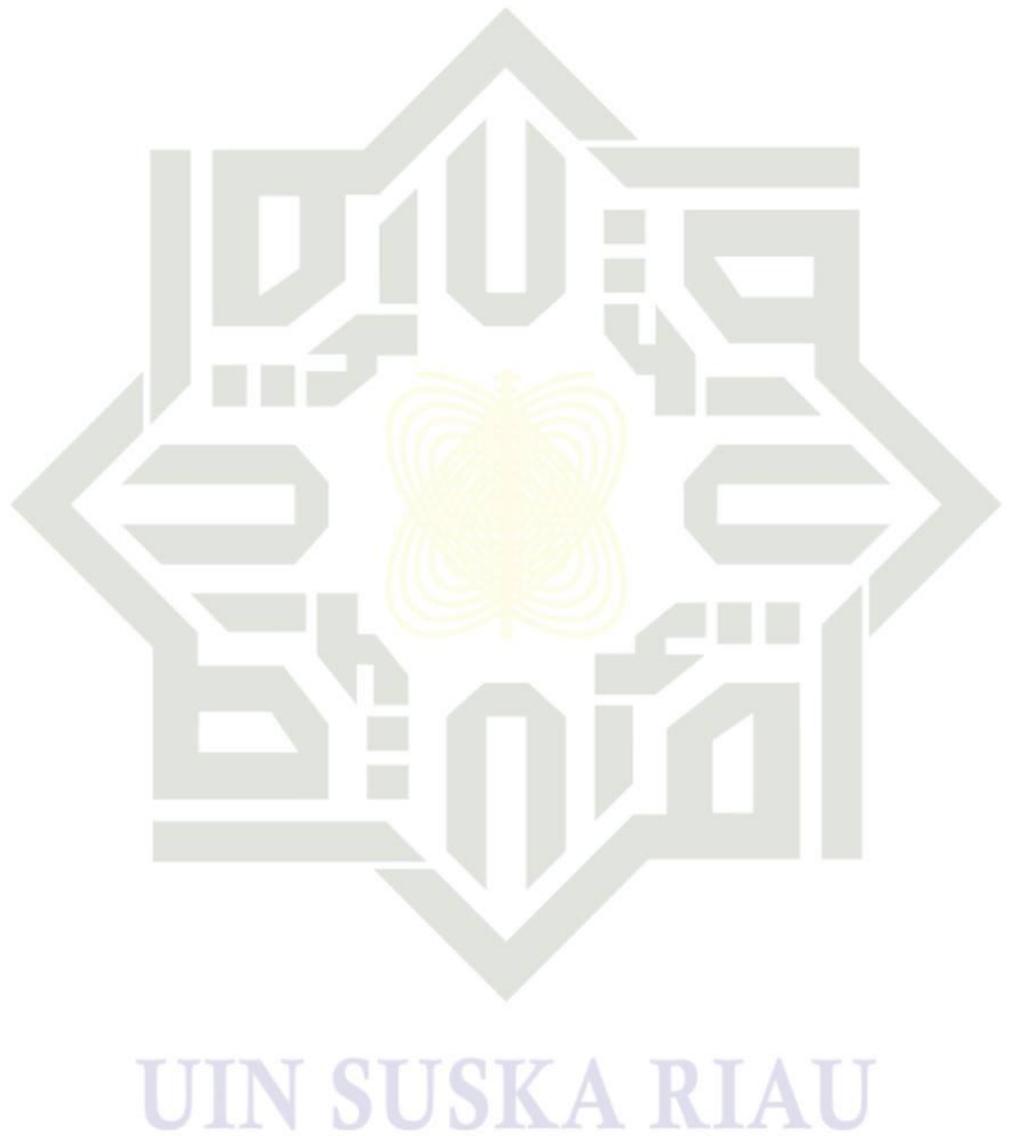
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	xi
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Alasan Memilih Judul.....	6
C. Penegasan Istilah.....	7
D. Permasalahan.....	9
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	10
BAB II KAJIAN TEORI	
A. Kerangka Teoritis.....	13
B. Kajian Terdahulu.....	24
C. Proposisi.....	27
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian.....	30
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	30
C. Subjek dan Objek Penelitian.....	31
D. Informan Penelitian.....	31
E. Teknik Pengumpulan Data.....	31
F. Teknik Analisis Data.....	32
G. Pengecekan Keabsahan Data.....	34
BAB IV PENYAJIAN HASIL PENELITIAN	
A. Deskripsi Lokasi Penelitian.....	36
B. Penyajian Data.....	58
C. Analisis Data dan Pembahasan Penelitian.....	105
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	112
B. Saran.....	115
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Struktur Organisasi SMAN Olahraga Pekanbaru.....	44
---	----



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Mata Pelajaran Wajib SMAN Olahraga Pekanbaru.....	45
Tabel 4. 2 Struktur Kurikulum Merdeka Kelas	46
Tabel 4. 3 Struktur Kurikulum 2013 Kelas XI MIPA	47
Tabel 4. 4 Struktur Kurikulum 2013 Kelas XI IIS.....	47
Tabel 4. 5 Struktur Kurikulum 2013 Kelas XII MIPA	48
Tabel 4. 6 Struktur Kurikulum 2013 Kelas XII IIS	49
Tabel 4. 7 Daftar Nama Pendidik.....	50
Tabel 4. 8 Daftar Nama Tenaga Administrasi/ Kependidikan.....	52
Tabel 4. 9 Daftar Nama Pustakawan.....	53
Tabel 4. 10 Daftar Nama-nama Staf Laboratorium	53
Tabel 4. 11 Daftar Jumlah Siswa/i Kelas X	54
Tabel 4. 12 Daftar Jumlah Siswa/i Kelas XI.....	54
Tabel 4. 13 Daftar Jumlah Siswa/i Kelas XII	54
Tabel 4. 14 Daftar Nama Prestasi Cabang Olahraga.....	55
Tabel 4. 15 Daftar Sarpras SKO-Ria.....	57

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Lembar Pedoman Wawancara
Lampiran 2	Lembar Pedoman dan Transkrip Observasi
Lampiran 3	Transkrip Wawancara
Lampiran 4	Media Sosial sebagai Sarana School Branding di Sekolah Menengah Atas Negeri Olahraga Pekanbaru
Lampiran 5	Lembar Disposisi
Lampiran 6	Blanko Kegiatan Bimbingan Proposal
Lampiran 7	Lembar ACC Proposal
Lampiran 8	Lembar Pengesahan Perbaikan Ujian Proposal
Lampiran 9	Surat Izin Melakukan Riset dari Fakultas Tarbiyah dan Keguruan
Lampiran 10	Lembar Rekomendasi Dinas PMPT
Lampiran 11	Surat Izin Riset dari Dinas Pendidikan Provinsi Riau
Lampiran 12	Surat Balasan Melakukan Riset
Lampiran 13	Blanko Kegiatan Bimbingan Skripsi
Lampiran 14	Lembar ACC Skripsi
Lampiran 15	Lembar Dokumentasi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Kepercayaan masyarakat kepada sekolah tidak hanya berkembang melalui upaya menanamkan persepsi publik, tetapi juga melalui penciptaan identitas sekolah yang mencerminkan perbedaan karakteristiknya dengan sekolah lain. Dengan demikian, pencapaian citra atau brand yang positif perlu diperhatikan. Sejalan dengan hasil penelitian oleh Elyus dan Soleh, menunjukkan bahwa pembangunan citra sekolah dapat merangsang minat masyarakat serta meningkatkan kualitas sumber daya sekolah.¹

Dalam implementasinya, humas sekolah menghadapi berbagai tantangan dan ekspektasi tinggi dari masyarakat. Situasi ini ditandai dengan munculnya persaingan di antara lembaga pendidikan, seperti sekolah negeri, swasta, bahkan dengan kehadiran sekolah internasional. Menurut Soetopo & Rohmitriasih, dinamika perkembangan pola pendidikan yang sangat cepat telah menciptakan persaingan yang semakin ketat di antara sekolah, terutama dalam upaya menarik perhatian calon konsumen dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Konsumen dalam konteks ini merujuk kepada masyarakat sebagai pihak yang menerima layanan Pendidikan.²

¹ Dinda Septian Elyus & Muhamad Soleh, “Strategi Humas dalam Meningkatkan Citra Sekolah di Era Pandemi Covid 19,” Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan, Vol.9, No.2, 2021, h. 28-89.

² Soetopo, H., & Rohmitriasih, *Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*, Jurnal Manajemen Pendidikan, Vol. 24, No. 5, 2015. h. 402.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Mengacu pada hal tersebut, usaha penyelesaian masalah antar lembaga dengan mengidentifikasi dan menganalisis opini atau isu-isu yang muncul di masyarakat diperlukan peran humas. Humas perlu mempunyai keahlian dalam memilih dan menyajikan informasi sehingga memiliki nilai di mata publik. Tugas humas melibatkan kemampuan merancang program komunikasi, menggunakan berbagai media dan sarana sesuai dengan tujuan komunikasi dan target khalayak. Selain itu, humas diharapkan dapat mengevaluasi liputan media yang dapat memengaruhi persepsi, serta memiliki keterampilan dalam manajemen isu. Pemahaman yang jelas terhadap permasalahan kehumasan yang dihadapi oleh lembaga menjadi hal yang penting bagi humas, agar misi untuk membangun citra positif dapat tercapai dan dapat meningkatkan branding di mata masyarakat.³

Mengacu pada permasalahan di atas, manajemen humas atau hubungan masyarakat adalah salah satu fungsi manajemen secara terencana dan sistematis yang memberikan kontribusi terhadap peningkatan program dan layanan organisasi pendidikan.⁴ Humas harus mempunyai kegiatan yang terencana dengan baik dan menetapkan tujuan yang hendak dicapai.⁵ Manajemen humas menjadi sangat krusial dalam memperkenalkan dan mempromosikan lembaga pendidikan guna memenuhi kebutuhan serta harapan masyarakat. Sebagaimana humas di lembaga pendidikan memiliki

³ Khoirin Mukhtar, *Peran dan Strategi Humas Dalam Pembentukan Citra Perguruan Tinggi Islam*, (Bandung: Nuansa Ilmu Dakwah, 2016), Vol 15, h. 318.

⁴ Yosol Iriantara, *Manajemen Humas Sekolah*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2013), h. 19.

⁵ Morissan, M.A., *Manajemen Publik Relations*, (Jakarta: Kencana, 2008), h. 9.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

beberapa fungsi, seperti yang diuraikan oleh Nasution dalam Sari & Soegiarto. Pertama, berperan sebagai mediator dalam menyampaikan komunikasi baik secara langsung (komunikasi tatap muka) maupun tidak langsung (melalui media pers) kepada pimpinan lembaga dan publik internal. Kedua, mendukung dan memajukan kegiatan-kegiatan lembaga pendidikan melalui publikasi. Ketiga, menciptakan citra positif terhadap lembaga pendidikan.⁶

Membangun citra positif brand sekolah bukanlah tugas yang mudah, terutama melihat adanya persaingan antar lembaga pendidikan yang terus berlangsung supaya menarik minat konsumen. Salah satu strategi yang digunakan adalah dengan memperhatikan dan memperkuat jaringan pembangunan brand sekolah melalui sistem informasi digital. Pada era digital saat ini, pemanfaatan teknologi elektronik menjadi sangat krusial dalam mencapai tujuan sekolah. Teknologi elektronik tidak hanya berperan sebagai alat untuk mengelola sumber daya internal dan eksternal sekolah, tetapi juga sebagai medium untuk mengelola kepentingan publik dengan lebih cepat dan merata. Oleh karena itu, dibutuhkan manajemen humas yang memiliki kemampuan untuk merencanakan dan menggunakan teknologi digital secara efektif guna mencapai tujuan organisasi secara efisien. Sholihah, dalam penelitiannya, menegaskan bahwa manajemen humas memegang peranan penting dalam meningkatkan mutu sekolah melalui pemanfaatan media

⁶ Wina Puspita Sari, Asep Soegiarto, *Fungsi dan Peran Humas di Lembaga Pendidikan*. *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 7, No. 1, 2019, h. 47-64.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sosial.⁷ Terdapat preferensi masyarakat untuk berkomunikasi melalui media sosial yang dikelola oleh sekolah sebagai sumber informasi dan saluran penyampaian informasi yang dianggap efektif dan efisien. Media sosial diakui sebagai alat strategis yang mampu menjalin koneksi online antara pihak-pihak yang terlibat (*stakeholders*).⁸

Berdasarkan pemaparan di atas, dapat dikonfirmasi bahwa humas memegang peran sentral dalam membantu sekolah dalam menyampaikan seluruh kegiatan dan informasi yang terkait dengan sekolah. Oleh karena itu, penting bagi humas sekolah untuk memahami dan menyelidiki lebih lanjut harapan-harapan masyarakat serta situasi yang terjadi di lapangan. Karena keberhasilan sekolah dan citra positifnya dapat diukur melalui keberhasilan lulusan dalam dunia kerja.⁹

Maka, eksistensi humas dalam suatu lembaga dapat dilihat dari perannya yang tercermin dalam fungsi yang diemban. Fungsi humas menjadi ujung tombak dalam menjalankan komunikasi dua arah antara lembaga dan publiknya, dengan tujuan menciptakan pemahaman dan dukungan untuk mencapai berbagai tujuan, kebijakan, layanan, dan sebagainya, demi kemajuan dan reputasi positif. Dalam konteks ini, diperlukan peran dan fungsi humas di lembaga pendidikan, tidak sekadar sebagai unit yang

⁷ Tutut Sholihah, *Strategi Manajemen Humas dalam Menciptakan School Branding pada Sekolah Islam Terpadu*,” J-MPI (Jurnal Manajemen Pendidikan Islam, Vol. 3, No. 2, 2018, h. 72–84

⁸ Wahyuni, P. A., & Ernungtyas, N. F, *Pemanfaatan Media Sosial dalam Public Relations di Sekolah Menengah Kejuruan*. Jurnal Komunikasi Nusantara, Vol. 2, No.1, 2020. h. 10–16.

⁹ Dinda Septian Elyus & Muhamad Soleh, “*Strategi Humas dalam Meningkatkan Citra Sekolah Di Era Pandemi Covid 19*,” Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan, Vol.9, No.2, 2021, h. 28–39.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menyebarkan materi promosi atau membuat kliping, melainkan menjadi perantara yang membantu pimpinan dalam mendengarkan kritik, saran, dan harapan masyarakat.¹⁰

Banyaknya media sosial yang tersedia saat ini juga telah dimanfaatkan sebaik mungkin oleh pihak sekolah, yaitu dengan menjalin kerjasama dengan media masa. Selain publikasi menggunakan media sosial sekolah, pihak humas juga mempublikasikan kegiatan SMA Negeri Olahraga Pekanbaru di berbagai media-media berita agar jangkauan informasi dapat tersebar lebih luas. SMA Negeri Olahraga Pekanbaru dapat dikenal karena usaha-usaha branding sekolah telah dilakukan secara meluas yang juga memanfaatkan warga sekolah dalam penyebaran informasinya.

Berdasarkan wawancara awal (studi pendahuluan) kepada Bagian Humas SMA Negeri Olahraga Pekanbaru, pada 24 November 2023 penulis menemukan gejala-gejala sebagai berikut:

1. Administrasian yang kurang tertib seperti tidak ada penyimpanan system untuk mengakses data-data lama.
2. Arsip dokumen yang belum baik dikarenakan faktor user yang tidak tetap, kurang paham dan bisa juga disebabkan karena kelalaian.
3. Publikasi Sekolah Menengah Atas Negeri Olahraga Pekanbaru belum jauh jangkauannya.
4. Pengunjung media sosial yang masih terbatas.

¹⁰ Abdul Rahmat, *Manajemen Humas Sekolah*, (Media Akademi: Yogyakarta,2020). h.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

5. Sosialisasinya kurang efektif.
6. Informasi belum terbaca dengan jelas.
7. Hampir tidak semua daerah Riau tau keberadaan Sekolah Menengah Atas Negeri Olahraga Pekanbaru.
8. Tidak semua orang tua bisa mengakses web dan media sosial lainnya.

Berdasarkan pemaparan di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai **“Implementasi Manajemen Humas dalam Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana *School Branding* di Sekolah Menengah Atas Negeri Olahraga Pekanbaru”**.

B. Alasan Memilih Judul

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, terdapat beberapa alasan mendasar bagi peneliti memilih judul penelitian tersebut.

Adapun alasan-alasan tersebut di antaranya:

1. Persoalan-persoalan yang dikaji dalam judul sesuai dengan bidang ilmu yang penulis pelajari, yaitu manajemen hubungan masyarakat/ Humas.
2. Judul yang terkait teori sesuai dengan permasalahan yang ditemukan di dalam gejala-gejala penelitian.
3. Lokasi penelitian terjangkau dan permasalahan yang akan diteliti ada di Sekolah Menengah Atas Negeri Olahraga Pekanbaru.
4. Sepengetahuan penulis judul ini belum pernah diteliti oleh mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau khususnya Mahasiswa Fakultas Tarbiyah dan Keguruan.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

C. Penegasan Istilah

Untuk mencegah timbulnya kekeliruan terkait judul dalam riset ini, perlu dilakukan penegasan mengenai istilah-istilah yang terkait. Dengan demikian, penulis akan menjelaskan beberapa istilah yang ada hubungannya dengan judul tersebut., yaitu:

1. Manajemen Humas

Manajemen (*manage*) berasal dari bahasa Italia yang bersumber pada perkataan latin yang berarti “tangan”. Secara harfiah berarti “menangani”, secara maknawiah berarti “memimpin, mengelola, membimbing, atau mengatur”.¹¹

Humas (hubungan masyarakat) merupakan sumber informasi dalam suatu bidang atau fungsi tertentu yang diperlukan oleh setiap organisasi seperti di lembaga pendidikan.¹² Manajemen humas, menurut definisi Ruslan oleh Zulkarnain Nasution, merupakan suatu proses yang melibatkan perencanaan, pengorganisasian, komunikasi, dan koordinasi dengan serius dan rasional. Tujuan utamanya adalah mencapai bersama-sama tujuan organisasi atau lembaga yang diwakilinya. Untuk merealisasikan itu semua banyak hal yang harus dilakukan oleh humas

¹¹ Prof. Drs. Onong Uchjana Efendy. M.A., *Human Relation Dan Public Relation*, (Bandung: Mandar Maju), h. 4.

¹² M. Linggar Anggoro, *Teori Dan Profesi Kehumasan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2001), h.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

dalam suatu lembaga pendidikan.¹³

Dalam penelitian ini manajemen hubungan masyarakat (humas) merupakan serangkaian kegiatan yang terstruktur, terprogram, dan berkelanjutan, yang dilakukan oleh individu yang memiliki keahlian dalam mengelola komunikasi dengan baik. Tujuannya adalah untuk membentuk citra positif di kalangan masyarakat.

2. Media Sosial

Menurut pandangan Turban, MCLean, dan Wetherbe yang dikutip oleh Nastiti, media sosial didefinisikan sebagai sistem yang beroperasi untuk mengumpulkan, memproses, menyimpan, menganalisis, dan menyebarkan informasi dengan tujuan tertentu melalui penggunaan perangkat teknologi.¹⁴ Teknologi dapat menghasilkan perubahan sosial dan organisasi.¹⁵

Dalam penelitian ini, media sosial dimaksudkan suatu sistem yang beroperasi untuk menghimpun, memproses, menyimpan, menganalisis, dan menyebarkan informasi dengan tujuan khusus menggunakan perangkat teknologi.

3. Sarana *School Branding*

¹³ Zulkarnain Nasution, *Manajemen Humas Di Lembaga Pendidikan*, (Malang: UMM Press, 2010), h. 4.

¹⁴ Faulinda Ely Nastiti, Aghni Rizqi Ni'mal Abdu, "Kesiapan Pendidikan Indonesia Menghadapi Era Society 5.0," *Edcomtech: Jurnal Kajian Teknologi Pendidikan*, Vol. 5, No. 1, 2020, hlm. 61–66.

¹⁵ Asa Briggs dan Peter Burke, *Sejarah Sosial Media*, (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2006), h. 231.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sarana *School branding* adalah usaha yang dilakukan oleh lembaga pendidikan dalam menawarkan *brand* (merek) yang unik dan memiliki ciri khas tersendiri. Melalui hal ini, sekolah dapat dikenal, diingat di kalangan masyarakat umum, bukan hanya mencakup nama dan lokasi, melainkan juga menciptakan identitas yang membedakan mutu layanan sekolah tersebut dari institusi pendidikan lainnya.¹⁶

Dalam penelitian ini *sarana school branding* merupakan upaya yang ditempuh oleh institusi pendidikan guna menciptakan kesadaran, daya ingat, dan penilaian khusus di kalangan masyarakat umum melalui beragam aspek pembentukan citra positif.

D. Permasalahan

1. Identifikasi Masalah

Sehubung dengan pengelolaan humas dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana branding di SMA Negeri Olahraga Pekanbaru, maka ada beberapa masalah yang dapat diteliti di antaranya:

- a. Sistem administrasi dan informasi masih kurang maksimal di SMA Negeri Olahraga Pekanbaru.
- b. Penyebaran informasi sekolah yang belum terjangkau luas oleh masyarakat.
- c. Informasi yang belum sampai, tidak terbaca, dan belum jelas.
- d. Sosialisasi lembaga kurang efektif.
- e. Tidak semua orang paham dalam mengakses media sosial.

¹⁶ Fredy Rangkuti, *The Power of Brand*, (Jakarta: Gramedia Pustaka, 2011), hlm. 26.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Batasan Masalah

Untuk mempermudah penelitian agar lebih terarah dan mencapai sasaran dari segi waktu dan biaya, maka penulis membatasi masalah yaitu: “Implementasi Manajemen Humas dalam Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana *School Branding* di Sekolah Menengah Atas Negeri Olahraga Pekanbaru”.

3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang telah dijelaskan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- a. Bagaimana implementasi manajemen humas dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana *school branding* di SMA Olahraga Pekanbaru?
- b. Apa saja faktor pendukung dan penghambat implementasi manajemen humas dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana *schoolbranding* di SMA Olahraga Pekanbaru?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui implementasi manajemen humas dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana *school branding* di SMA Olahraga Pekanbaru
- b. Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat implementasi



manajemen humas dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana *school branding* di SMA Olahraga Pekanbaru.

Kegunaan Penelitian

a. Teoritis

- 1) Bagi sekolah: sebagai informasi implementasi humas dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana *school branding* di SMA Negeri Olahraga Pekanbaru.
- 2) Waka Humas : sebagai penambahan wawasan dan pemahaman manajemen humas dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana *school branding*.
- 3) Bagi peneliti: sebagai persyaratan untuk menyelesaikan program sarjana strata satu (S1) untuk mendapatkan gelar S.Pd. pada jurusan Manajemen Pendidikan Islam, Fakultas Tarbiyah dan Keguruan.
- 4) Bagi peneliti lain: sebagai acuan dan masukan untuk penelitian selanjutnya tentang implementasi manajemen humas dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana *school branding*.

b. Praktis

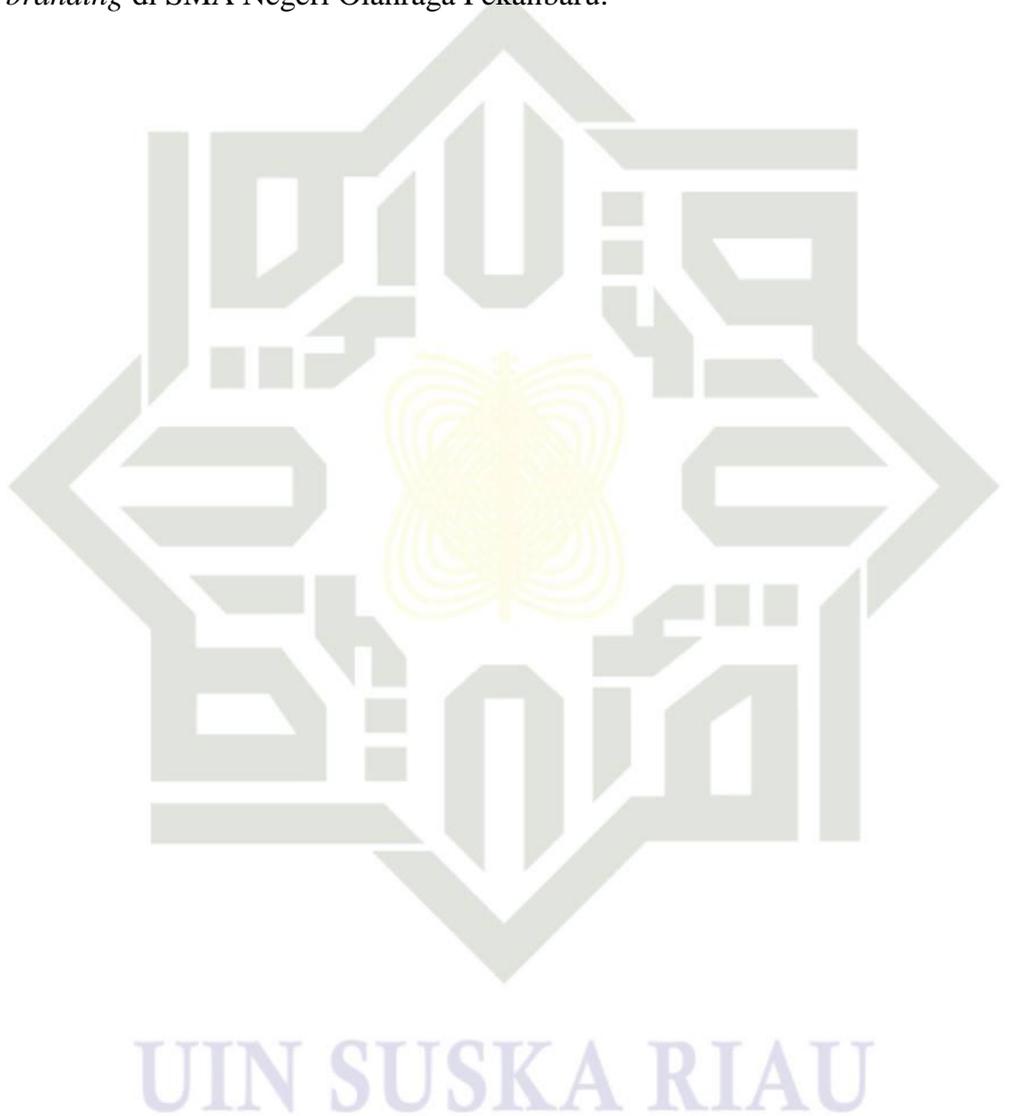
- 1) Bagi sekolah: diharapkan agar mampu memberikan kontribusi positif bagi kepala sekolah, pegawai dan elemen sekolah yang ikut andil pada implementasi manajemen humas dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana *school branding* di

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

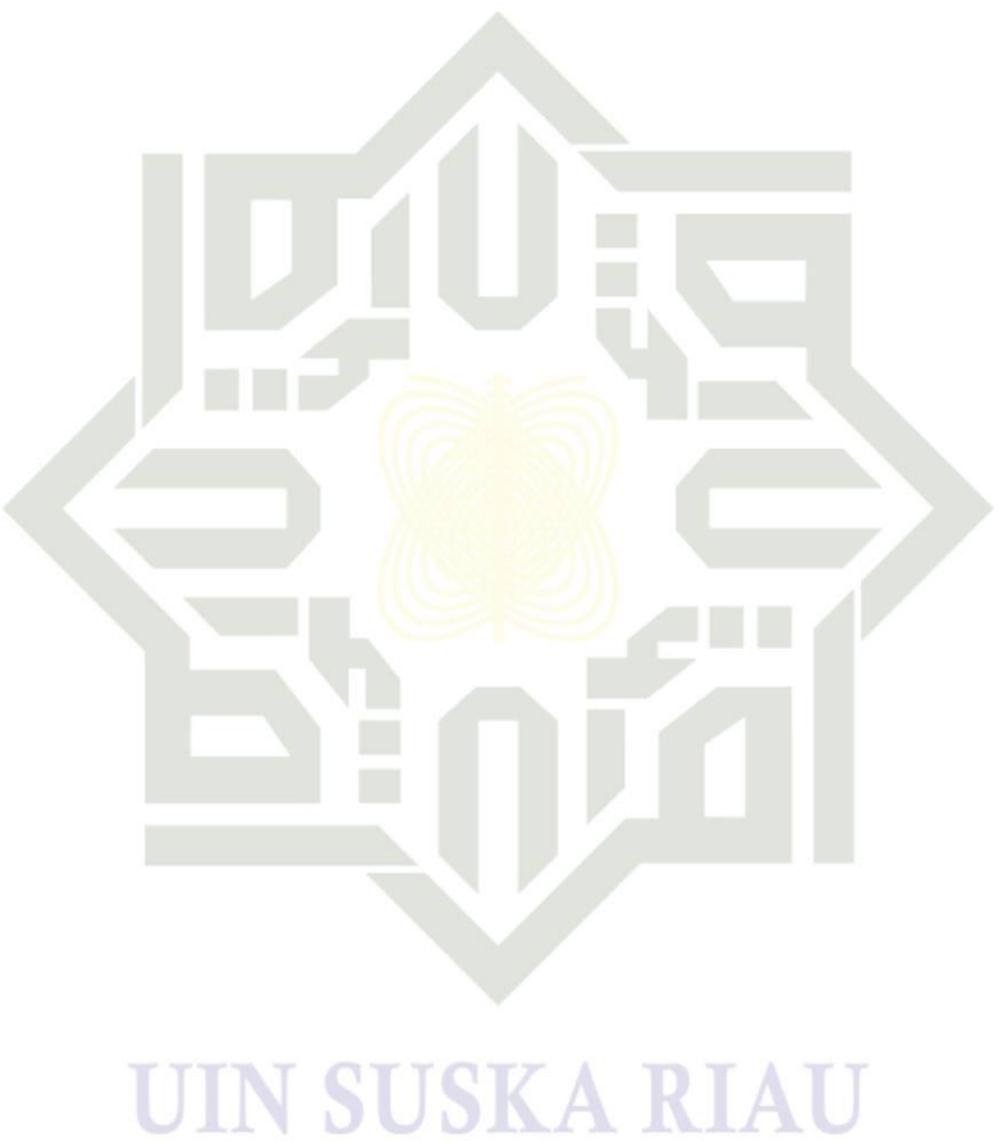
SMA Negeri Olahraga Pekanbaru.

- 2) Bagi peneliti: dapat menambah pengembangan wawasan keilmuan penulis dalam memahami serta mengetahui peran humas dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana *school branding* di SMA Negeri Olahraga Pekanbaru.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Kerangka Teoritis

1. Konsep Manajemen Humas

Manajemen Humas berasal dari proses dan fungsi manajemen, sebagaimana yang dijelaskan oleh Terry dalam bukunya “*Principles of Management*”, di mana fungsi manajemen diidentifikasi sebagai POAC (*Planning, organizing, Actuating, dan Controlling*).¹⁷ Dalam konteks manajemen operasional, keberadaan Manajemen Hubungan Masyarakat (HUMAS) menjadi suatu fungsi yang perlu mendapatkan perhatian khusus, dan harus diisi oleh personil yang memiliki pemahaman komunikasi, baik di tingkat internal maupun eksternal organisasi. Penempatan staf atau personel manusia menjadi elemen yang sangat krusial dalam pelaksanaan kegiatan manajemen hubungan masyarakat.¹⁸

Manajemen Humas memiliki tanggung jawab untuk menyampaikan informasi tentang tujuan program, kebutuhan, dan kondisi program layanan pendidikan, serta upaya peningkatan mutu pendidikan kepada masyarakat. Selain itu, dalam konteks peningkatan layanan pendidikan, Terwujudnya hubungan yang harmonis dan timbal balik ini dianggap sebagai unsur kunci dalam mencapai peningkatan kualitas layanan dan mencapai tujuan yang diinginkan.

¹⁷ Shely Deity Meity Sumual, *Teori dan Model Manajemen Pendidikan*, (UKIT Press, 2023), h. 92.

¹⁸ Mesiono, dkk, Implementasi Manajemen Humas Dalam Peningkatan Mutu Layanan Berbasis Digital di SMP Islam Terpadu Al-Hijrah Deli Serdang, *Jurnal Lensa Mutiara Indonesia Communication*, Vol. 5, No. 1, 2021, h. 86.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Menurut Sahertian, pelaksanaan kegiatan humas memiliki sejumlah prinsip yang harus diperhatikan, antara lain:

- a. Keterpaduan (*integrating*), mengacu pada keterkaitan antara kepala sekolah, masyarakat, dan keluarga sebagai satu kesatuan yang saling berhubungan.
- b. Berkesinambungan (*continuity*), merujuk pada suatu proses yang berkembang secara terus menerus.
- c. Menyeluruh (*coverage*), menekankan bahwa penyajian fakta-fakta kepada masyarakat harus mencakup seluruh aspek.
- d. Sederhana (*simplicity*), menandakan bahwa informasi yang disampaikan harus sederhana, dengan menggunakan kata-kata yang mudah dimengerti dan disampaikan dengan rasa persahabatan.
- e. Konstruktif (*constructiveness*), menunjukkan bahwa informasi yang disampaikan dapat membentuk pendapat umum yang positif terhadap sekolah.
- f. Kesesuaian (*adaptability*), mencerminkan pentingnya penyesuaian program humas dengan keadaan masyarakat yang berubah.
- g. Luwes (*flexibility*), menggambarkan fleksibilitas program yang mampu menerima perubahan yang terjadi sewaktu-waktu.¹⁹

2. Implementasi Manajemen Humas

Terdapat beberapa tahapan yang dapat dilakukan di antaranya:

- a. Perencanaan Manajemen Humas

¹⁹ Nurul, Strategi Humas Dalam Menyampaikan Program Unggul Madrasah, *Al – Tanzim Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, Vol. 2, No. 1, 2018, h. 40



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Perencanaan merupakan sejumlah keputusan mengenai harapan dan berisi petunjuk pelaksanaan untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Dengan demikian, setiap rencana mengandung unsur tujuan dan pedoman. Proses perencanaan humas atau *public relations* menurut Jefkins ada enam tahapan perencanaan yang harus diselesaikan, yaitu: Pengenalan situasi, penetapan tujuan, penetapan khalayak sasaran, pemilihan teknik sasaran, perencanaan anggaran, pengukuran hasil atau evaluasi.

Perencanaan memiliki peranan yang sangat vital dalam manajemen humas, mengambil peran sebagai langkah awal dalam menentukan arah gerakan yang akan dicapai. Sumber daya yang tersedia di sekolah diaktifkan untuk melaksanakan rencana yang telah disusun. Adanya proses perencanaan mempermudah kelompok atau individu dalam melaksanakan tugasnya, sehingga program-program yang telah direncanakan dapat dijalankan dengan lebih lancar.²⁰

b. Pelaksanaan Manajemen Humas

Tahap pelaksanaan merupakan bentuk nyata dari proses perencanaan yang telah disusun bersama. Sekolah aktif menjalin komunikasi yang efektif dengan semua pihak terkait, bekerja sama baik dengan lingkungan internal maupun eksternal, dan memberikan pelayanan yang optimal kepada masyarakat melalui fasilitas yang

²⁰ Yuli Supriani, Implementasi Manajemen Humas dalam Meningkatkan Mutu Madrasah, *Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, Vol. 5, No. 2, 2022, h. 591.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

disediakan untuk berbagai kegiatan sekolah. Setelah rencana telah disusun secara matang dan mendapatkan persetujuan dari pihak berwenang, langkah selanjutnya adalah pelaksanaan rencana tersebut. Dalam pelaksanaan ini, koordinasi antara tenaga kerja, dana, peralatan, lokasi dan lingkungan, serta waktu menjadi kunci utama.²¹

Dalam proses pelaksanaan program humas meliputi empat tahap sebagai berikut: mendefinisikan problem atau peluang, perencanaan dan pemograman, mengambil tindakan dan komunikasi, mengevaluasi program.

c. Evaluasi Manajemen Humas

Evaluasi program kehumasan merupakan proses penilaian atau penentuan keberhasilan suatu program kehumasan. Suksesnya program humas tidak hanya dapat diukur dari sejumlah penghargaan, pujian, atau liputan media masa yang diterima, tetapi juga harus dinilai dari tingkat kesadaran dan perubahan pendapat, sikap, serta perilaku masyarakat terhadap lembaga pendidikan. Dalam melakukan evaluasi program kehumasan, perlu adanya kesepahaman antara *public relations* dan manajemen terkait kriteria yang akan digunakan untuk menilai keberhasilan pencapaian sasaran. Beberapa kriteria tersebut antara lain: Realistis (dapat dicapai), Dapat dipercaya (hasil pencapaian berasal dari kegiatan public relations),

²¹ M.Fahim Tharaba, *Manajemen Humas*, (Malang: Dream Litera Buana, 2020), h. 15.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Spesifik (mencegah ketidakjelasan gambaran), Dapat diterima (sesuai dengan harapan masyarakat atau konsumen terkait *public relations*).²²

3. Ruang Lingkup Manajemen Humas

Ruang lingkup alokasi hubungan masyarakat di sebuah organisasi atau lembaga melibatkan beberapa kegiatan, antara lain:

- a. Promosi hubungan internal (publik internal), yang merujuk pada audiens yang merupakan bagian dari unit, tubuh, perusahaan, atau organisasi tersebut.
- b. Mendorong hubungan eksternal, yang berkaitan dengan audiens publik eksternal, yaitu masyarakat umum. Upaya ini bertujuan untuk mengembangkan citra positif dari lembaga yang diwakilinya. Tujuan khusus hubungan sekolah dan masyarakat mencakup:
 - 1) Memperkenalkan pentingnya sekolah kepada masyarakat.
 - 2) Mendapatkan dukungan moral dan keuangan yang dibutuhkan untuk pengembangan sekolah.
 - 3) Memberikan informasi kepada publik tentang konten dan implementasi program sekolah.
 - 4) Memperkaya dan memperluas program sekolah serta misi sesuai dengan perkembangan dan kebutuhan masyarakat.
 - 5) Mengembangkan kerja sama yang lebih erat antara keluarga dan

²² Istiqhomah, Pelaksanaan Program Kehumasan dalam Rangka Peningkatan Partisipasi Masyarakat di SMK Piri 1 Yogyakarta, (Tesis, Program Studi Manajemen Pendidikan UNY 2017), h. 101-11.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sekolah dalam mendidik siswa.

- 6) Tugas hubungan masyarakat melibatkan kegiatan beriklan untuk mengenalkan kegiatan organisasi kepada pihak eksternal²³

4. Media Humas di Lembaga Pendidikan

Media, sebagai salah satu alat komunikasi humas, digunakan untuk menyampaikan informasi, publikasi, dan promosi kepada publik internal dan eksternal suatu lembaga pendidikan. Umumnya, terdapat dua jenis media yang kerap digunakan dalam kegiatan humas. Media internal bertujuan untuk peserta didik (mahasiswa/siswa), tenaga pengajar (dosen/guru), dan pegawai administrasi atau karyawan di lembaga pendidikan. Media eksternal ditujukan kepada orang tua siswa, alumni, dunia industri, instansi pemerintah dan swasta, serta masyarakat umum. Adapun jenis media internal dan eksternal humas dapat dijabarkan sebagai berikut:

a. Jenis Media Internal Humas di Lembaga Pendidikan:

- 1) Warta atau Bulletin
- 2) Papan Informasi
- 3) Papan Foto
- 4) Spanduk dan Baliho
- 5) Presentasi Video dan Slide
- 6) Perangkat audio visual, seperti kaset video dan LCD.
- 7) Komunikasi Tatap Muka

²³ Harson. 2018. Implementation Of Education Management Standard In The Guidance Of Private Islamic High School, *Jurnal Pendidikan Islam*, Vol. 4 No. 1, 2018,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 8) Acara Kekeluargaan
 - 9) Klub Sosial
 - 10) Literatur Pengenalan/Informasi
 - 11) Jaringan Telepon Internal
- b. Jenis Media Eksternal Humas di Lembaga Pendidikan:
- 1) Jurnal Eksternal
 - 2) Media Audio Visual
 - 3) Literatur Edukatif
 - 4) Komunikasi Lisani
 - 5) Pameran
 - 6) Seminar dan Konferensi
 - 7) Sponsorship
 - 8) Media Cetak
 - 9) Media Elektronik
 - 10) Media Tatap Muka atau Secara Langsung
 - 11) Media Internet.²⁴

Semua media tersebut berperan dalam mencapai tujuan humas dengan menyampaikan informasi dan komunikasi kepada pihak internal dan eksternal lembaga pendidikan serta dapat menjadi sarana *school branding*.

²⁴ Eka Khoiru Nisa, Denas Hasman Nugraha, Implementasi Manajemen Humas dalam Meningkatkan Hubungan Baik Antara Sekolah dengan Wali Siswa di SD IT Harapan Bunda Semarang Jawa Tengah, *Jurnal Al-Fahim*, Vol. 1, No.1, 2019. h. 10-11.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5. Media Sosial Sekolah sebagai Sarana *School Branding*

Menurut Van Dijk media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Karena itu media sosial dapat dilihat fasilitator online atau menguatkan jaringan antar-individu dalam sebuah hubungan sebagai sebuah nilai sosial.²⁵

Secara definitif, media sosial dapat diartikan sebagai media daring yang menggunakan jejaring internet untuk memfasilitasi interaksi sosial. Perubahan dalam pola komunikasi yang berubah menjadi dialog interaktif dalam sistem media sosial didasarkan pada teknologi berbasis website. Perubahan metode komunikasi sosial dari pola konvensional menjadi pola digital bertujuan untuk menyederhanakan dan meningkatkan efektivitas dan efisiensi komunikasi. Jejaring sosial, atau lebih dikenal sebagai media sosial, merupakan sarana dari media baru yang memberikan tingkat interaktivitas yang lebih tinggi dibandingkan dengan sarana konvensional sebelumnya. Dalam arti lain, media sosial dapat didefinisikan sebagai media daring di mana pengguna dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan berinteraksi dengan sesama manusia secara virtual di seluruh dunia.²⁶

Media sosial, sebagai salah satu platform yang tengah berkembang dan umum digunakan dalam masyarakat, dapat menjadi alat

²⁵ Hildawati, S.Sos., M.Si, dkk, *Literasi Digital*, (Yogyakarta: PT. Green Pustaka Indonesia, 2024), h. 88.

²⁶ Wahyudi, *Penggunaan Media Sosial sebagai Sarana Gerakan Sosial*, (Yogyakarta: Bilal, 2021), h. 53.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

efektif untuk membangun brand equity dan brand awareness. Dalam konteks penciptaan identitas sekolah, media sosial seperti YouTube, Facebook, Twitter, Instagram, WhatsApp, Website, TikTok, dan lain-lain.²⁷ Dengan adanya beberapa media sosial tersebut, maka dapat dimanfaatkan sebagai sarana untuk menyampaikan informasi terkini. Pentingnya pengemasan yang menarik menuntut pengelolaan konten sebelum diposting, sehingga informasi yang disampaikan akurat, dapat diterima dengan baik, dan menarik perhatian masyarakat.

Lembaga pendidikan formal, melalui tim humasnya, melakukan pengelolaan konten yang memperhatikan tren yang sedang populer di masyarakat serta memastikan nilai-nilai moral sekolah tetap terjaga. Selain menggunakan media sosial, metode konvensional seperti media cetak (banner, pamflet, brosur) dan kampanye tetap dapat digunakan. Pada saat yang sama, lembaga pendidikan formal juga disarankan untuk terlibat dalam kegiatan di luar sekolah dan menjalin hubungan yang baik dengan institusi pendidikan lainnya, baik secara online maupun offline, sesuai dengan kondisi dan regulasi setempat.²⁸

Namun, upaya branding ini tidak hanya memerlukan dukungan dari media sosial semata, tetapi juga membutuhkan komitmen dan dukungan dari kepala sekolah sebagai pemimpin. Pengambilan keputusan yang tepat dan peran sumber daya manusia dalam melaksanakan strategi

²⁷ Sumiyati, S.Pd., M.M., Suwartini, S.Pd., *Produktif Kreatif Dan Kewirausahaan*, (Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 2019), h. 233.

²⁸ Joseph Teguh Santoso, *Analisis Media Sosial dengan memakai AI "Artificial Intelligence"*, (Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik, 2020), h. 13.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

branding di masyarakat sangat krusial. Selain itu, pengetahuan dan keterampilan dalam memanfaatkan teknologi media yang terus berkembang juga menjadi aspek penting untuk mencapai kesuksesan dalam upaya branding sekolah.²⁹

6. Peran Media Sosial dalam mendukung Implementasi Manajemen Humas

Media sosial berperan membantu dan mempermudah sekolah dalam mengelola kegiatan humas, meskipun terdapat kendala atau hambatan dalam pelaksanaannya. Meski demikian, peran dan fungsi media sosial cenderung memberikan lebih banyak manfaat daripada kerugian, baik bagi sekolah secara khusus maupun masyarakat pada umumnya.

- a. Peran media sosial sebagai alat komunikasi dan informasi sangat sesuai dengan fungsi humas, terutama dalam konteks saat ini. Tujuan humas tidak hanya sebatas menyebarkan informasi, melainkan juga memfasilitasi pemahaman dan penyelesaian konflik antara lembaga dan publik.³⁰ Pandemi Covid-19, sebagai contoh, menuntut lembaga pendidikan untuk menghadapi berbagai risiko dalam pelaksanaan pembelajaran akibat pembatasan sosial. Oleh karena itu, media sosial menjadi alternatif yang efektif bagi sekolah untuk tetap menjalin komunikasi dan menyampaikan informasi terkait pendidikan dan

²⁹ Rusmanto, *Manajemen Hubungan Pelanggan, Teori dan Implementasi dengan Aplikasi Web dan Media Sosial*, (Jakarta Selatan: NF Press, 2020), h. 12.

³⁰ Akhmad Farizal, dkk, *Image Building Through Public Relation Management: A Case Study on Private Primary School in Bantul*. *International Journal of Educational Management and Innovation*, Vol. 2, No.1. 2021.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- pembelajaran. Hal ini sejalan dengan pendapat Husain yang menyatakan bahwa pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi dalam pembelajaran bertujuan meningkatkan efektivitas proses pembelajaran.
- b. Peran media sosial sebagai alat promosi atau pemasaran menjadi penunjang dalam rekrutmen peserta didik baru. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi, tetapi juga sebagai saluran penerimaan peserta didik baru karena memberikan kemudahan akses, terutama bagi calon peserta didik yang berada di daerah yang jauh dari lokasi sekolah.³¹ Dengan memanfaatkan media sosial, sekolah dapat mencapai calon konsumen dengan lebih luas, secara praktis, dan dengan biaya yang lebih efisien. Fitur-fitur beragam yang disediakan oleh media sosial juga dapat menarik perhatian publik, terutama kalangan siswa atau remaja.
 - c. Upaya membangun citra sekolah berkaitan erat dengan tujuan promosi. Promosi memiliki peran kunci dalam membangun citra, yang bertujuan untuk mempengaruhi pemangku kepentingan atau *stakeholder* agar merespon positif terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Citra positif sekolah diperlukan untuk menciptakan persepsi positif di masyarakat, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kepercayaan dan minat masyarakat terhadap pelaksanaan pendidikan di sekolah. Kegiatan *branding* atau

³¹ Muhammad Nasih, Abdul Hamid Ghozaly, Analisis Penggunaan Media Sosial dalam Rekrutmen Peserta Didik Baru di SMP Plus. *Jurnal Manajemen Pendidikan Islam Darussalam*, Vol. 3, No. 2, 2021. h. 270–291.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pembangunan citra sekolah melalui media sosial menjadi lebih efektif karena penyebaran informasi dapat dilakukan dengan lebih cepat. Kebanyakan orang tua juga aktif menggunakan media sosial, sehingga media ini menjadi alat yang tepat untuk kegiatan branding sekolah.³²

B. Kajian Terdahulu

Penelitian terdahulu atau penelitian relevan merujuk kepada studi-studi sebelumnya yang memiliki relevansi dengan suatu penelitian. Studi-studi ini digunakan sebagai pembandingan untuk mengeksplorasi perbedaan, bertujuan untuk mencegah penyelewengan dan manipulasi dalam karya ilmiah, serta memberikan dukungan terhadap argumen bahwa penelitian yang sedang dilakukan memang memiliki keunikan dan belum pernah diteliti sebelumnya oleh peneliti lain. Penelitian terdahulu yang relevan pernah dilakukan diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Pildayanti,³³ Mahasiswa Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, Institut Agama Islam Negeri Palopo, pada tahun 2022, meneliti dengan judul “Analisis Manajemen Humas dalam Membangun *School Branding* di *SMK Negeri Palopo*”. Kesimpulan dari penelitiannya yaitu SMK Negeri 5 Palopo mengimplementasikan *School Branding* melalui tiga fokus unggulan: pariwisata, perhotelan, dan teknik komputer serta jaringan.

³² Ahmad Dardiri, *Optimalisasi Kerjasama Praktik Kerja Industri untuk Meningkatkan Citra Sekolah dan Daya Saing Lulusan SMK*. Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran (JPP), Vol. 22, No.2, 2015. h. 162-168.

³³ Pildayanti, *Analisis Manajemen Humas dalam Membangun School Branding di SMK Negeri Palopo*, Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Palopo, 2022.



Manajemen humas dilaksanakan dengan beberapa strategi. Pertama, melibatkan orang tua dan masyarakat dalam rapat dan kegiatan sekolah seperti PSG. Kedua, melakukan sosialisasi melalui promosi, lomba, dan distribusi brosur. Ketiga, meningkatkan citra sekolah dengan menekankan kualitas lulusan yang dapat bekerja sesuai jurusan. Keempat, menjaga hubungan baik dengan masyarakat melalui partisipasi dalam kegiatan bersama. Respon masyarakat mencerminkan pemilihan SMK Negeri 5 Palopo oleh orang tua berdasarkan kualitas sekolah dan kecocokan dengan minat anak. Citra sekolah dianggap baik, terutama sebagai pilihan bagi siswa yang ingin langsung bekerja setelah lulus. Saran untuk meningkatkan citra melibatkan upaya pemasaran yang lebih intensif dan fokus pada peningkatan kualitas sekolah dan siswa untuk menciptakan alumni berkualitas. Persamaan: Pokok pembahasan tentang manajemen humas dalam sarana *school branding*.

Perbedaan: Penelitian yang akan diteliti berbeda, karena meneliti Analisis Manajemen humas dalam membangun *school branding di SMK Negeri Palopo*. Sedangkan penulis lebih fokus kepada implementasi manajemen humas dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana *school branding di SMA Negeri Olahraga Pekanbaru*.

2. Ahmad Faisal,³⁴ Mahasiswa Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Ar-raniry Banda Aceh, pada tahun 2017, meneliti dengan judul “Peran Humas dalam Mempromosikan SMKN 1 Al Mubarkeya

³⁴ Ahmad Saifil, *Peran Humas dalam Mempromosikan SMKN 1 Al Mubarkeya Ingin Jaya Aceh Besar*, Skripsi Keguruan Universitas Islam Negeri Ar-raniry Banda Aceh, 2017.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Ingin Jaya Aceh Besar”. Kesimpulan dari penelitian yaitu Peran Humas dalam mempromosikan SMKN 1 Al Mubarkeya telah berhasil, terlihat dari peningkatan jumlah siswa baru selama tahun ajaran 2014-2016. Respon positif juga terjadi dari lingkungan masyarakat dan guru terhadap kebijakan Humas saat ini. Program promosi melibatkan kegiatan langsung seperti pertemuan dengan orang tua/wali siswa dan komite sekolah, serta rapat tahunan sekolah. Kegiatan tidak langsung dilakukan melalui media seperti website sekolah, E-mail, dan telepon. Strategi Humas melibatkan penyebaran brosur, promosi dari mulut ke mulut, kerjasama dengan DU/DI, serta kegiatan sosial dan keagamaan. Persamaan: Pokok pembahasan tentang manajemen humas dalam sarana *school branding*. Perbedaan: Penelitian yang akan diteliti berbeda, karena meneliti peran humas dalam mempromosikan SMKN 1 Al Mubarkeya Ingin Jaya Aceh Besar. Sedangkan penulis lebih fokus kepada implementasi manajemen humas dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana *branding* di SMA Negeri Olahraga Pekanbaru.

3. Desi Lestari Setyaningsih,³⁵ Mahasiswi Fakultas tarbiyah dan Keguruan, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, pada tahun 2020, meneliti dengan judul “Strategi Humas dalam Menciptakan *School Branding* (Penelitian Kualitatif di Sekolah Dasar Muhammadiyah Terpadu (SDMT) Ponorogo”. Kesimpulan dari penelitian yaitu Strategi

³⁵ Desi Lestari Setyaningsih, Strategi Humas dalam Menciptakan *School Branding* (Penelitian Kualitatif di Sekolah Dasar Muhammadiyah Terpadu (SDMT) Ponorogo, Skripsi Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2020.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



komunikasi branding SDMT kepada masyarakat dilakukan melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter, dan sedang dikembangkan melalui YouTube. Fokus branding mencakup kegiatan-kegiatan berbasis agama, menekankan nilai-nilai seperti kekuatan dasar agama, keikhlasan, beradab, kasih sayang pada orangtua, kemampuan sholat, yasinan, berwudhu, sholawatan, dan lain sebagainya. Humas juga membuktikan branding SDMT terus menerus melalui prestasi siswa, baik dalam aspek akademik maupun non-akademik seperti Tartil, Tahfidz, olahraga, tilawah, qiro'ah, dan prestasi lainnya. Respons masyarakat terhadap branding SDMT sangat positif, tercermin dari peningkatan minat siswa baru yang ingin bergabung di SDMT Ponorogo. Persamaan: Pokok pembahasan tentang manajemen humas dalam sarana *school branding*. Perbedaan: Penelitian yang akan diteliti berbeda, karena meneliti strategi humas dalam menciptakan *school branding* (penelitian kualitatif di Sekolah Dasar Muhammadiyah Terpadu (SDMT) Ponorogo. Sedangkan penulis lebih fokus kepada implementasi manajemen humas dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana *school branding* di SMA Negeri Olahraga Pekanbaru.

C. Proposisi

Proposisi adalah suatu konsep yang digunakan untuk menjelaskan dan menetapkan batasan-batasan pada kerangka teoritis. Hal ini bertujuan untuk menghindari terjadinya kesalahpahaman, memudahkan pengukuran, dan membuatnya lebih mudah dipahami. Proposisi juga dapat memudahkan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

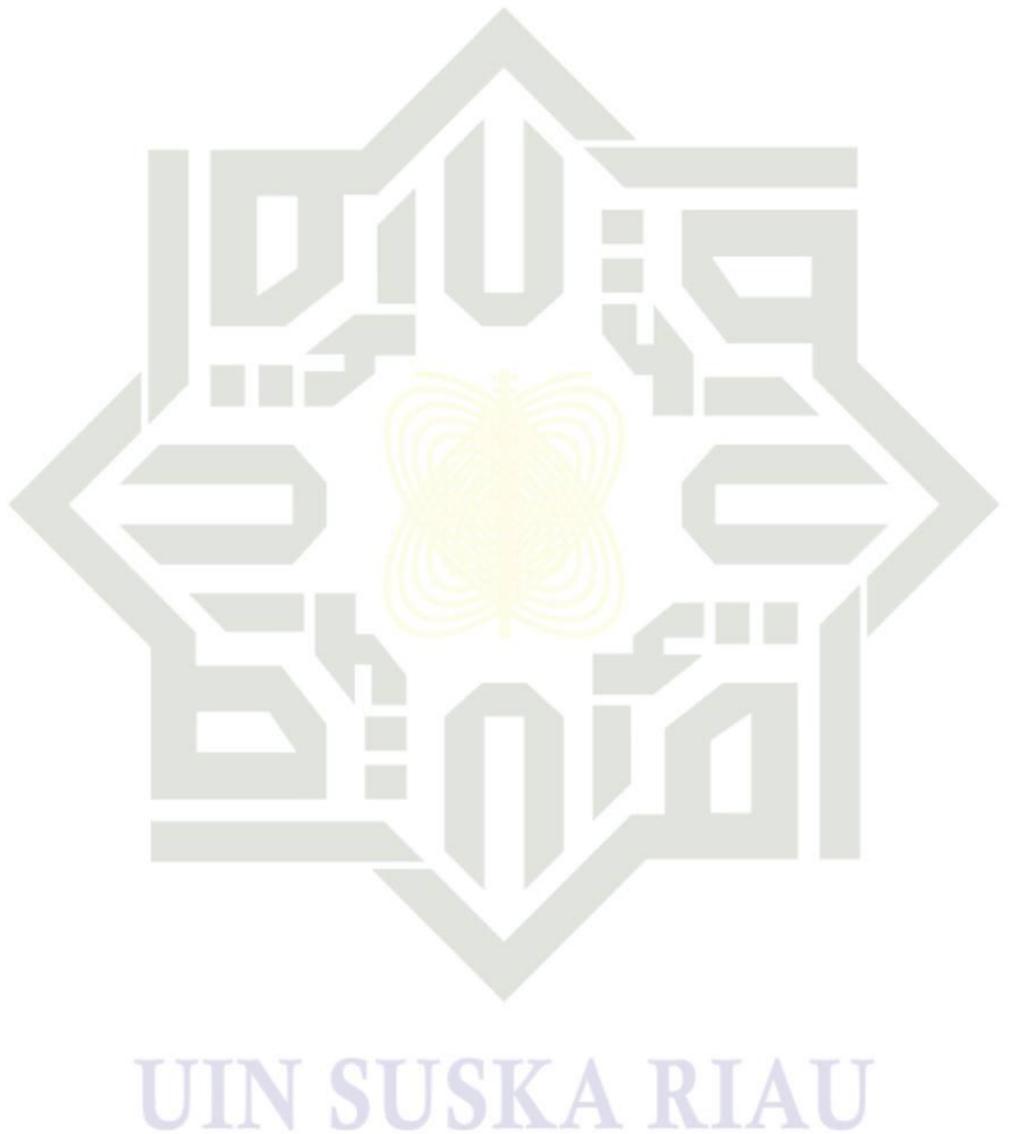
© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

peneliti dalam mengumpulkan data dari lapangan untuk pelaksanaan penelitian. Dalam konteks ini, terdapat konsep kajian yang terkait dengan implementasi manajemen humas dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana *school branding* di SMA Negeri Olahraga Pekanbaru. Oleh karena itu, diperlukan indicator - indikator sebagai berikut:

1. Perencanaan manajemen humas dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana *school branding*
 - a. Pengenalan situasi
 - b. Penetapan tujuan
 - c. Penetapan khalayak sasaran
 - d. Pemilihan teknik sasaran
 - e. Perencanaan anggaran
 - f. Pengukuran hasil atau evaluasi.
2. Pelaksanaan manajemen humas dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana *school branding*
 - a. Mendefinisikan problem atau peluang.
 - b. Perencanaan dan pemograman
 - c. Mengambil tindakan dan komunikasi
 - d. Mengevaluasi program.
3. Evaluasi manajemen humas dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana *school branding*
 - a. Realistis (dapat dicapai)
 - b. Dapat dipercaya (hasil pencapaian berasal dari kegiatan *public*)

- relations*)
- c. Spesifik (mencegah ketidakjelasan gambaran)
 - d. Dapat diterima (sesuai dengan harapan masyarakat atau konsumen terkait *public relations*).



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk mengkaji pada kondisi objek alamiah, dimana peneliti sebagai alat utamanya. Menurut Saryono, Penelitian kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk menyelidiki, menemukan, menggambarkan, dan menjelaskan kualitas atau karakteristik dampak sosial yang tidak dapat dijelaskan, diukur atau digambarkan melalui pendekatan kuantitatif.³⁶

Penelitian ini berjenis kualitatif deskriptif. Metode kualitatif ini merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis, lisan, dan perilaku yang dapat diamati. John W. Creswell mendefinisikan pendekatan kualitatif sebagai sebuah proses penyelidikan untuk memahami permasalahan sosial atau kemanusiaan berdasarkan pada penciptaan pola kata yang lengkap, dilaporkan secara rinci, dan sudut pandang informan dan disusun dalam sebuah latar ilmiah.³⁷

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Lokasi Penelitian ini dilakukan di SMA Negeri Olahraga Pekanbaru dan penelitian ini dilakukan mulai bulan Januari sampai dengan bulan April sampai Juli 2024.

³⁶ Nursapia Harahap, *Penelitian Kualitatif*, (Medan: Wal Ashri Publishing, 2020), h.

³⁷ Samsu, *Metode Penelitian: Teori dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, Serta Research & Development*, (Jambi: Pusaka, 2017), h. 86.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

C. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah Waka Humas dalam melakukan implementasi manajemen hubungan masyarakat dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana *school branding* di SMA Negeri Olahraga Pekanbaru.

D. Informan Penelitian

Informan dalam penelitian ini terdiri dari dua informan yaitu informan kunci dan tambahan. Informan kunci dalam penelitian ini adalah Waka Humas sekolah yang melakukan layanan dan hubungan kepada masyarakat, sebagai informan tambahan adalah elemen yang diperkirakan memiliki informasi yang memadai tentang pengelolaan humas dalam pemanfaatan media sosial kepada masyarakat seperti waka humas, wakasek, guru, operator sekolah, siswa dan orang tua murid. Dalam penelitian kualitatif subyek (informan) diharapkan memberikan informasi seluas-luasnya, sedalam-dalamnya, dan sedetail mungkin tentang berbagai informasi yang hendak dicapai.³⁸

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah :

1. Observasi adalah pengamatan secara sengaja dan sistematis terhadap gejala – gejala sosial yang memperlihatkan gejala-gejala kejiwaan kemudian dicatat. Menggunakan cara ini berarti menggunakan mata dan

³⁸ Suyitno, *Metode Penelitian Kualitatif: Konsep, Prinsip, dan Operasionalnya*, Akademia Pustaka, (Malang: Akademia Pustaka, 2018), h. 95



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

telinga sebagai jendela untuk mencatat data.

2. Wawancara merupakan proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informan atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman (*guide*) wawancara, dimana pewawancara dan informan terlibat dalam kehidupan sosial dalam jangka waktu yang relatif lama. Dapat juga dimaknai wawancara termasuk cara menjaring informasi atau data melalui interaksi verbal/ lisan.³⁹
3. Dokumentasi Merupakan data-data pendukung lain melalui dokumen-dokumen penting, seperti dokumen lembaga yang diteliti. Disamping itu, ada juga foto yang dapat dijadikan sebagai pendukung ataupun penguat dalam melakukan penelitian.

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data bertujuan untuk menganalisis data yang telah dikumpul dalam penelitian ini. setelah data terkumpul dan disusun secara sistematis, maka selanjutnya penulis mencari menganalisa data tersebut. Teknik analisis data meliputi penelitian sistematis dan pengumpulan data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori - kategori, membaginya ke dalam unit-unit, melakukan sintesis, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan mana yang akan dipelajari dan

³⁹ Suwartono, *Dasar-Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2014), h. 41-48.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

membuat kesimpulan hingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Yang terdiri dari.⁴⁰

1. Data *Reduction* (reduksi data)

Pada reduksi data ini peneliti mengelompokkan data-data yang telah didapat menjadi satu kesatuan, bahwa semakin peneliti lama dalam penelitiannya maka semakin banyak peneliti dapat data dan semakin luaslah peneliti tau data data nya, dengan begitu semua data yang telah terkumpulkan bisa dijadikan sebagai gambaran nantinya.

2. Penyajian data (*data display*)

Setelah dilakukannya reduksi data tadi maka selanjutnya dilakukannya penyajian data yang sudah terkumpul menjadi satu supaya lebih jelas dan nyata. Peneliti harus menyusun satu persatu secara berurutan dari awal dalam bentuk wawancara hingga penyajian data supaya tidak kacau ketika dalam penyusunan data nya.

3. Penarikan Kesimpulan (*verification/conclusion drawing*)

Pada tahap ini peneliti akan melakukan kesimpulan yang mana telah peneliti dapatkan data data nya. Dengan demikian semua pertanyaan yang telah peneliti tanyakan terhadap pihak lembaga sekolah sudah terjawab semua maka akan diberi kesimpulan menyeluruh, tetapi apa yang telah diteliti nantinya tidak menutup kemungkinan terhadap apa yang telah diteliti karena itu hanya bersifat sementara.

⁴⁰ Muri Yusuf, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan* (Jakarta: Kencana, 2017), h. 407-409.

G. Pengecekan Keabsahan Data

Triangulasi merupakan cara terbaik untuk menghilangkan perbedaan-perbedaan konstruksi realitas yang ada dalam konteks suatu penelitian ketika data dikumpulkan mengenai peristiwa dan hubungan yang berbeda dari sudut pandang yang berbeda. Dengan kata lain bahwa triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan cara, dan berbagai waktu.⁴¹

1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber yaitu pustakawan, kepala sekolah, guru dan siswa tentang pengelolaan *e-library ganeca digital* semua jawaban yang peneliti dapatkan dari beberapa sumber di atas sama. Kemudian data yang diperoleh dianalisis oleh penulis sehingga menghasilkan suatu kesimpulan kemudian selanjutnya dimintakan kesepakatan (*member check*) dengan tiga sumber data.

2. Triangulasi Teknik

Teknik triangulasi untuk menguji keandalan data dilakukan dengan cara memverifikasi data dari sumber yang sama dengan menggunakan teknik yang berbeda. Misalnya data diperoleh dengan wawancara, kemudian diverifikasi melalui observasi, dokumentasi, atau angket. Jika ketiga teknik pengujian reliabilitas data menghasilkan data

⁴¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen*, (Bandung: CV Alfabeta, 2013), h. 439 - 441

yang berbeda, maka peneliti akan lebih banyak berdiskusi dengan sumber data yang bersangkutan atau lainnya, untuk memastikan bahwa data tersebut dianggap benar. Atau mungkin itu semua benar, karena sudut pandangnya berbeda - beda.

3. Triangulasi Waktu

Waktu juga sering mempengaruhi kreadibilitas data. Data yang dikumpulkan dengan teknik wawancara pada pagi hari ketika narasumber masih segar dan tidak terlalu terganggu, akan menghasilkan data yang lebih valid sehingga lebih diandalkan. Oleh karena itu, untuk menguji keandalan data dapat dilakukan dengan cara mengecek wawancara, observasi atau teknik lainnya dalam jangka waktu tertentu atau dalam situasi yang berbeda. Apabila hasil pengujian menghasilkan data yang berbeda, maka diulangi lagi sampai ditemukan kepastian data. Triangulasi juga dapat dilakukan dengan cara memeriksa hasil penelitian dari tim peneliti lain yang bertanggung jawab dalam pengumpulan data.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan judul "Implementasi Manajemen Humas dalam Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana *School Branding* di SMA Negeri Olahraga Pekanbaru", dapat disimpulkan bahwa:

1. Implementasi manajemen humas dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana *school branding* di SMA Olahraga Pekanbaru.

Implementasi manajemen humas di SMA Negeri Olahraga Pekanbaru dalam memanfaatkan media sosial untuk branding mencakup beberapa langkah penting.

a. Perencanaan

Perencanaan dimulai dengan menetapkan tujuan seperti meningkatkan citra positif sekolah, menarik calon siswa, meningkatkan keterlibatan orang tua dan masyarakat, serta mempromosikan prestasi siswa. Sekolah memilih platform seperti Instagram, Facebook, dan YouTube, dan merencanakan konten (foto, video, cerita siswa, pengumuman acara) dengan jadwal posting rutin. Tujuan branding mencakup meningkatkan visibilitas, membangun hubungan erat dengan komunitas, dan memperkuat loyalitas siswa dan orang tua. Langkah konkret termasuk membuat kalender konten, bekerja sama dengan guru dan staf untuk menghasilkan konten



berkualitas, dan menyesuaikan strategi berdasarkan analisis. Pemilihan platform didasarkan pada analisis demografi pengguna, dengan Instagram dan TikTok untuk siswa, dan Facebook untuk orang tua.

b. Pelaksanaan

SMA Negeri Olahraga Pekanbaru efektif menggunakan media sosial (Instagram, Facebook, YouTube, Twitter) untuk mempromosikan kegiatan sekolah dan membangun hubungan dengan siswa, orang tua, alumni, dan masyarakat. Strategi inklusi konten berkualitas, kolaborasi internal, dan responsif terhadap umpan balik telah meningkatkan interaksi positif dan partisipasi dalam kegiatan sekolah. Panduan konsisten dalam branding dan manajemen umpan balik memastikan penggunaan media sosial yang efektif.

c. Evaluasi

SMA Negeri Olahraga Pekanbaru melakukan evaluasi rutin terhadap strategi media sosial dan manajemen humas. Mereka menggunakan alat analitik untuk mengukur performa konten, tingkat keterlibatan, dan pertumbuhan pengikut di media sosial. Evaluasi melibatkan umpan balik langsung dari siswa, orang tua, dan masyarakat untuk menyesuaikan jenis konten, frekuensi posting, dan platform yang digunakan. Hasilnya digunakan untuk meningkatkan brand awareness, evaluasi interaksi pengguna, dan dampak strategi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



branding terhadap pendaftaran siswa serta persepsi masyarakat.

2. **Faktor pendukung dan penghambat implementasi manajemen humas dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana *school branding* di SMA Olahraga Pekanbaru**

Implementasi manajemen humas dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana branding di SMA Negeri Olahraga Pekanbaru perlu mempertimbangkan faktor-faktor pendukung dan penghambat.

a. **Faktor Pendukung:**

- 1) Akses Internet Cepat dan Stabil: Memudahkan pengelolaan dan pengunggahan konten.
- 2) Perangkat Digital Memadai: Kamera berkualitas tinggi, komputer, dan perangkat lunak editing.
- 3) Tim Kreatif dan Terampil: Fotografer, videografer, desainer grafis, dan penulis konten.
- 4) Partisipasi Aktif: Siswa, guru, orang tua, dan alumni berkontribusi dalam pembuatan dan penyebaran konten.
- 5) Jadwal Konten Terstruktur: Memastikan konsistensi dan relevansi posting.
- 6) Alat Analitik: Memantau performa konten dan melakukan penyesuaian berdasarkan data.

b. **Faktor Penghambat:**

- 1) Keterbatasan Anggaran: Mengurangi kemampuan untuk investasi dalam teknologi dan pelatihan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 2) Keterbatasan Waktu: Staf memiliki tugas lain sehingga fokus pada media sosial terbatas.
- 3) Masalah Teknis: Gangguan internet atau kerusakan perangkat menghambat pengunggahan konten.
- 4) Perubahan Algoritma Media Sosial: Memerlukan penyesuaian strategi yang cepat.
- 5) Kurangnya Partisipasi Siswa: Mengurangi variasi dan keterlibatan konten.
- 6) Respon Pengguna yang Tidak Sesuai Harapan: Mempengaruhi metrik keterlibatan.

c. Solusi Mengatasi Hambatan:

Perencanaan dan Pelatihan: Membentuk tim khusus dan memberikan pelatihan rutin. Alat Manajemen Media Sosial: Menggunakan alat untuk penjadwalan dan pengelolaan konten. Kolaborasi dan Dukungan Kepala Sekolah: Meningkatkan kerjasama antar departemen dan dukungan dari pimpinan.

B. Saran

Dari hasil penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya, terdapat beberapa rekomendasi, masukan, dan perbaikan yang bisa diterapkan dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana *school branding* sekolah melalui manajemen humas, yaitu:

1. Implementasi Efektif: Pastikan perencanaan strategis yang matang dan konsistensi dalam branding sekolah di semua platform media sosial.

Gunakan kreativitas dalam konten untuk menarik perhatian audiens dan jaga konsistensi dalam identitas merek.

2. Faktor Pendukung Penting: Dapatkan dukungan aktif dari komunitas sekolah, lakukan analisis data yang mendalam untuk memahami perilaku audiens, dan berinvestasi dalam pelatihan staf. Hal ini akan mendukung efektivitas penggunaan media sosial dalam memperkuat citra sekolah dan meningkatkan keterlibatan stakeholder.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





DAFTAR PUSTAKA

- A. Wahyuni, P. & Ernungtyas, N. F. 2020. *Pemanfaatan Media Sosial dalam Public Relations di Sekolah Menengah Kejuruan*. Jurnal Komunikasi Nusantara, Vol. 2, No.1. <https://doi.org/10.33366/jkn.v2i1.35>
- Amilda. 2018. *Internalisasi Prinsip-Prinsip Islam dalam Pelaksanaan Manajemen Humas Untuk Meningkatkan Reputasi SMK Negeri 2 Palembang*, El-idare Journal of Islamic Education Management, Vol. 4 No. 1, h. 1-18, <http://jurnal.radenfatah.ac.id/index.php/El-idare>
- Asa Briggs dan Peter Burke, 2006. *Sejarah Sosial Media*, Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Dardiri, Ahmad. 2015. *Optimalisasi Kerjasama Praktik Kerja Industri untuk Meningkatkan Citra Sekolah dan Daya Saing Lulusan SMK*. Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran (JPP), Vol. 22, No. 2. <https://media.neliti.com/media/publications>
- Desi Lestari Setyaningsih. 2020. *Strategi Humas dalam Menciptakan School Branding (Penelitian Kualitatif di Sekolah Dasar Muhammadiyah Terpadu (SDMT) Ponorogo*, Skripsi Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, <https://etheses.iainponorogo.ac.id/>
- Divina, Amina. 2023. *Strategi Manajemen Humas dalam Meningkatkan Citra Pendidikan Dasar*, Jurnal Media Manajemen Pendidikan, Vol. 5 No. 3 Februari 2023, h. 389. <https://doi.org/10.30738/mmp.v5i3.13574>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Elyus, Dinda Septian & Muhamad Soleh. 2021. “*Strategi Humas dalam Meningkatkan Citra Sekolah Di Era Pandemi Covid 19,*” Jurnal Inspirasi Manajemen Pendidikan, Vol.9, No.2.

Fachri Fadhlah, Siswa, *Wawancara*, Senin/ 27 Mei 2024.

Farizal, Akhmad dkk. 2021. *Image Building Through Public Relation Management: A Case Study on Private Primary School in Bantul.* International Journal of Educational Management and Innovation, Vol. 2, No.1. <https://doi.org/10.12928/ijemi.v2i1.2248>

H. , Soetopo. & Rohmitriasih. 2015. *Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan,* Jurnal Manajemen Pendidikan, Vol. 24, No. 5.

Harson. 2018. *Implementation of Education Management Standard in The Guidance of Private Islamic High School,* Jurnal Pendidikan Islam, Vol. 4 No. 1. <https://journal.uinsgd.ac.id/>

Hidayat, Diky. 2017. *Manajemen Humas dalam Meningkatkan Hubungan Kerjasama Sekolah dengan Masyarakat di SMP Nahdatul Ulama Medan, Benchmarking: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam,* Vol. 1, No. 1, 2017, hlm. 43. <https://doi.org/10.30821/benchmarking.v1i1.1115>
<http://dx.doi.org/10.17977/um039v5i12020p061>

Hildawati, S.Sos., M.Si., dkk. 2024. *Literasi Digital,* Yogyakarta: PT. Green Pustaka.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Indra Wahyudi, Wakil Kepala Sekolah, *Wawancara*, Kamis/ 24 Mei 2024.

Irnowati, Waka Humas, *Wawancara*, Senin/ 20 Mei 2024.

Istiqhomah. 2017. *Pelaksanaan Progam Kehumasan dalam Rangka Peningkatan Partisipasi Masyarakat di SMK Piri 1 Yogyakarta*. Tesis, Progam Studi Manajemen Pendidikan UNY.

M. Linggar Anggoro, 2001. *Teori Dan Profesi Kehumasan*, Jakarta: Bumi Aksara. Malang: UMM Press.

Mesiono, dkk. 2021. *Implementasi Manajemen Humas dalam Peningkatan Mutu Layanan Berbasis Digital di SMP Islam Terpadu Al-Hijrah Deli Serdang*, Jurnal Lensa Mutiara Komunikasi, Vol. 5, No. 1. <https://doi.org/10.51544/jlmk.v5i1.1646>

Mita, Wali Murid, *Wawancara*, Kamis/ 30 Mei 2024.

Morissan, M.A., 2008. *Manajemen Publik Relations*, Jakarta: Kencana.

Mukhtar, Khoirin. 2016. *Peran dan Strategi Humas Dalam Pembentukan Citra Perguruan Tinggi Islam*. Bandung: Nuansa Ilmu Dakwah.

Muri Yusuf. (2017). Muri Yusuf, *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana.

Nasih, Muhammad & Abdul Hamid Ghozaly. 2021. *Analisis Penggunaan Media Sosial dalam Perekrutan Peserta Didik Baru di Smp Plus*. Jurnal Manajemen Pendidikan Islam Darussalam, Vol. 3, No. 2.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Nastiti, Faulinda Ely Aghni Rizqi Ni'mal Abdu. 2020. "Kesiapan Pendidikan Indonesia Menghadapi Era Society 5.0," Edcomtech: Jurnal Kajian Teknologi Pendidikan, Vol. 5, No. 1.

Nasution, Zulkarnain. 2010. *Manajemen Humas Di Lembaga Pendidikan*

Nisa, Eka Khoiru. 2019. *Denas Hasman Nugraha, Implementasi Manajemen Humas dalam Meningkatkan Hubungan Baik Antara Sekolah dengan Wali Siswa di SD IT Harapan Bunda Semarang Jawa Tengah*, Jurnal Al-Fahim, Vol. 1, No.1. <https://doi.org/10.54396/alfahim.v1i1.47>

Nono Suganda, Operator Sekolah/ Guru, Wawancara, Rabu/ 22 Mei 2024.

Nursapia Harahap. (2020). *Penelitian Kualitatif*, Medan: Wal Ashri Publising

Nurul. 2018. Strategi Humas Dalam Menyampaikan Program Unggul Madrasah, *Al –Tanzim Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, Vol. 2, No. 1,

Observasi, Kamis/ 30 Mei 2024.

Observasi, Selasa/ 22 Mei 2024.

Observasi, Senin/ 20 Mei 2024.

Observasi, Senin/ 27 Mei 2024.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Observasi, Kamis/ 24 Mei 2024.

Pildayanti. 2022. *Analisis Manajemen Humas dalam Membangun School Branding di SMK Negeri Palopo*, Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Palopo. <http://repository.iainpalopo.ac.id/>

Prof. Drs. Onong Uchjana Efendy. M.A., *Human Relation Dan Public Relation*, Bandung: Mandar Maju.

Qolmah. 2018. *Membangun Pelayanan Publik yang Prima: Strategi Manajemen Humas dalam Penyampaian Program Unggulan di Lembaga Pendidikan*, *Islamic Management: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, Vol. I, No. 2, Juli, h. 191-192, <https://doi.org/10.30868/im.v1i2.269>

Rahmat, Abdul. 2020. *Manajemen Humas Sekolah*. Media Akademi, Yogyakarta.

Rangkuti, Fredy. 2011. *The Power of Brand*. Jakarta: Gramedia Pustaka.

Rusmanto. 2020. *Manajemen Hubungan Pelanggan, Teori dan Implementasi dengan Aplikasi Web dan Media Sosial*. Jakarta Selatan: NF Press.

Saifil, Ahmad. 2017. *Peran Humas dalam Mempromosikan SMKN 1 Al Mubarkeya Ingin Jaya Aceh Besar*, Skripsi Keguruan Universitas Islam Negeri Ar-raniry Banda Aceh. <https://repository.ar-raniry.ac.id/>

Samsu. (2017). *Metode Penelitian: Teori dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, Serta Research & Development*. Jambi: Pusaka.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Santoso, Joseph Teguh. 2020. *Analisis Media Sosial dengan memakai AI “Artificial Intelligence”*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik.

Sari, Wina Puspita Asep Soegiarto. 2019. *Fungsi dan Peran Humas di Lembaga Pendidikan. Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 7, No. 1. <https://dx.doi.org/10.21009/communicology.14.03>

Setyaningsih, Desi Lestari. 2020. *Strategi Humas dalam Menciptakan School Branding (Penelitian Kualitatif di Sekolah Dasar Muhammadiyah Terpadu (SDMT) Ponorogo*, Skripsi Institut Agama Islam Negeri Ponorogo. <https://etheses.iainponorogo.ac.id/>

Shelty Deity Meity Sumual, 2023. *Teori dan Model Manajemen Pendidikan*, UKIT Press.

Sholihah, Tutut. 2018. *Strategi Manajemen Humas dalam Menciptakan School Branding pada Sekolah Islam Terpadu,” J-MPI (Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, Vol. 3, No. 2. <https://doi.org/10.18860/jmpi.v3i2.6455>

Sholihah, Tutut. 2018. *Strategi Manajemen Humas dalam Menciptakan School Branding Pada Sekolah Islam Terpadu*, JMPI Jurnal Manajemen Pendidikan Islam, Vol. 3 No. 2, Desember, hlm. 72-84. <https://doi.org/10.18860/jmpi.v3i2.6455>

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: CV. Alfabeta.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Sumiyati, S.Pd., M.M., Suwartini, S.Pd., 2019, *Produtif Kreatif Dan Kewirausahaan*, Jakarta: PT Gramedia Widiasarana

Supriani, Yuli. 2022. *Implementasi Manajemen Humas dalam Meningkatkan Mutu Madrasah*, *JHIP-Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, Vol. 5, No. 2. <https://doi.org/10.54371/jiip.v5i2.453>

Suwartono. (2014). Suwartono, *Dasar-Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta:CV. Andi Offset.

Suyitno. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif: Konsep, Prinsip, dan Operasionalnya*, *Akademia Pustaka*, Malang: Akademi Pustaka

Tharaba, M. Fahim. 2020. *Manajemen Humas*. Malang: Dream Litera Buana.

Wahyudi. 2021. *Penggunaan Media Sosial sebagai Sarana Gerakan Sosial*. Yogyakarta: Bildung.

Yosal Iriantara, (2013). *Manajemen Humas Sekolah*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

UIN SUSKA RIAU

© Hak cipta
LAMPIRAN 1
PEDOMAN WAWANCARA

No	Indikator	Sub Indikator	Pertanyaan
1	Implementasi manajemen humas dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana <i>school branding</i> di SMA Olahraga Pekanbaru	Pernencanaan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana perencanaan manajemen humas dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana branding? 2. Apa saja tujuan yang ingin dicapai oleh sekolah melalui pemanfaatan media sosial dalam upaya branding? 3. Apa langkah-langkah konkret yang diambil dalam merencanakan konten dan jadwal posting untuk media sosial sekolah sebagai bagian dari branding sekolah? 4. Bagaimana sekolah mengidentifikasi audiens target yang relevan untuk strategi branding mereka di media sosial? 5. Bagaimana proses pemilihan platform media sosial yang tepat untuk mencapai tujuan branding sekolah, mengingat variasi karakteristik dan demografis pengguna di setiap platform? 6. Apa langkah-langkah yang diambil sekolah untuk memastikan konsistensi merek dan citra mereka di seluruh kanal media sosial yang mereka gunakan? 7. Bagaimana sekolah mengukur efektivitas strategi branding mereka di media sosial, termasuk dalam hal peningkatan keterlibatan, jumlah pengikut, dan persepsi masyarakat? 8. Bagaimana perencanaan manajemen humas di sekolah mempertimbangkan dan menyesuaikan strategi branding mereka dengan perkembangan tren dan perubahan dalam media sosial?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

		Pelaksanaan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana proses pelaksanaan manajemen humas dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana branding sekolah? 2. Apa saja strategi manajemen humas di sekolah diimplementasikan dalam praktek sehari-hari pada media sosial sebagai alat branding? 3. Apa saja media sosial yang digunakan sebagai sarana branding sekolah? 4. Bagaimana sekolah memastikan bahwa konten yang diposting di media sosial konsisten dengan citra merek dan nilai-nilai sekolah? 5. Bagaimana sekolah memastikan kualitas konten yang diposting di media sosial untuk meningkatkan daya tarik dan keterlibatan pengguna? 6. Siapa saja yang bertanggung jawab dan terlibat dalam pelaksanaan ini? 7. Bagaimana kolaborasi antara berbagai stakeholder di sekolah (seperti guru, staf administrasi, dan siswa) diimplementasikan dalam kegiatan manajemen humas melalui media sosial? 8. Bagaimana respon orang tua, masyarakat, terkait penggunaan media sosial sekolah sebagai sarana branding sekolah? 9. Bagaimana penggunaan media sosial oleh sekolah mempengaruhi interaksi antara siswa, guru, orang tua, dan masyarakat sekitar? 10. Bagaimana proses pengelolaan dan respons terhadap interaksi dan umpan balik dari pengikut atau pengguna media sosial terhadap konten yang diposting oleh sekolah? 11. Apakah sekolah memiliki
--	--	-------------	---


Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

			<p>kebijakan atau panduan tertulis untuk penggunaan media sosial yang memastikan bahwa aktivitas mereka sesuai dengan prinsip-prinsip etika dan standar profesional?</p> <p>12. Bagaimana sekolah memanfaatkan data dan analisis dari platform media sosial untuk memperbaiki dan mengoptimalkan strategi branding mereka?</p> <p>13. Apakah ada pelatihan dan pengembangan staf sekolah untuk meningkatkan kemampuan mereka dalam menjalankan strategi manajemen humas melalui media sosial?</p>
		<p>Evaluasi</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana evaluasi manajemen humas dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana branding? 2. Apa metode atau kriteria yang digunakan oleh sekolah untuk mengukur tingkat brand awareness yang dihasilkan dari kegiatan branding di media sosial? 3. Bagaimana pengukuran interaksi dan keterlibatan pengguna di media sosial digunakan untuk menilai dampak strategi branding sekolah? 4. Apakah ada peningkatan dalam jumlah pendaftar atau retensi siswa setelah implementasi strategi branding di media sosial, dan bagaimana sekolah mengevaluasi dampaknya? 5. Bagaimana sekolah mengevaluasi persepsi orang tua, siswa, dan masyarakat terhadap merek sekolah setelah mengimplementasikan strategi branding di media sosial? 6. Bagaimana hasil evaluasi digunakan untuk menyesuaikan dan memperbaiki strategi branding



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

			di masa depan?
2	Faktor pendukung dan penghambat implementasi manajemen humas dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana <i>school branding</i> di SMA Olahraga Pekanbaru	Faktor Pendukung	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apa saja faktor pendukung implementasi manajemen humas dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana <i>branding</i> 2. Bagaimana dukungan sarana prasarana dan teknologi sekolah dalam manajemen humas melalui pemanfaatan media sosial sebagai sarana <i>branding</i>? 3. Bagaimana dukungan kepemimpinan kepala sekolah dalam manajemen humas melalui pemanfaatan media sosial sebagai sarana <i>branding</i>? 4. Bagaimana dukungan orang tua dan masyarakat setempat dalam manajemen humas melalui pemanfaatan media sosial sebagai sarana <i>branding</i>?
		Faktor Penghambat	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apa hambatan utama yang dihadapi sekolah dalam mengalokasikan sumber daya, baik itu waktu, anggaran, atau personel, untuk melaksanakan strategi manajemen humas melalui media sosial sebagai sarana <i>branding</i>? 2. Bagaimana kurangnya pemahaman atau kompetensi dalam penggunaan media sosial mempengaruhi kemampuan sekolah dalam merancang dan mengimplementasikan strategi <i>branding</i> yang efektif? 3. Bagaimana kesulitan dalam mengelola dan merespons interaksi atau umpan balik yang cepat dan berkelanjutan di media sosial dapat mempengaruhi citra dan reputasi sekolah? 4. Apakah terdapat kekurangan dalam dukungan atau partisipasi orang tua, siswa, atau alumni dalam mendukung upaya <i>branding</i> sekolah di media sosial?

©		<p>5. Bagaimana ketidakteraturan atau ketidak-konsistenan dalam penyampaian pesan atau konten di media sosial dapat merusak kesan dan identitas merek sekolah?</p> <p>6. Bagaimana mengatasi tantangan yang dihadapi sekolah dalam menjalankan operasional harian manajemen humas mereka di media sosial sebagai sarana branding?</p>
---	--	---

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





LAMPIRAN 2

TEMA OBSERVASI: Implementasi manajemen humas dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana *branding* di SMA Olahraga Pekanbaru

No	Aspek yang Diamati	Hasil Observasi	Waktu	Keterangan
1	Perencanaan	Perencanaan dalam implementasi manajemen humas di SMA Olahraga Pekanbaru dimulai dengan penentuan tujuan utama dari pemanfaatan media sosial sebagai sarana branding. Tujuan ini mencakup peningkatan citra positif sekolah, menarik calon siswa baru, meningkatkan keterlibatan orang tua dan masyarakat, serta mempromosikan prestasi dan kegiatan siswa. Sekolah sudah menentukan platform media sosial yang paling relevan dengan audiens target. Platform yang dipilih termasuk Instagram, Facebook dan YouTube. Sekolah juga sudah merencanakan jenis konten yang akan diposting, seperti foto, video, cerita siswa, pengumuman acara, dan konten	20 Mei 2024/ Pukul 08:30	Implementasi manajemen humas melalui pemanfaatan media sosial sebagai sarana branding di SMA Olahraga Pekanbaru dilakukan melalui perencanaan yang matang, pelaksanaan yang terstruktur, dan evaluasi yang berkelanjutan. Dengan strategi yang efektif dan dukungan dari seluruh komunitas sekolah, SMA Olahraga Pekanbaru berhasil membangun citra positif, meningkatkan keterlibatan, dan memperkuat hubungan dengan siswa, orang tua, serta

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta m

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

	interaktif. Selain itu, sudah ada jadwal rutin untuk posting konten agar tetap konsisten dan relevan dengan kalender akademik serta acara sekolah.		masyarakat.
Pelaksanaan	Pelaksanaan manajemen humas melalui media sosial di SMA Olahraga Pekanbaru melibatkan berbagai aktivitas yang terkoordinasi dengan baik. Sekolah sudah memiliki tim khusus dibentuk untuk membuat konten berkualitas tinggi yang menarik dan informatif. Konten mencakup foto kegiatan siswa, video pertandingan, pengumuman, dan testimoni dari siswa serta orang tua. Juga sudah ada admin media sosial ditugaskan untuk mengelola akun-akun resmi sekolah, yang memastikan konsistensi dalam posting dan respons terhadap komentar serta pesan dari pengguna. Selanjutnya sekolah telah aktif berinteraksi dengan pengguna melalui	22 Mei 2024/ Pukul 08:30	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

	<p>komentar, pesan langsung, dan konten interaktif. Sekolah juga sudah menggunakan media sosial untuk mempromosikan acara sekolah seperti pertandingan olahraga, seminar, dan pameran. Ini termasuk pembuatan poster digital dan video teaser. Sekolah pun melakukan kolaborasi dengan alumni, orang tua, dan tokoh masyarakat untuk memperkuat konten dan mendukung acara sekolah.</p>		
<p>Evaluasi</p>	<p>Evaluasi dilakukan secara rutin untuk mengukur efektivitas strategi media sosial dan manajemen humas di SMA Olahraga Pekanbaru. Sekolah menggunakan alat analitik media sosial untuk mengumpulkan data tentang performa konten, tingkat keterlibatan, dan pertumbuhan pengikut. Sekolah sudah mengumpulkan umpan balik dari siswa, orang tua, dan masyarakat melalui</p>	<p>24 Mei 2024/ Pukul 08:30</p>	

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

	<p>diskusi langsung untuk mengetahui persepsi mereka tentang konten dan aktivitas media sosial sekolah. Adanya laporan berkala yang mencakup temuan dari analisis data dan umpan balik pengguna. Laporan ini digunakan untuk menyesuaikan strategi dan perencanaan selanjutnya. Lalu kemudian hasil evaluasi ini dilakukan revisi terhadap strategi media sosial, seperti mengubah jenis konten, frekuensi posting, atau platform yang digunakan.</p>		
Faktor Pendukung	<p>Faktor pendukung implementasi manajemen humas dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana branding di SMA Olahraga Pekanbaru adalah memiliki akses internet yang cepat dan stabil, memudahkan pengelolaan dan pengunggahan konten di berbagai platform media sosial. Sekolah</p>	27 Mei 2024/ Pukul 08:30	<p>Implementasi manajemen humas melalui pemanfaatan media sosial sebagai sarana branding di SMA Olahraga Pekanbaru didukung oleh infrastruktur teknologi yang memadai, sumber daya manusia yang terampil, dukungan</p>

	<p>dilengkapi dengan perangkat digital yang memadai seperti kamera berkualitas tinggi, komputer, dan perangkat lunak editing untuk membuat konten yang menarik. Sekolah juga memiliki tim yang kreatif dan terampil dalam mengelola media sosial, mencakup fotografer, videografer, desainer grafis, dan penulis konten. Selanjutnya, Siswa dan guru aktif berpartisipasi dalam pembuatan dan penyebaran konten, meningkatkan keterlibatan dan variasi konten yang dihasilkan. Sedangkan Orang tua dan alumni mendukung dengan menyebarkan konten sekolah di akun pribadi mereka, memperluas jangkauan informasi. Sekolah memiliki jadwal konten yang terstruktur, memastikan konsistensi dan relevansi posting. Serta menggunakan alat analitik untuk memantau performa konten dan membuat</p>	<p>komunitas yang kuat, dan strategi yang matang. Namun, terdapat juga beberapa hambatan seperti keterbatasan anggaran, masalah teknis, keterlibatan pengguna yang tidak konsisten, dan tantangan dalam menjaga konsistensi serta relevansi konten. Dengan mengatasi hambatan-hambatan ini, sekolah dapat lebih efektif dalam memanfaatkan media sosial untuk membangun citra positif dan meningkatkan keterlibatan semua pemangku kepentingan.</p>
--	---	---

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

	penyesuaian berdasarkan data yang diperoleh.		
Faktor Penghambat	Faktor penghambat implementasi manajemen humas dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana branding di SMA Olahraga Pekanbaru yaitu Staf yang terlibat dalam pengelolaan media sosial sering kali memiliki tugas lain yang juga memerlukan perhatian, sehingga waktu dan tenaga untuk fokus pada media sosial menjadi terbatas. Ditemukan masalah teknis yang terjadi seperti gangguan internet atau kerusakan perangkat yang dapat menghambat proses pengunggahan dan manajemen konten. Selain itu, Algoritma platform media sosial yang sering berubah dapat mempengaruhi jangkauan dan keterlibatan konten, memerlukan penyesuaian strategi yang cepat. Selanjutnya tidak semua siswa aktif atau tertarik untuk	30 Mei 2024/ pukul 08:30	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

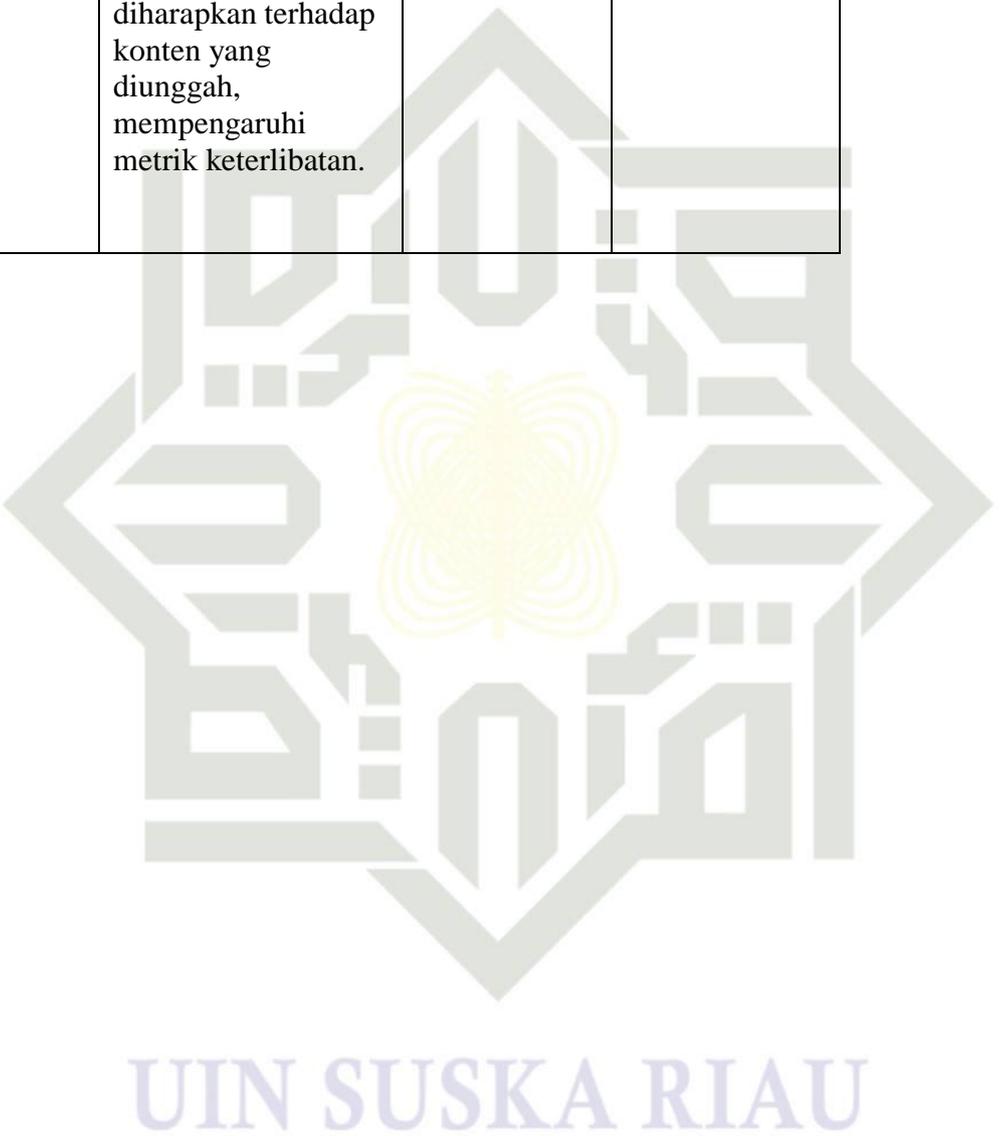
	<p>berpartisipasi dalam pembuatan konten, sehingga variasi dan keterlibatan konten bisa menurun. Terkadang pengguna tidak memberikan respons yang diharapkan terhadap konten yang diunggah, mempengaruhi metrik keterlibatan.</p>	
--	---	--

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





LAMPIRAN 3

TRANSKIP WAWANCARA

Informan: Waka Humas

Nama Informan : Irnawati, S. Pd.
 Jabatan : Waka Humas
 Hari/Tanggal : Senin/ 20 Mei 2024
 Waktu : 09:30
 Tempat : SMA Negeri Olahraga Pekanbaru

A : Bagaimana perencanaan manajemen humas dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana branding?

WH : Perencanaan manajemen humas dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana branding dimulai dengan menetapkan tujuan yang jelas dan spesifik. Kami mengidentifikasi pesan utama yang ingin disampaikan dan menentukan platform media sosial yang paling sesuai untuk audiens target kami. Selanjutnya, kami membuat kalender konten yang mencakup jenis konten, jadwal posting, dan tema bulanan atau mingguan. Analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) juga dilakukan untuk memahami kelebihan dan kekurangan kami serta peluang dan tantangan yang ada di media sosial.

A : Apa saja tujuan yang ingin dicapai oleh sekolah melalui pemanfaatan media sosial dalam upaya branding?

WH : Tujuan utama kami adalah meningkatkan visibilitas dan citra positif sekolah, membangun hubungan yang lebih erat dengan komunitas, serta menarik calon siswa baru. Kami juga ingin memperkuat loyalitas siswa dan orang tua saat ini dengan berbagi pencapaian sekolah, kegiatan siswa, dan informasi penting lainnya. Selain itu, media sosial membantu kami dalam mendapatkan umpan balik langsung dari audiens yang berguna untuk perbaikan berkelanjutan.

A : Apa langkah-langkah konkret yang diambil dalam merencanakan konten dan jadwal posting untuk media sosial sekolah sebagai bagian dari branding sekolah?

WH : Langkah pertama adalah mengidentifikasi tema utama yang relevan dengan nilai dan misi sekolah. Kami kemudian merancang konten yang bervariasi, termasuk artikel, foto, video, dan infografis yang menarik. Setelah itu, kami membuat kalender konten yang rinci, mencakup jadwal posting harian, mingguan, dan bulanan. Kami juga menetapkan waktu posting yang optimal berdasarkan analisis data keterlibatan sebelumnya dan tren media sosial.

A : Bagaimana sekolah mengidentifikasi audiens target yang relevan untuk strategi branding mereka di media sosial?

WH : Kami melakukan segmentasi audiens berdasarkan demografi, minat, dan kebutuhan mereka. Misalnya, kami mengidentifikasi siswa potensial, orang tua, alumni, dan masyarakat umum sebagai audiens utama. Analisis data dari media sosial, dan umpan balik juga membantu kami memahami lebih dalam tentang karakteristik khalayak. Dengan demikian, kami dapat menyesuaikan konten dan pesan yang lebih relevan dan menarik bagi setiap waktu.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

A
WH

A
WH

A
WH
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

A WA

A WH

WH

A WA

WA

A WA

WA

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

: Bagaimana proses pemilihan platform media sosial yang tepat untuk mencapai tujuan branding sekolah, mengingat variasi karakteristik dan demografis pengguna di setiap platform?

: Pemilihan platform media sosial dilakukan berdasarkan analisis demografis pengguna di masing-masing platform dan kesesuaian dengan tujuan branding kami. Misalnya, untuk yang lebih muda, kami menggunakan Instagram dan TikTok, sementara untuk komunikasi dengan orang tua dan profesional, Facebook lebih sesuai. Kami juga mempertimbangkan jenis konten yang ingin kami bagikan; misalnya, video pendek lebih cocok di TikTok, sedangkan artikel panjang lebih sesuai di blog atau Facebook.

: Apa langkah-langkah yang diambil sekolah untuk memastikan konsistensi merek dan citra mereka di seluruh kanal media sosial yang mereka gunakan?

: Untuk memastikan konsistensi merek, kami membuat panduan branding yang mencakup logo, warna, font, dan gaya komunikasi yang harus digunakan di semua platform. Kami juga mengadakan pelatihan untuk tim media sosial agar semua anggota memahami dan menerapkan panduan ini dengan benar. Selain itu, kami rutin melakukan audit konten untuk memastikan kesesuaian dengan panduan branding dan menjaga kualitas serta konsistensi pesan yang disampaikan.

: Bagaimana sekolah mengukur efektivitas strategi branding mereka di media sosial, termasuk dalam hal peningkatan keterlibatan, jumlah pengikut, dan persepsi masyarakat?

: Kami menggunakan berbagai metrik untuk mengukur efektivitas strategi branding, termasuk jumlah pengikut, tingkat keterlibatan (likes, shares, comments), dan reach. Selain itu, kami juga memantau sentimen dan persepsi masyarakat melalui analisis komentar dan pesan yang diterima. Survei berkala juga dilakukan untuk mendapatkan umpan balik langsung dari audiens tentang persepsi mereka terhadap sekolah. Data ini kemudian dianalisis dan digunakan untuk menyesuaikan strategi kami ke depannya.

: Bagaimana perencanaan manajemen humas di sekolah mempertimbangkan dan menyesuaikan strategi branding mereka dengan perkembangan tren dan perubahan dalam media sosial?

: Kami terus memantau tren terbaru di media sosial dan melakukan evaluasi rutin terhadap strategi kami. Kami berpartisipasi dalam pelatihan dan seminar untuk memperbarui pengetahuan kami tentang tren dan alat terbaru. Selain itu, kami mendengarkan umpan balik dari audiens dan menganalisis data kinerja secara berkala untuk menyesuaikan konten dan pendekatan kami. Fleksibilitas dan kemampuan beradaptasi menjadi kunci dalam menghadapi perubahan yang cepat di dunia media sosial.

: Bagaimana proses pelaksanaan manajemen humas dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana branding sekolah?

: Proses pelaksanaan manajemen humas dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana branding sekolah dimulai dengan merumuskan strategi komunikasi yang jelas dan komprehensif. Kami melakukan riset untuk memahami audiens target dan memilih platform media sosial yang tepat. Selanjutnya, kami membuat kalender konten yang mencakup berbagai jenis postingan seperti informasi

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

akademik, kegiatan ekstrakurikuler, pencapaian siswa, dan pengumuman penting. Tim media sosial kami juga dilengkapi dengan panduan branding yang memastikan setiap postingan konsisten dengan citra dan nilai-nilai sekolah. Evaluasi dan analisis data secara berkala dilakukan untuk mengukur efektivitas dan melakukan penyesuaian yang diperlukan.

A : Apa saja strategi manajemen humas di sekolah yang diimplementasikan dalam praktek sehari-hari pada media sosial sebagai alat branding?

WH : Strategi manajemen humas yang diimplementasikan meliputi: Memastikan bahwa semua konten yang diposting mencerminkan citra dan nilai-nilai sekolah, adanya interaksi aktif dengan menanggapi komentar, pesan, dan umpan balik dengan cepat dan profesional. Selain itu, Menggunakan berbagai jenis konten seperti foto, video, infografis, dan artikel untuk menarik audiens yang lebih luas. Sekolah juga menggunakan hashtag maksudnya memanfaatkan hashtag yang relevan untuk meningkatkan visibilitas dan jangkauan, lalu adanya kolaborasi internal yaitu melibatkan guru, siswa, dan staf dalam pembuatan konten untuk memberikan perspektif yang lebih beragam dan menarik.

A : Apa saja media sosial yang digunakan sebagai sarana branding sekolah?

WH : Kami menggunakan beberapa platform media sosial untuk mencapai audiens yang berbeda, antara lain: Facebook: Untuk menjangkau orang tua dan masyarakat umum dengan konten yang lebih mendalam. Instagram: Untuk berbagi foto dan video singkat yang menarik bagi siswa dan calon siswa. YouTube: Untuk mengunggah video kegiatan sekolah, webinar, dan materi edukasi lainnya. Lalu ada juga Youtube: sebagaimana tren sekarang.

A : Bagaimana sekolah memastikan bahwa konten yang diposting di media sosial konsisten dengan citra merek dan nilai-nilai sekolah?

WH : Kami memiliki panduan branding yang mencakup penggunaan logo, warna, font, dan gaya komunikasi yang konsisten. Setiap konten yang akan diposting harus melalui proses review oleh tim humas untuk memastikan kesesuaian dengan panduan tersebut. Selain itu, kami rutin mengadakan rapat tim untuk memastikan semua anggota memahami dan menerapkan standar branding yang telah ditetapkan.

A : Bagaimana sekolah memastikan kualitas konten yang diposting di media sosial untuk meningkatkan daya tarik dan keterlibatan pengguna?

WH : Kualitas konten sangat penting bagi kami. Oleh karena itu, kami bekerja sama dengan profesional di bidang desain grafis dan videografi untuk menghasilkan konten yang menarik secara visual. Kami juga memperhatikan kualitas tulisan dan informasi yang disampaikan agar selalu relevan dan bermanfaat bagi audiens. Penggunaan perangkat lunak analitik membantu kami memahami konten mana yang paling efektif dan menarik, sehingga kami dapat terus meningkatkan kualitas dan relevansi postingan.

A : Siapa saja yang bertanggung jawab dan terlibat dalam pelaksanaan ini?

WH : Tim humas sekolah terdiri dari beberapa anggota yang masing-masing memiliki peran spesifik yang mencakup manajer konten, desainer grafis, videografer, dan analis media sosial. Selain itu, kami juga melibatkan guru, siswa, dan staf

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

A
WH

A
WH

A
WH

A
WH

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

A

WH

A

WH

A

WH

A

WH

A

dalam pembuatan konten. Setiap orang memiliki tanggung jawab untuk berkontribusi sesuai dengan keahlian dan peran mereka, dan semua koordinasi dilakukan oleh saya sebagai Waka Humas.

: Bagaimana kolaborasi antara berbagai stakeholder di sekolah (seperti guru, staf administrasi, dan siswa) diimplementasikan dalam kegiatan manajemen humas melalui media sosial?

: Kami mendorong partisipasi aktif dari semua stakeholder melalui program-program khusus seperti kontes konten kreatif bagi siswa, pelatihan media sosial untuk guru, dan sesi brainstorming bersama staf administrasi. Setiap bulan, kami mengadakan rapat koordinasi untuk membahas ide-ide baru dan memastikan semua pihak berkontribusi secara efektif. Kolaborasi ini tidak hanya meningkatkan kualitas konten tetapi juga memperkuat rasa memiliki dan keterlibatan semua pihak dalam proses branding sekolah.

: Bagaimana respon orang tua dan masyarakat terkait penggunaan media sosial sekolah sebagai sarana branding sekolah?

: Respon orang tua dan masyarakat umumnya sangat positif. Mereka menghargai transparansi dan komunikasi yang lebih terbuka melalui media sosial. Banyak orang tua yang merasa lebih terhubung dengan kegiatan dan perkembangan sekolah anak mereka. Kami juga menerima banyak umpan balik konstruktif yang membantu kami terus memperbaiki dan meningkatkan strategi media sosial kami. Beberapa orang tua bahkan secara aktif berpartisipasi dengan membagikan konten sekolah di akun pribadi mereka, yang membantu memperluas jangkauan kami.

: Bagaimana penggunaan media sosial oleh sekolah mempengaruhi interaksi antara siswa, guru, orang tua, dan masyarakat sekitar?

: Penggunaan media sosial telah meningkatkan interaksi antara semua pihak yang terlibat. Siswa merasa lebih terlibat karena mereka dapat melihat dan berpartisipasi dalam kegiatan yang diposting di media sosial. Guru dapat berbagi materi pembelajaran dan kegiatan kelas dengan lebih luas. Orang tua merasa lebih dekat dengan aktivitas sehari-hari anak mereka di sekolah. Secara keseluruhan, media sosial telah menjadi jembatan komunikasi yang efektif, memperkuat hubungan dan keterlibatan semua pihak dalam komunitas sekolah.

: Bagaimana proses pengelolaan dan respons terhadap interaksi dan umpan balik dari pengikut atau pengguna media sosial terhadap konten yang diposting oleh sekolah?

: Kami memiliki tim yang bertugas untuk memantau dan merespons interaksi dan umpan balik secara real-time. Kami memastikan bahwa setiap komentar dan pesan mendapatkan respons yang cepat dan profesional. Umpan balik positif kami sambut dengan ucapan terima kasih, sementara kritik atau saran konstruktif kami tindak lanjuti dengan evaluasi dan perbaikan yang diperlukan. Kami juga menggunakan umpan balik ini untuk menyesuaikan strategi konten dan meningkatkan kualitas komunikasi kami.

: Apakah sekolah memiliki kebijakan atau panduan tertulis untuk penggunaan media sosial yang memastikan bahwa aktivitas mereka sesuai dengan prinsip-prinsip etika dan standar profesional?

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

A

WH

A

WH

A

WH

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

: Pengukuran interaksi dan keterlibatan pengguna membantu kami memahami bagaimana audiens berinteraksi dengan konten kami. Metrik seperti likes, comments, shares, dan retweets digunakan untuk menilai seberapa menarik dan relevan konten yang kami buat. Kami juga menganalisis waktu interaksi untuk mengetahui waktu terbaik untuk memposting konten. Data ini membantu kami menilai efektivitas strategi branding kami dan menyesuaikan konten serta jadwal posting untuk meningkatkan keterlibatan.

: Apakah ada peningkatan dalam jumlah pendaftar atau retensi siswa setelah implementasi strategi branding di media sosial, dan bagaimana sekolah mengevaluasi dampaknya?

: Ya, kami telah melihat peningkatan dalam jumlah pendaftar baru setelah implementasi strategi branding di media sosial. Kami mengevaluasi dampaknya dengan membandingkan data pendaftaran sebelum dan sesudah implementasi strategi. Selain itu, kami juga melakukan survei kepada pendaftar baru untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan mereka untuk memilih SMA Olahraga Pekanbaru. Kami juga memantau retensi siswa dengan melihat angka putus sekolah dan tingkat kepuasan siswa yang diukur melalui survei berkala.

: Bagaimana sekolah mengevaluasi persepsi orang tua, siswa, dan masyarakat terhadap merek sekolah setelah mengimplementasikan strategi branding di media sosial?

: Kami mengevaluasi persepsi melalui survei dan wawancara dengan orang tua, siswa, dan masyarakat. Survei ini mencakup pertanyaan tentang citra sekolah, kepuasan terhadap komunikasi, dan persepsi tentang kualitas pendidikan dan kegiatan ekstrakurikuler. Kami juga memantau komentar dan pesan di media sosial untuk mendapatkan wawasan langsung dari audiens kami. Data ini dianalisis untuk mengidentifikasi tren dan persepsi umum, yang kemudian digunakan untuk memperbaiki dan menyesuaikan strategi branding kami.

: Bagaimana hasil evaluasi digunakan untuk menyesuaikan dan memperbaiki strategi branding di masa depan?

: Hasil evaluasi digunakan sebagai dasar untuk menyusun rencana aksi perbaikan. Kami mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan dan menetapkan langkah-langkah konkret untuk mengatasi kelemahan yang ditemukan. Misalnya, jika data menunjukkan bahwa konten video lebih menarik bagi audiens, kami akan meningkatkan produksi video. Jika analisis media sosial menunjukkan bahwa informasi akademik kurang terlihat, kami akan lebih fokus pada konten edukatif. Rapat evaluasi rutin diadakan untuk membahas hasil ini dan memastikan bahwa setiap anggota tim memahami dan mendukung perubahan strategi yang diperlukan. Selain itu, kami juga terus memantau tren media sosial terbaru untuk memastikan strategi kami tetap relevan dan efektif.

: Apa saja faktor pendukung implementasi manajemen humas dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana branding?

: Ada beberapa faktor pendukung yang sangat penting dalam implementasi manajemen humas melalui media sosial sebagai sarana branding, antara lain: Ketersediaan perangkat keras dan lunak yang memadai, seperti komputer, kamera, dan perangkat lunak pengeditan, adanya tim yang terlatih dan kompeten

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

A WH

A WH

WH

daya manusia yang ada.

A : Bagaimana kurangnya pemahaman atau kompetensi dalam penggunaan media sosial mempengaruhi kemampuan sekolah dalam merancang dan mengimplementasikan strategi branding yang efektif?

WH : Kurangnya pemahaman atau kompetensi dalam penggunaan media sosial dapat berdampak signifikan terhadap efektivitas strategi branding kami. Tanpa pengetahuan yang memadai tentang bagaimana memanfaatkan platform media sosial secara optimal, konten yang dibuat mungkin tidak menarik atau relevan bagi audiens target. Selain itu, kurangnya keterampilan dalam analisis data media sosial bisa menyebabkan kami kehilangan peluang untuk meningkatkan strategi berdasarkan wawasan yang didapat dari data tersebut. Oleh karena itu, pelatihan dan pengembangan keterampilan bagi tim media sosial sangat penting.

A : Bagaimana kesulitan dalam mengelola dan merespons interaksi atau umpan balik yang cepat dan berkelanjutan di media sosial dapat mempengaruhi citra dan reputasi sekolah?

WH : Kesulitan dalam mengelola dan merespons interaksi atau umpan balik di media sosial dapat berdampak negatif pada citra dan reputasi sekolah. Respon yang lambat atau tidak profesional dapat menimbulkan kesan bahwa sekolah tidak peduli atau tidak responsif terhadap kebutuhan dan masukan dari audiensnya. Hal ini bisa menyebabkan penurunan kepercayaan dan dukungan dari orang tua, siswa, dan masyarakat. Oleh karena itu, penting bagi kami untuk memiliki sistem yang efisien dalam mengelola interaksi dan memastikan bahwa setiap umpan balik ditangani dengan cepat dan tepat.

A : Apakah terdapat kekurangan dalam dukungan atau partisipasi orang tua, siswa, atau alumni dalam mendukung upaya branding sekolah di media sosial?

WH : Terkadang, kami menghadapi tantangan dalam mendapatkan partisipasi yang aktif dari orang tua, siswa, dan alumni. Meskipun banyak yang mendukung, ada sebagian yang mungkin kurang aktif dalam berkontribusi atau berbagi konten sekolah di media sosial. Hal ini bisa disebabkan oleh kurangnya waktu, ketidaktahuan tentang pentingnya peran mereka dalam upaya branding, atau bahkan ketidaknyamanan dalam menggunakan media sosial. Untuk mengatasi ini, kami berusaha meningkatkan kesadaran dan mengedukasi komunitas sekolah tentang pentingnya partisipasi mereka dalam mendukung citra sekolah.

A : Bagaimana mengatasi tantangan yang dihadapi sekolah dalam menjalankan operasional harian manajemen humas mereka di media sosial sebagai sarana branding?

WH : Mengatasi tantangan dalam operasional harian manajemen humas di media sosial memerlukan pendekatan yang sistematis dan terencana. Kami telah membentuk tim khusus yang fokus pada manajemen media sosial, lengkap dengan jadwal posting yang teratur dan kalender konten yang direncanakan sebelumnya. Kami juga menggunakan alat manajemen media sosial untuk mempermudah penjadwalan dan pengelolaan konten. Selain itu, kami mengadakan pelatihan rutin untuk meningkatkan keterampilan tim kami dalam berbagai aspek manajemen media sosial. Dukungan dari kepala sekolah dan kerjasama antar departemen juga sangat penting dalam memastikan kelancaran operasional harian.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

RANSKIP WAWANCARA

Informan: Wakil Kepala Sekolah

Nama Informan : Indra Wahyudi, S.Si, M.Pd
 Jabatan : Waka Kepala Sekolah
 Hari/Tanggal : Jum'at/ 24 Mei 2024
 Waktu : 11:00
 Tempat : SMA Negeri Olahraga Pekanbaru

A : Bagaimana perencanaan manajemen humas dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana branding?

W : Perencanaan manajemen humas dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana branding dimulai dengan analisis mendalam tentang kebutuhan dan tujuan sekolah. Kami menentukan pesan utama yang ingin disampaikan, target audiens, dan platform media sosial yang paling efektif untuk digunakan. Setelah itu, kami menyusun rencana konten yang mencakup jenis-jenis konten yang akan diposting, seperti berita sekolah, prestasi siswa, kegiatan ekstrakurikuler, dan informasi penting lainnya. Kami juga menetapkan jadwal posting yang konsisten untuk menjaga keterlibatan audiens.

A : Apa saja tujuan yang ingin dicapai oleh sekolah melalui pemanfaatan media sosial dalam upaya branding?

WS : Tujuan utama kami adalah meningkatkan brand awareness dan citra positif SMA Olahraga Pekanbaru di kalangan siswa, orang tua, dan masyarakat. Kami ingin menunjukkan keunggulan akademik dan non-akademik sekolah, memperkuat hubungan dengan komunitas sekolah, serta menarik calon siswa baru. Selain itu, kami bertujuan untuk membangun komunitas yang aktif dan terlibat di media sosial, sehingga dapat meningkatkan partisipasi dan dukungan terhadap berbagai kegiatan dan program sekolah.

A : Apa langkah-langkah konkret yang diambil dalam merencanakan konten dan jadwal posting untuk media sosial sekolah sebagai bagian dari branding sekolah?

W : Langkah-langkah konkret yang kami ambil meliputi: Kami membuat kalender konten bulanan yang mencakup topik dan tanggal posting. Kami memiliki tim media sosial kami bekerja sama dengan guru, siswa, dan staf untuk menghasilkan konten berkualitas tinggi, seperti foto, video, dan artikel. Kami juga melakukan uji coba berbagai jenis konten dan waktu posting untuk melihat mana yang paling efektif, kemudian menyesuaikan strategi berdasarkan hasil analisis.

A : Bagaimana sekolah mengidentifikasi audiens target yang relevan untuk strategi branding mereka di media sosial?

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

A

WS

A

WS

A

WS

A

: Kami mengidentifikasi audiens target dengan melakukan analisis demografis dan psikografis. Audiens utama kami meliputi siswa saat ini, calon siswa, orang tua, alumni, dan masyarakat umum. Kami juga memanfaatkan data dari platform media sosial untuk memahami lebih lanjut tentang minat dan perilaku audiens kami. Berdasarkan informasi ini, kami menyesuaikan konten dan strategi komunikasi agar lebih relevan dan menarik bagi masing-masing kelompok audiens.

: Bagaimana proses pemilihan platform media sosial yang tepat untuk mencapai tujuan branding sekolah, mengingat variasi karakteristik dan demografis pengguna di setiap platform?

: Proses pemilihan platform media sosial didasarkan pada analisis demografi pengguna masing-masing platform dan tujuan branding kami. Misalnya, kami menggunakan Instagram dan TikTok untuk menjangkau siswa dan calon siswa yang lebih muda, karena platform ini populer di kalangan remaja. Untuk berkomunikasi dengan orang tua dan masyarakat, kami lebih fokus pada Facebook. Dengan demikian, kami dapat menyesuaikan konten dan pendekatan kami sesuai dengan karakteristik dan preferensi pengguna di setiap platform.

: Apa langkah-langkah yang diambil sekolah untuk memastikan konsistensi merek dan citra mereka di seluruh kanal media sosial yang mereka gunakan?

: Untuk memastikan konsistensi merek dan citra, kami menerapkan beberapa langkah penting, kami memiliki panduan branding yang mencakup logo, warna, font, dan gaya visual yang konsisten untuk semua platform. Kami menentukan pesan utama yang ingin disampaikan dan memastikan bahwa semua konten mencerminkan nilai-nilai dan visi sekolah. Tim media sosial kami bekerja secara terkoordinasi untuk memastikan bahwa konten yang diposting selaras dengan panduan branding. Semua konten melalui proses review sebelum dipublikasikan untuk memastikan kualitas dan konsistensi.

: Bagaimana sekolah mengukur efektivitas strategi branding mereka di media sosial, termasuk dalam hal peningkatan keterlibatan, jumlah pengikut, dan persepsi masyarakat?

: Kami mengukur efektivitas strategi branding melalui beberapa metrik kunci: Jumlah Pengikut: Kami memantau pertumbuhan jumlah pengikut di berbagai platform media sosial. Tingkat Keterlibatan: Kami mengukur likes, comments, shares, dan retweets untuk menilai tingkat keterlibatan audiens. Kami mengumpulkan umpan balik dari siswa, orang tua, dan masyarakat untuk mendapatkan wawasan lebih mendalam tentang persepsi mereka terhadap sekolah.

: Bagaimana perencanaan manajemen humas di sekolah mempertimbangkan dan menyesuaikan strategi branding mereka dengan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

perkembangan tren dan perubahan dalam media sosial?

: Kami secara rutin memantau perkembangan tren dan perubahan dalam media sosial. Tim kami mengikuti perkembangan terbaru melalui berbagai sumber informasi dan pelatihan. Kami juga menganalisis data performa konten untuk memahami apa yang bekerja dengan baik dan apa yang perlu ditingkatkan. Berdasarkan analisis ini, kami menyesuaikan strategi branding kami untuk tetap relevan dan efektif. Selain itu, kami berinovasi dengan mencoba format dan jenis konten baru yang sesuai dengan tren terbaru, sehingga kami dapat terus menarik dan mempertahankan perhatian audiens kami.

: Bagaimana proses pelaksanaan manajemen humas dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana branding sekolah?

: Proses pelaksanaan manajemen humas melalui media sosial di SMP Olahraga Pekanbaru dimulai dengan perencanaan strategis yang melibatkan seluruh tim humas. Kami mengidentifikasi tujuan branding, audiens target, dan platform media sosial yang paling relevan. Selanjutnya, kami membuat kalender konten yang mencakup berbagai jenis postingan, seperti berita sekolah, kegiatan ekstrakurikuler, dan pencapaian siswa. Tim media sosial bertugas untuk membuat dan menjadwalkan konten secara rutin. Kami juga memiliki prosedur untuk mengelola interaksi dan umpan balik dari pengguna media sosial.

: Apa saja strategi manajemen humas di sekolah diimplementasikan dalam praktek sehari-hari pada media sosial sebagai alat branding?

: Strategi manajemen humas yang kami terapkan mencakup beberapa aspek penting yaitu Memastikan setiap konten yang diposting memiliki kualitas tinggi, baik dari segi visual maupun informasi, menjaga konsistensi dalam penyampaian pesan dan visual agar sesuai dengan citra merek sekolah, aktif merespons komentar dan pesan dari pengikut untuk meningkatkan keterlibatan dan membangun hubungan baik, memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan acara-acara sekolah dan mengajak partisipasi komunitas, selanjutnya menggunakan hashtag yang relevan untuk meningkatkan visibilitas konten dan menjangkau audiens yang lebih luas.

: Apa saja media sosial yang digunakan sebagai sarana branding sekolah?

: Kami menggunakan beberapa platform media sosial untuk sarana branding sekolah, di antaranya, Instagram, Facebook, Tiktok, YouTube.

: Bagaimana sekolah memastikan bahwa konten yang diposting di media sosial konsisten dengan citra merek dan nilai-nilai sekolah?

: Untuk memastikan konsistensi, kami memiliki panduan branding yang mencakup penggunaan logo, warna, font, dan gaya komunikasi. Semua konten yang akan diposting harus melalui proses review oleh tim humas untuk memastikan sesuai dengan panduan tersebut. Kami juga memastikan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

A

WS State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

A

W

bahwa setiap pesan yang disampaikan mencerminkan nilai-nilai sekolah, seperti integritas, disiplin, dan semangat olahraga. Dengan cara ini, kami dapat menjaga citra positif dan identitas merek sekolah.

: Bagaimana sekolah memastikan kualitas konten yang diposting di media sosial untuk meningkatkan daya tarik dan keterlibatan pengguna?

: Kualitas konten adalah prioritas utama kami. Kami menggunakan peralatan yang memadai untuk menghasilkan foto dan video berkualitas tinggi. Selain itu, tim kami memiliki keterampilan dalam desain grafis dan pengeditan video. Kami juga mengikuti tren dan menyesuaikan konten agar tetap menarik dan relevan bagi audiens. Umpan balik dari pengguna media sosial juga kami gunakan untuk terus memperbaiki dan meningkatkan kualitas konten yang diposting.

: Siapa saja yang bertanggung jawab dan terlibat dalam pelaksanaan ini?

: Pelaksanaan manajemen humas melalui media sosial melibatkan beberapa pihak, termasuk: Tim Humas: Bertanggung jawab atas perencanaan, pembuatan, dan pengelolaan konten. Guru dan Staf: Berpartisipasi dalam pembuatan konten, seperti memberikan materi atau ide untuk postingan. Siswa: Berkontribusi dengan karya-karya mereka atau sebagai subjek dalam konten yang diposting. Kepala Sekolah: Memberikan arahan dan dukungan serta memastikan bahwa strategi yang dijalankan sesuai dengan visi dan misi sekolah.

: Bagaimana kolaborasi antara berbagai stakeholder di sekolah (seperti guru, staf administrasi, dan siswa) diimplementasikan dalam kegiatan manajemen humas melalui media sosial?

: Kolaborasi antara berbagai stakeholder dilakukan melalui komunikasi yang intens dan terstruktur. Kami mengadakan rapat rutin untuk membahas ide-ide konten dan membagi tugas. Guru dan staf administrasi sering kali memberikan informasi mengenai kegiatan atau pencapaian yang layak diposting. Siswa juga dilibatkan dalam pembuatan konten, seperti video kegiatan ekstrakurikuler atau karya seni mereka. Dengan melibatkan semua pihak, kami dapat menciptakan konten yang beragam dan menarik.

: Bagaimana respon orang tua, masyarakat, terkait penggunaan media sosial sekolah sebagai sarana branding sekolah?

: Respon dari orang tua dan masyarakat umumnya sangat positif. Mereka merasa lebih terhubung dengan kegiatan sekolah dan lebih mudah mendapatkan informasi terkini. Banyak orang tua yang berpartisipasi aktif dengan menyukai, mengomentari, dan membagikan konten kami. Dukungan ini sangat membantu dalam memperluas jangkauan dan memperkuat citra sekolah di mata publik. Kami juga mendapatkan umpan balik konstruktif yang membantu kami untuk terus meningkatkan kualitas dan relevansi konten yang kami bagikan.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Sipta milik UIN Suska Riau

A

WS

A

WS

A

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

: Bagaimana penggunaan media sosial oleh sekolah mempengaruhi interaksi antara siswa, guru, orang tua, dan masyarakat sekitar?

: Penggunaan media sosial telah meningkatkan interaksi antara siswa, guru, orang tua, dan masyarakat. Siswa lebih antusias untuk berpartisipasi dalam kegiatan sekolah yang akan diposting di media sosial. Guru dapat berkomunikasi lebih efektif dengan orang tua mengenai perkembangan dan kegiatan siswa. Orang tua merasa lebih terlibat dan dapat memberikan dukungan serta umpan balik secara langsung. Secara keseluruhan, media sosial telah membantu membangun komunitas sekolah yang lebih terhubung dan aktif.

: Bagaimana proses pengelolaan dan respons terhadap interaksi dan umpan balik dari pengikut atau pengguna media sosial terhadap konten yang diposting oleh sekolah?

: Kami memiliki tim khusus yang bertanggung jawab untuk memantau dan merespons interaksi dan umpan balik dari pengikut media sosial. Kami berusaha merespons komentar dan pesan dengan cepat dan profesional. Jika ada pertanyaan atau masalah yang membutuhkan penanganan lebih lanjut, kami akan mengarahkan ke pihak yang tepat di sekolah. Kami juga menyimpan catatan tentang umpan balik yang diterima untuk analisis lebih lanjut dan perbaikan strategi konten di masa mendatang.

: Apakah sekolah memiliki kebijakan atau panduan tertulis untuk penggunaan media sosial yang memastikan bahwa aktivitas mereka sesuai dengan prinsip-prinsip etika dan standar profesional?

: Ya, kami memiliki kebijakan dan panduan tertulis untuk penggunaan media sosial yang memastikan bahwa semua aktivitas sesuai dengan prinsip-prinsip etika dan standar profesional. Panduan ini mencakup aturan tentang apa yang boleh dan tidak boleh diposting, bagaimana berinteraksi dengan pengguna, dan bagaimana menangani situasi sensitif atau kontroversial. Semua anggota tim humas dan stakeholder terkait diwajibkan untuk mematuhi panduan ini demi menjaga integritas dan citra sekolah.

: Bagaimana sekolah memanfaatkan data dan analisis dari platform media sosial untuk memperbaiki dan mengoptimalkan strategi branding mereka?

: Kami memanfaatkan data dan analisis dari platform media sosial untuk mengevaluasi kinerja konten dan strategi kami. Kami memantau metrik seperti jumlah pengikut, tingkat keterlibatan. Analisis ini membantu kami memahami apa yang bekerja dengan baik dan apa yang perlu ditingkatkan. Berdasarkan data ini, kami menyesuaikan strategi konten dan jadwal posting untuk mencapai hasil yang lebih optimal. Kami juga menggunakan feedback langsung dari pengguna untuk mengidentifikasi area yang memerlukan perbaikan.

: Apakah ada pelatihan dan pengembangan staf sekolah untuk

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

© Hak Sipta milik UIN Suska Riau

A WS State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

meningkatkan kemampuan mereka dalam menjalankan strategi manajemen humas melalui media sosial?

: Kami secara rutin mengadakan pelatihan dan pengembangan bagi staf yang terlibat dalam manajemen humas melalui media sosial. Pelatihan ini mencakup berbagai topik, seperti penggunaan alat media sosial, teknik fotografi dan videografi, desain grafis, serta analisis data. Selain pelatihan internal, kami juga mengirim staf untuk mengikuti workshop dan seminar eksternal untuk memperluas pengetahuan dan keterampilan mereka. Dengan cara ini, kami memastikan bahwa tim kami selalu up-to-date dengan tren dan teknologi terbaru dalam manajemen media sosial.

: Bagaimana evaluasi manajemen humas dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana branding?

: Evaluasi manajemen humas dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana branding dilakukan melalui beberapa tahapan. Pertama, kami mengumpulkan data dan metrik dari berbagai platform media sosial, seperti jumlah pengikut, tingkat keterlibatan. Selanjutnya, kami menganalisis data tersebut untuk menilai efektivitas konten yang diposting. Kami juga mendapatkan umpan balik langsung dari siswa, orang tua, dan masyarakat. Hasil dari evaluasi ini digunakan untuk menilai apakah tujuan branding telah tercapai dan untuk mengidentifikasi area yang memerlukan perbaikan.

A : Apa metode atau kriteria yang digunakan oleh sekolah untuk mengukur tingkat brand awareness yang dihasilkan dari kegiatan branding di media sosial?

WS : Kami menggunakan beberapa metode untuk mengukur tingkat brand awareness yang dihasilkan dari kegiatan branding di media sosial: Metrik Sosial Media: Jumlah pengikut, likes, shares, dan comments. Menganalisis komentar dan pesan untuk memahami persepsi publik terhadap sekolah. Lalu Memantau seberapa sering sekolah disebut di media sosial dan platform lainnya.

A : Bagaimana pengukuran interaksi dan keterlibatan pengguna di media sosial digunakan untuk menilai dampak strategi branding sekolah?

WS : Pengukuran interaksi dan keterlibatan pengguna di media sosial sangat penting untuk menilai dampak strategi branding. Kami memantau metrik seperti likes, comments, shares, dan views pada setiap postingan. Tingkat keterlibatan yang tinggi menunjukkan bahwa konten kami menarik dan relevan bagi audiens. Kami juga melihat jumlah dan jenis interaksi yang terjadi, apakah positif atau negatif, untuk menilai sentimen publik. Data ini membantu kami memahami bagaimana audiens merespons konten kami dan seberapa efektif strategi branding yang diterapkan.

A : Apakah ada peningkatan dalam jumlah pendaftar atau retensi siswa setelah implementasi strategi branding di media sosial, dan bagaimana sekolah mengevaluasi dampaknya?

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

WS

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

: Ya, kami melihat peningkatan dalam jumlah pendaftar dan retensi siswa setelah implementasi strategi branding di media sosial. Untuk mengevaluasi dampaknya, kami membandingkan data pendaftaran siswa dari tahun-tahun sebelumnya dengan data setelah strategi branding diterapkan. Selain itu, kami memantau tingkat kepuasan siswa dan orang tua, yang juga menunjukkan dampak positif dari strategi branding kami.

A : Bagaimana sekolah mengevaluasi persepsi orang tua, siswa, dan masyarakat terhadap merek sekolah setelah mengimplementasikan strategi branding di media sosial?

WS : Kami mengevaluasi persepsi orang tua, siswa, dan masyarakat melalui beberapa cara: Mengumpulkan umpan balik langsung melalui komentar, pesan, dan interaksi di media sosial. Mengadakan Diskusi Kelompok Terarah (FGD): Melibatkan kelompok kecil orang tua dan siswa untuk mendapatkan wawasan lebih mendalam. Dan memantau dan menganalisis komentar dan mention di media sosial untuk memahami sentimen dan persepsi publik.

A : Bagaimana hasil evaluasi digunakan untuk menyesuaikan dan memperbaiki strategi branding di masa depan?

WS : Hasil evaluasi digunakan sebagai dasar untuk menyusun strategi branding di masa depan. Kami melakukan analisis mendalam terhadap data dan umpan balik yang diperoleh untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan strategi saat ini. Berdasarkan temuan ini, kami melakukan penyesuaian seperti memperbaiki jenis konten yang diposting, frekuensi posting, dan cara berinteraksi dengan audiens. Kami juga mengidentifikasi peluang baru dan tren yang relevan untuk diadopsi dalam strategi branding selanjutnya. Dengan pendekatan ini, kami dapat terus meningkatkan efektivitas dan relevansi strategi branding kami di media sosial.

A : Apa saja faktor pendukung implementasi manajemen humas dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana branding?

WS : Faktor-faktor pendukung implementasi manajemen humas melalui media sosial sebagai sarana branding mencakup: Dukungan kuat dari kepala sekolah dan pimpinan lainnya dalam mengadopsi dan mendorong penggunaan media sosial untuk branding sekolah. Keberadaan tim humas yang terlatih dan kompeten dalam strategi media sosial, termasuk kemampuan dalam merancang konten yang menarik dan mengelola interaksi dengan audiens. Ketersediaan infrastruktur teknologi yang memadai, seperti akses internet cepat dan perangkat yang mendukung untuk mengelola platform media sosial secara efektif. Alokasi waktu dan sumber daya yang cukup untuk melakukan monitoring, analisis, dan respons terhadap aktivitas media sosial dengan baik. Partisipasi aktif dari guru, staf administrasi, siswa, dan orang tua dalam menghasilkan konten yang berkualitas dan mempromosikan nilai-nilai sekolah secara konsisten.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

: Bagaimana dukungan sarana prasarana dan teknologi sekolah dalam manajemen humas melalui pemanfaatan media sosial sebagai sarana branding?

: Dukungan sarana prasarana dan teknologi dari sekolah sangat krusial dalam manajemen humas melalui media sosial yaitu: Akses Internet Cepat dan Stabil: Memastikan koneksi internet yang handal untuk memfasilitasi kegiatan posting, monitoring, dan interaksi di media sosial tanpa hambatan. Perangkat Komputer dan Gadget: Ketersediaan perangkat keras seperti komputer, laptop, dan gadget yang memadai untuk tim humas dalam mengelola dan memantau platform media sosial. Perangkat Lunak dan Aplikasi: Penggunaan perangkat lunak atau aplikasi manajemen media sosial yang memungkinkan jadwal posting, analisis kinerja, dan manajemen konten secara efisien. Pemeliharaan dan Dukungan Teknis: Layanan pemeliharaan dan dukungan teknis untuk memastikan semua sistem dan perangkat berjalan dengan baik dan siap digunakan kapan saja.

: Bagaimana dukungan kepemimpinan kepala sekolah dalam manajemen humas melalui pemanfaatan media sosial sebagai sarana branding?

: Kepemimpinan kepala sekolah sangat penting dalam memperkuat manajemen humas melalui media sosial sebagai sarana branding yaitu, Kepala sekolah memimpin dengan memberikan visi jelas tentang pentingnya media sosial dalam membangun citra positif sekolah. Mengalokasikan anggaran yang memadai untuk kegiatan branding melalui media sosial, termasuk untuk produksi konten dan promosi online. Memberikan kebebasan kepada tim humas untuk mengambil inisiatif dan risiko yang dibutuhkan dalam strategi branding, dengan tetap mengikuti arahan dan nilai-nilai sekolah. Mendukung inovasi dalam penggunaan teknologi dan pendekatan baru dalam memanfaatkan media sosial untuk mencapai tujuan branding. Berkomunikasi secara terbuka dengan seluruh stakeholder tentang tujuan, strategi, dan pencapaian dalam penggunaan media sosial untuk branding sekolah.

: Bagaimana dukungan orang tua dan masyarakat setempat dalam manajemen humas melalui pemanfaatan media sosial sebagai sarana branding?

: Dukungan dari orang tua dan masyarakat setempat sangat berperan dalam keberhasilan manajemen humas melalui media sosial adalah Orang tua dan masyarakat aktif berpartisipasi dalam kegiatan yang direkam atau diposting di media sosial, seperti acara sekolah, kegiatan ekstrakurikuler, dan prestasi siswa. Memberikan umpan balik secara positif atau konstruktif terhadap konten yang diposting, yang dapat meningkatkan keterlibatan dan interaksi. Membagikan konten sekolah yang relevan kepada jaringan mereka sendiri, sehingga memperluas jangkauan dan menciptakan kesadaran merek yang lebih besar. Berpartisipasi aktif dalam event atau kegiatan yang dipromosikan melalui media sosial, baik sebagai peserta maupun sebagai pendukung. Membantu memantau dan menjaga reputasi sekolah dalam interaksi online, dengan mempromosikan nilai-nilai positif dan mengatasi misinformasi jika ada.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

: Apa hambatan utama yang dihadapi sekolah dalam mengalokasikan sumber daya, baik itu waktu, anggaran, atau personel, untuk melaksanakan strategi manajemen humas melalui media sosial sebagai sarana branding?

: Beberapa hambatan utama yang dihadapi sekolah dalam mengalokasikan sumber daya untuk strategi manajemen humas melalui media sosial meliputi: Keterbatasan Anggaran: Tidak adanya anggaran yang memadai untuk menyewa tenaga ahli atau membeli perangkat lunak dan perangkat keras yang diperlukan untuk mengelola media sosial secara efektif. Kurangnya Waktu: Keterbatasan waktu dari staf yang sudah memiliki tugas lain di sekolah, membuat sulit untuk mengurus secara konsisten dan responsif media sosial. Kekurangan Personel: Jumlah personel yang terbatas untuk mengelola konten, memantau platform, dan menjawab interaksi dari pengguna media sosial secara efektif. Prioritas Pendidikan Utama: Tantangan dalam menyeimbangkan penggunaan sumber daya untuk aktivitas pendidikan utama dengan upaya branding melalui media sosial.

: Bagaimana kurangnya pemahaman atau kompetensi dalam penggunaan media sosial mempengaruhi kemampuan sekolah dalam merancang dan mengimplementasikan strategi branding yang efektif?

: Kurangnya pemahaman atau kompetensi dalam penggunaan media sosial dapat menghambat kemampuan sekolah dalam strategi branding yaitu Kesulitan dalam merancang strategi yang relevan dengan audiens target karena kurangnya pemahaman tentang perilaku pengguna media sosial dan tren terkini. Kesulitan dalam menghasilkan konten yang menarik dan relevan yang dapat mempengaruhi opini dan persepsi positif terhadap sekolah. Kurangnya kesiapan dalam mengelola risiko reputasi yang mungkin muncul dari interaksi negatif atau kontroversial di media sosial. Kesulitan dalam menerapkan inovasi baru dalam penggunaan teknologi dan pendekatan baru dalam branding, karena kurangnya pemahaman tentang potensi penuh media sosial.

: Bagaimana kesulitan dalam mengelola dan merespons interaksi atau umpan balik yang cepat dan berkelanjutan di media sosial dapat mempengaruhi citra dan reputasi sekolah?

: Kesulitan dalam mengelola dan merespons interaksi di media sosial dapat berdampak negatif terhadap citra dan reputasi sekolah: Tidak mampu merespons dengan cepat terhadap pertanyaan atau komentar dari pengguna media sosial dapat menciptakan persepsi bahwa sekolah kurang peduli atau tidak responsif. Risiko miskomunikasi atau salah interpretasi terhadap pesan yang disampaikan oleh sekolah, yang dapat mempengaruhi opini publik tentang sekolah. Umpan balik negatif yang tidak ditangani dengan baik dapat menghasilkan persepsi yang merugikan terhadap sekolah, terutama jika masalah tersebut menjadi viral. Kesulitan dalam membangun dan mempertahankan kepercayaan dari komunitas sekolah dan masyarakat



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

melalui interaksi yang kurang efektif di media sosial.

: Apakah terdapat kekurangan dalam dukungan atau partisipasi orang tua, siswa, atau alumni dalam mendukung upaya branding sekolah di media sosial?

: Terkadang terdapat kekurangan dalam dukungan atau partisipasi dari orang tua, siswa, atau alumni dalam upaya branding sekolah di media sosial: Orang tua atau siswa mungkin tidak sepenuhnya menyadari pentingnya atau manfaat dari partisipasi aktif dalam mendukung konten atau kegiatan sekolah di media sosial. Keterbatasan waktu atau prioritas mereka sendiri dalam kegiatan sehari-hari dapat menghambat partisipasi aktif dalam mengamplifikasi pesan sekolah di media sosial. Kurangnya minat dari beberapa pihak dalam mengikuti atau berinteraksi dengan konten yang diposting oleh sekolah di media sosial. Beberapa orang tua atau siswa mungkin memiliki kekhawatiran terkait privasi atau eksposur online yang menghambat partisipasi aktif mereka.

: Bagaimana mengatasi tantangan yang dihadapi sekolah dalam menjalankan operasional harian manajemen humas mereka di media sosial sebagai sarana branding?

: Untuk mengatasi tantangan dalam menjalankan operasional harian manajemen humas melalui media sosial, kami melakukan beberapa langkah strategis: Membuat perencanaan yang matang dengan tujuan yang jelas dan strategi yang terukur untuk meminimalkan kebingungan atau ketidak-konsistenan. Melakukan pelatihan rutin untuk staf yang terlibat dalam manajemen humas, termasuk dalam hal penggunaan media sosial dan teknik branding yang efektif. Melakukan monitoring terus-menerus terhadap kinerja konten dan interaksi di media sosial, serta menganalisis data untuk menyesuaikan strategi secara berkala. Meningkatkan responsif terhadap umpan balik dari pengguna media sosial dengan menetapkan waktu yang tepat untuk merespons dan menangani masalah atau pertanyaan dengan cepat. Mendorong kolaborasi aktif antara tim humas, guru, staf administrasi, dan siswa untuk memastikan pesan yang disampaikan konsisten dengan nilai-nilai sekolah. Menggunakan hasil evaluasi untuk terus memperbaiki dan mengoptimalkan strategi branding di media sosial, dengan fokus pada tujuan jangka panjang sekolah.

TRANSKIP WAWANCARA

Informan: Operator (Guru)

Nama Informan : Nono Suganda, S. Pd, Gr
 Jabatan : Operator (Guru)
 Hari/Tanggal : Rabu/ 22 Mei 2024
 Waktu : 10:30
 Tempat : SMA Negeri Olahraga Pekanbaru

A : Bagaimana perencanaan manajemen humas dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana branding?

O : Perencanaan manajemen humas dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana branding dilakukan dengan langkah-langkah strategis sebagai berikut: Evaluasi mendalam terhadap identitas sekolah, tujuan branding, dan lingkungan kompetitif di media sosial. Menetapkan tujuan yang spesifik dan terukur, seperti peningkatan awareness sekolah, partisipasi komunitas, atau mendukung pencapaian akademik. Menetapkan pesan inti yang ingin disampaikan kepada audiens serta nilai-nilai yang ingin ditekankan. Mengembangkan rencana konten yang mencakup topik, gaya penulisan, dan jenis konten yang relevan dengan audiens target. Menentukan jadwal posting yang konsisten untuk memaksimalkan reach dan engagement, berdasarkan analisis waktu optimal di platform media sosial. Menyiapkan rencana tanggap darurat untuk mengatasi potensi krisis reputasi yang mungkin timbul di media sosial.

A : Apa saja tujuan yang ingin dicapai oleh sekolah melalui pemanfaatan media sosial dalam upaya branding?

O : Tujuan utama sekolah dalam menggunakan media sosial untuk branding meliputi: Memperluas pengetahuan masyarakat tentang eksistensi sekolah dan keunggulannya. Mendorong interaksi yang aktif dari siswa, orang tua, alumni, dan masyarakat untuk membangun komunitas yang kuat. Memperkuat citra sekolah dengan menyampaikan nilai-nilai, prestasi, dan kegiatan yang mencerminkan identitas sekolah. Meningkatkan jumlah pendaftar baru dan mempertahankan siswa yang sudah ada dengan menonjolkan keunggulan sekolah. Membangun hubungan yang positif dengan orang tua dan masyarakat setempat untuk mendukung kegiatan sekolah.

A : Apa langkah-langkah konkret yang diambil dalam merencanakan konten dan jadwal posting untuk media sosial sekolah sebagai bagian dari branding sekolah?

O : Langkah konkret dalam merencanakan konten dan jadwal posting untuk media sosial meliputi: Memilih topik yang relevan dengan kegiatan sekolah, prestasi siswa, acara sekolah, dan nilai-nilai pendidikan. Menulis konten yang informatif, edukatif, dan menghibur sesuai dengan preferensi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

A State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dan kebutuhan audiens. Menggunakan grafis, foto, video, dan infografis untuk meningkatkan daya tarik konten. Menentukan jadwal posting yang konsisten, mempertimbangkan waktu optimal berdasarkan analisis data aktivitas pengguna di platform media sosial. Memantau kinerja setiap posting untuk mengidentifikasi tren yang efektif dan menyesuaikan strategi konten sesuai kebutuhan.

A : Bagaimana sekolah mengidentifikasi audiens target yang relevan untuk strategi branding mereka di media sosial?

OP : Identifikasi audiens target dilakukan dengan langkah-langkah berikut: Menganalisis data demografis dan perilaku pengguna media sosial untuk mengidentifikasi siapa yang paling mungkin tertarik dengan konten sekolah. Melibatkan orang tua, siswa, alumni, staf sekolah, dan masyarakat setempat dalam proses identifikasi audiens. Menggunakan feedback langsung dari pengikut media sosial dan survei untuk memahami preferensi dan harapan audiens. Serta menganalisis strategi branding pesaing untuk memahami bagaimana mereka menarik perhatian audiens target mereka.

A : Bagaimana proses pemilihan platform media sosial yang tepat untuk mencapai tujuan branding sekolah, mengingat variasi karakteristik dan demografis pengguna di setiap platform?

OP : Proses pemilihan platform media sosial melibatkan langkah-langkah berikut: Memahami karakteristik demografis pengguna utama di setiap platform, seperti usia, lokasi, dan minat. Memilih platform yang cocok dengan nilai-nilai sekolah dan tujuan branding yang ingin dicapai. Memilih platform yang aktif digunakan oleh audiens target sekolah, termasuk siswa, orang tua, dan masyarakat setempat. Memilih platform yang menyediakan fitur yang sesuai dengan jenis konten yang ingin disampaikan, misalnya video untuk konten visual atau fitur interaktif untuk engagement. Menggunakan analisis data untuk mengevaluasi kinerja posting di setiap platform dan menyesuaikan strategi berdasarkan hasilnya.

A : Apa langkah-langkah yang diambil sekolah untuk memastikan konsistensi merek dan citra mereka di seluruh kanal media sosial yang mereka gunakan?

OP : Untuk memastikan konsistensi merek dan citra di seluruh kanal media sosial, kami melakukan hal-hal berikut: Berkomunikasi secara teratur antara tim manajemen humas, guru, staf administrasi, dan siswa untuk memastikan konsistensi pesan dan nilai-nilai yang disampaikan. Memantau konten yang diposting secara berkala untuk memastikan kesesuaian dengan panduan branding dan untuk mencegah konten yang tidak sesuai. Melakukan pelatihan untuk staf yang terlibat dalam manajemen humas agar memahami pentingnya konsistensi merek dalam semua komunikasi online. Melakukan evaluasi rutin terhadap kinerja konten di masing-masing platform untuk mengidentifikasi dan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

AA
OP

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

AA
OP

memperbaiki ketidaksesuaian atau kejanggalan yang terjadi.

A : Bagaimana sekolah mengukur efektivitas strategi branding mereka di media sosial, termasuk dalam hal peningkatan keterlibatan, jumlah pengikut, dan persepsi masyarakat?

OP : Kami menggunakan metode-metode berikut untuk mengukur efektivitas strategi branding kami di media sosial seperti menggunakan alat analitik bawaan platform media sosial untuk melacak keterlibatan, seperti like, komentar, dan share, serta mencatat jumlah pengikut baru. Melakukan survei kepada pengikut dan audiens potensial untuk mengukur persepsi mereka terhadap sekolah dan tingkat pengetahuan mereka tentang kegiatan dan prestasi sekolah. Menggunakan metrik seperti reach atau jangkauan posting dan jumlah tayangan untuk mengevaluasi sejauh mana pesan kami mencapai audiens target.

A : Bagaimana perencanaan manajemen humas di sekolah mempertimbangkan dan menyesuaikan strategi branding mereka dengan perkembangan tren dan perubahan dalam media sosial?

OP : Perencanaan manajemen humas kami sangat memperhatikan perkembangan tren dan perubahan dalam media sosial dengan langkah-langkah yaitu Mengikuti perkembangan terbaru dalam strategi media sosial, seperti penggunaan video live, cerita, atau algoritma baru dari platform-media sosial utama. Menggunakan analisis data untuk mengidentifikasi tren yang sedang naik dan turun, serta memanfaatkan data untuk menyesuaikan strategi konten dan timing posting. Bersiap untuk merespons perubahan cepat dalam media sosial dengan fleksibilitas dalam merancang dan mengimplementasikan strategi baru sesuai dengan kebutuhan. Mendorong kreativitas dalam pembuatan konten agar tetap segar dan menarik bagi audiens, sambil tetap konsisten dengan nilai-nilai dan pesan merek sekolah. Berkolaborasi dengan ahli media sosial dan profesional branding untuk mendapatkan wawasan dan panduan terbaru dalam menghadapi perubahan tren.

A : Bagaimana proses pelaksanaan manajemen humas dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana branding sekolah?

OP : Proses pelaksanaan manajemen humas melalui media sosial sebagai sarana branding sekolah melibatkan langkah-langkah adalah Menetapkan tujuan branding yang jelas, seperti meningkatkan awareness sekolah atau membangun hubungan positif dengan komunitas. Mengidentifikasi audiens target yang relevan untuk konten branding, seperti calon siswa, orang tua, alumni, dan masyarakat lokal. Membuat konten yang informatif, relevan, dan menarik untuk audiens, sesuai dengan nilai-nilai dan identitas sekolah. Menjadwalkan konten secara konsisten untuk mempertahankan keterlibatan dan meningkatkan visibilitas sekolah di media sosial. Memantau kinerja posting untuk mengukur efektivitas strategi branding, seperti tingkat interaksi, reach, dan respons dari pengguna.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

A
O
P
A
O
P
A
O
P

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

: Apa saja strategi manajemen humas di sekolah yang diimplementasikan dalam praktek sehari-hari pada media sosial sebagai alat branding?

: Strategi manajemen humas yang diterapkan dalam praktek sehari-hari meliputi: Storytelling tentang Prestasi Sekolah dengan menyoroti prestasi akademik, prestasi olahraga, dan pencapaian siswa untuk membangun reputasi positif. Aktif berpartisipasi dalam diskusi dan aktivitas komunitas di media sosial untuk membangun hubungan yang kuat dengan orang tua, siswa, dan alumni. Menggunakan konten visual seperti video pendek, foto berkualitas, dan infografis untuk menarik perhatian pengguna. Mengadakan kampanye dan event khusus seperti open day, webinar, atau kompetisi online untuk meningkatkan awareness dan partisipasi masyarakat. Merespons komentar, pertanyaan, dan umpan balik dari pengikut secara cepat dan positif untuk membangun interaksi yang berarti.

: Apa saja media sosial yang digunakan sebagai sarana branding sekolah?

: Kami menggunakan berbagai platform media sosial untuk branding sekolah, termasuk Facebook, Instagram, Youtube, Web sekolah Untuk berbagi berita, foto, dan event sekolah serta berinteraksi dengan komunitas, menampilkan visualisasi kehidupan sekolah, prestasi siswa, dan momen sehari-hari dalam format foto dan video pendek, memposting video tentang kegiatan sekolah, showcase prestasi, dan dokumentasi acara sekolah.

: Bagaimana sekolah memastikan bahwa konten yang diposting di media sosial konsisten dengan citra merek dan nilai-nilai sekolah?

: Untuk memastikan konsistensi konten dengan citra merek dan nilai-nilai sekolah, kami melakukan hal-hal yaitu mengikuti panduan tertulis yang menetapkan pesan, gaya penulisan, dan estetika visual yang harus diterapkan dalam setiap konten. Berkomunikasi secara teratur antara tim manajemen humas, guru, dan staf administrasi untuk memastikan bahwa semua konten mencerminkan nilai-nilai sekolah. Memantau setiap konten yang diposting untuk memastikan kesesuaian dengan panduan branding dan memperbaiki jika ada ketidaksesuaian. Menggunakan umpan balik dari orang tua, siswa, alumni, dan masyarakat untuk menilai apakah konten mencerminkan identitas dan nilai-nilai sekolah dengan baik.

: Bagaimana sekolah memastikan kualitas konten yang diposting di media sosial untuk meningkatkan daya tarik dan keterlibatan pengguna?

: Kami memastikan kualitas konten dengan strategi Memilih topik yang relevan dengan kehidupan sekolah, tren pendidikan, dan kepentingan komunitas. Menggunakan foto berkualitas tinggi, video dengan narasi yang jelas, dan infografis yang informatif. Menjaga jadwal posting yang konsisten untuk membangun ekspektasi dan meningkatkan keterlibatan pengguna. Mencoba format konten yang beragam seperti cerita, live streaming, dan polling untuk meningkatkan interaksi. Dan menggunakan analisis data untuk mengevaluasi kinerja konten dan menyesuaikan strategi

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

AOP State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

berdasarkan hasil evaluasi.

: Siapa saja yang bertanggung jawab dan terlibat dalam pelaksanaan ini?

: Pelaksanaan manajemen humas melalui media sosial melibatkan beberapa pihak, di antaranya ada Tim Manajemen Humas: Bertanggung jawab atas perencanaan, pengelolaan, dan pengawasan strategi branding di media sosial. Ada Guru dan Staf Administrasi: Terlibat dalam pembuatan konten, dokumentasi kegiatan sekolah, dan interaksi dengan pengikut. Ada Siswa: Berkontribusi dengan konten yang dibuat, berpartisipasi dalam event online, dan mendukung promosi sekolah di platform media sosial. Orang Tua dan Alumni: Memberikan dukungan, membagikan konten, dan berpartisipasi dalam diskusi online yang mendukung branding sekolah.

: Bagaimana kolaborasi antara berbagai stakeholder di sekolah (seperti guru, staf administrasi, dan siswa) diimplementasikan dalam kegiatan manajemen humas melalui media sosial?

: Kolaborasi antar stakeholder dilakukan dengan cara sebagai berikut: Mengadakan pertemuan rutin untuk membahas ide konten, jadwal posting, dan respons terhadap interaksi pengguna. Menetapkan tugas-tugas spesifik kepada masing-masing stakeholder berdasarkan keahlian dan tanggung jawab mereka dalam proses manajemen humas. Mendorong partisipasi aktif dari semua pihak dalam menghasilkan konten yang berkualitas dan merespons interaksi dengan pengikut. Melakukan evaluasi berkala terhadap kinerja konten dan strategi branding, serta menerima masukan dari berbagai stakeholder untuk perbaikan.

: Bagaimana respon orang tua, masyarakat, terkait penggunaan media sosial sekolah sebagai sarana branding sekolah?

: Respon dari orang tua dan masyarakat terhadap penggunaan media sosial sekolah sebagai sarana branding biasanya positif, dengan dukungan yang kuat terhadap penggunaan media sosial untuk membagikan informasi terkini mengenai kegiatan sekolah dan prestasi siswa. Memperkuat ikatan antara sekolah dengan orang tua dan masyarakat melalui diskusi online, voting, dan ajakan untuk partisipasi dalam event. Memiliki umpan balik positif tentang kualitas konten dan respons cepat terhadap pertanyaan atau kebutuhan komunitas.

: Bagaimana penggunaan media sosial oleh sekolah mempengaruhi interaksi antara siswa, guru, orang tua, dan masyarakat sekitar?

: Penggunaan media sosial oleh sekolah telah memperkuat interaksi antara semua pihak, dengan efek adalah memfasilitasi diskusi dan kolaborasi antara siswa, guru, orang tua, dan alumni dalam platform yang mudah diakses. Membangun komunitas online yang solid di sekitar sekolah, meningkatkan rasa memiliki dan dukungan terhadap visi dan misi sekolah. Dan mempercepat aliran informasi dan komunikasi dua arah antara sekolah dan masyarakat, memungkinkan respon yang lebih cepat terhadap isu-isu penting.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

A OP

: Bagaimana proses pengelolaan dan respons terhadap interaksi dan umpan balik dari pengikut atau pengguna media sosial terhadap konten yang diposting oleh sekolah?

: Proses pengelolaan dan respons terhadap interaksi dan umpan balik melibatkan langkah-langkah yaitu memantau secara aktif komentar, pesan langsung, dan tag dari pengikut atau pengguna media sosial terhadap konten yang diposting. Merespons dengan cepat untuk memberikan informasi tambahan, menjawab pertanyaan, atau menyambut umpan balik positif. Mengelola kritik dengan bijaksana, memberikan klarifikasi atau penjelasan jika diperlukan, dan menawarkan solusi jika memungkinkan. Dan mengakui dan menghargai kontribusi positif dari pengikut atau pengguna dalam mendukung branding dan misi sekolah.

A OP

: Apakah sekolah memiliki kebijakan atau panduan tertulis untuk penggunaan media sosial yang memastikan bahwa aktivitas mereka sesuai dengan prinsip-prinsip etika dan standar profesional?

: Ya, kami memiliki kebijakan tertulis yang menetapkan prinsip-prinsip etika dan standar profesional dalam penggunaan media sosial, seperti menyampaikan pesan dengan bahasa yang sopan, jelas, dan tidak merugikan pihak lain. Memastikan perlindungan data pribadi dan keamanan informasi dalam interaksi online. Mematuhi hukum dan regulasi terkait dengan penggunaan media sosial, termasuk hak cipta dan hak privasi. Menggunakan media sosial untuk membangun citra positif sekolah dan menghindari konten yang bersifat kontroversial atau tidak sesuai.

A OP

: Bagaimana sekolah memanfaatkan data dan analisis dari platform media sosial untuk memperbaiki dan mengoptimalkan strategi branding mereka?

: Kami memanfaatkan data dan analisis dari platform media sosial dengan cara melakukan analisis reguler terhadap kinerja posting dan konten untuk mengukur engagement rate, reach, dan jenis konten yang paling efektif. Menggunakan tools analitik untuk memantau tren penggunaan media sosial, preferensi audiens, dan perubahan algoritma. Menganalisis respon dari pengikut terhadap event khusus atau kampanye untuk menilai efektivitas strategi branding. Menghitung return on investment (ROI) dari kegiatan branding di media sosial berdasarkan peningkatan keterlibatan atau pertumbuhan jumlah pengikut.

A OP

: Apakah ada pelatihan dan pengembangan staf sekolah untuk meningkatkan kemampuan mereka dalam menjalankan strategi manajemen humas melalui media sosial?

: Ya, kami secara rutin menyediakan pelatihan dan pengembangan bagi staf sekolah dalam penggunaan media sosial sebagai alat untuk manajemen humas, melakukan Workshop dan Seminar: Mengundang ahli media sosial atau profesional branding untuk memberikan workshop tentang strategi terbaru dalam manajemen humas. Pelatihan Internal: Melakukan sesi pelatihan internal untuk mengajarkan teknik pembuatan konten yang

A OP

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

efektif, analisis data, dan keterampilan komunikasi online. Studi Kasus dan Best Practice: Mempelajari studi kasus dari sekolah lain atau best practice dalam industri pendidikan untuk menginspirasi dan meningkatkan kreativitas staf. Memantapan Kinerja Individu: Memberikan umpan balik dan coaching individual untuk membantu staf mengembangkan keterampilan mereka dalam manajemen humas melalui media sosial

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

A : Bagaimana evaluasi manajemen humas dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana branding?

OP : Evaluasi manajemen humas dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana branding dilakukan melalui beberapa aspek: Mengumpulkan data tentang kinerja konten seperti jumlah interaksi, reach, dan engagement rate di platform media sosial. Membandingkan hasil yang dicapai dengan tujuan yang ditetapkan dalam strategi branding untuk mengukur keberhasilan. Melakukan survei atau memantau umpan balik dari pengikut untuk mengevaluasi persepsi dan respon mereka terhadap konten dan pesan branding. Mengawasi mencari dan mengukur sentimen online terhadap merek sekolah di media sosial untuk mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki.

A : Apa metode atau kriteria yang digunakan oleh sekolah untuk mengukur tingkat brand awareness yang dihasilkan dari kegiatan branding di media sosial?

OP : Untuk mengukur tingkat brand awareness dari kegiatan branding di media sosial, kami menggunakan metode dan kriteria yaitu: Pengukuran Jangkauan (Reach): Melihat seberapa luas konten kami mencapai audiens potensial di media sosial. Analisis Interaksi (Engagement): Menghitung jumlah interaksi seperti like, share, komentar, dan klik terhadap konten kami. Trend Pencarian dan Penyebutan: Memonitor tren pencarian dan peningkatan penyebutan nama sekolah atau hashtag terkait di platform media sosial.

A : Bagaimana pengukuran interaksi dan keterlibatan pengguna di media sosial digunakan untuk menilai dampak strategi branding sekolah?

OP : Pengukuran interaksi dan keterlibatan pengguna di media sosial digunakan untuk mengevaluasi dampak strategi branding sekolah dengan cara menggunakan umpan balik langsung dari pengikut untuk memahami bagaimana konten dapat ditingkatkan untuk meningkatkan keterlibatan.

A : Apakah ada peningkatan dalam jumlah pendaftar atau retensi siswa setelah implementasi strategi branding di media sosial, dan bagaimana sekolah mengevaluasi dampaknya?

OP : Kami mengevaluasi dampak strategi branding di media sosial terhadap jumlah pendaftar atau retensi siswa dengan langkah-langkah seperti mengumpulkan data pendaftaran siswa baru sebelum dan setelah implementasi strategi branding di media sosial. Menilai tingkat retensi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Aspek

OP

Aspek

OP

Aspek

OP

siswa yang kembali mendaftar atau tidak mengundurkan diri dari sekolah setelah eksposur terhadap konten branding.

: Bagaimana sekolah mengevaluasi persepsi orang tua, siswa, dan masyarakat terhadap merek sekolah setelah mengimplementasikan strategi branding di media sosial?

: Evaluasi persepsi orang tua, siswa, dan masyarakat terhadap merek sekolah setelah implementasi strategi branding di media sosial dilakukan dengan mengadakan focus group dengan berbagai stakeholder untuk mendapatkan insight mendalam tentang bagaimana mereka melihat sekolah setelah eksposur terhadap konten branding. Menganalisis sentimen online dan umpan balik yang diterima melalui komentar atau pesan langsung di media sosial. Membandingkan hasil evaluasi dengan tujuan yang ditetapkan untuk menentukan apakah strategi branding perlu disesuaikan.

: Bagaimana hasil evaluasi digunakan untuk menyesuaikan dan memperbaiki strategi branding di masa depan?

: Hasil evaluasi digunakan untuk meningkatkan strategi branding di masa depan dengan: Penyesuaian Konten: Mengubah jenis atau gaya konten untuk lebih sesuai dengan preferensi dan tanggapan pengguna. Optimisasi Jadwal Posting: Merubah jadwal posting berdasarkan analisis kapan waktu terbaik untuk mencapai audiens target. Pelatihan dan Pengembangan: Memberikan pelatihan tambahan kepada staf terkait strategi media sosial dan manajemen humas untuk meningkatkan efektivitas. Penggunaan Data Analitik: Memanfaatkan data analitik untuk mengidentifikasi tren baru atau peluang yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan keterlibatan.

: Apa saja faktor pendukung implementasi manajemen humas dalam pemanfaatan media sosial sebagai sarana branding?

: Faktor-faktor pendukung implementasi manajemen humas melalui media sosial sebagai sarana branding meliputi: Ketersediaan Sumber Daya: Termasuk akses internet yang memadai, perangkat keras (komputer, smartphone), dan perangkat lunak (aplikasi media sosial, analitik). Dukungan Kepemimpinan: Dukungan dan pengakuan dari kepala sekolah terhadap peran penting media sosial dalam mempromosikan visi dan nilai-nilai sekolah. Kompetensi dan Keterampilan: Kemampuan staf dalam menggunakan media sosial secara efektif untuk komunikasi, branding, dan pengelolaan krisis. Kemitraan dengan Komunitas: Kerjasama yang baik dengan alumni, sponsor, dan komunitas lokal untuk mendukung upaya branding dan penyebaran informasi positif. Kepatuhan Terhadap Kebijakan: Adanya kebijakan yang jelas dan dipatuhi terkait penggunaan media sosial, termasuk privasi dan standar profesional.

: Bagaimana dukungan sarana prasarana dan teknologi sekolah dalam manajemen humas melalui pemanfaatan media sosial sebagai sarana

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

branding?

: Dukungan sarana prasarana dan teknologi sekolah sangat penting dalam manajemen humas melalui media sosial yaitu memiliki akses internet cepat dan stabil untuk memungkinkan penggunaan media sosial tanpa hambatan teknis yang signifikan. Komputer, laptop, smartphone, dan perangkat lunak aplikasi media sosial yang memadai untuk pengelolaan konten dan analitik. Tempat untuk produksi konten multimedia seperti video atau foto yang dibutuhkan untuk kampanye branding. Pelatihan reguler dan dukungan teknis kepada staf untuk memaksimalkan penggunaan teknologi dalam kegiatan branding. Keamanan dan Privasi: Sistem keamanan yang memadai untuk melindungi data sensitif dan privasi pengguna dalam interaksi di media sosial.

: Bagaimana dukungan kepemimpinan kepala sekolah dalam manajemen humas melalui pemanfaatan media sosial sebagai sarana branding?

: Dukungan kepemimpinan kepala sekolah dalam manajemen humas melalui media sosial mencakup mengkomunikasikan visi, misi, dan nilai-nilai sekolah melalui platform media sosial untuk membangun kesadaran dan identitas merek yang kuat. Mendukung inisiatif staf dalam mengembangkan dan melaksanakan strategi branding yang efektif di media sosial. Terlibat dalam aktivitas media sosial seperti posting, menyampaikan pesan penting, dan merespons umpan balik untuk memperkuat hubungan dengan komunitas sekolah. Mendorong kolaborasi antara staf, siswa, dan orang tua dalam penggunaan media sosial sebagai alat untuk membangun komunitas dan meningkatkan transparansi. Mengalokasikan sumber daya yang cukup untuk pengembangan kemampuan dan infrastruktur yang mendukung strategi branding melalui media sosial.

: Bagaimana dukungan orang tua dan masyarakat setempat dalam manajemen humas melalui pemanfaatan media sosial sebagai sarana branding?

: Dukungan orang tua dan masyarakat setempat dalam manajemen humas melalui media sosial dapat dilihat dari orang tua yang berpartisipasi dalam diskusi online, menghadiri acara yang dipromosikan, dan berbagi konten positif tentang sekolah. Penghargaan terhadap prestasi: Masyarakat yang memberikan dukungan moral dan apresiasi terhadap prestasi sekolah yang dibagikan melalui media sosial. Kritik dan Umpan Balik: Memberikan umpan balik yang konstruktif yang membantu sekolah untuk memperbaiki dan meningkatkan citra mereka di masyarakat. Promosi dan Advokasi: Masyarakat yang aktif mempromosikan dan mendukung kegiatan sekolah melalui platform media sosial untuk meningkatkan visibilitas dan reputasi. Partnership dan Sponsorship: Terlibat dalam kemitraan atau sponsorship yang membantu sekolah dalam memperluas jangkauan dan meningkatkan efektivitas strategi branding.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

A

OP

A

OP

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

: Apa hambatan utama yang dihadapi sekolah dalam mengalokasikan sumber daya, baik itu waktu, anggaran, atau personel, untuk melaksanakan strategi manajemen humas melalui media sosial sebagai sarana branding?

: Hambatan utama yang dihadapi sekolah dalam mengalokasikan sumber daya untuk strategi manajemen humas melalui media sosial meliputi, keterbatasan waktu: Staf yang sudah memiliki tugas utama mengajar dan administrasi sekolah harus menemukan waktu tambahan untuk mengurus media sosial secara efektif. Keterbatasan Anggaran: Kurangnya dana yang cukup untuk membiayai iklan berbayar atau pengadaan perangkat lunak dan perangkat keras yang diperlukan untuk manajemen media sosial yang efektif. Kurangnya Personel: Keterbatasan jumlah staf yang terlatih secara khusus dalam manajemen media sosial, yang menyebabkan beban kerja tambahan bagi yang sudah ada. Prioritas Pendidikan Utama: Tantangan untuk meyakinkan kepala sekolah dan pengelola bahwa penggunaan media sosial sebagai sarana branding layak mendapatkan prioritas di antara kegiatan lain yang mendesak.

: Bagaimana kurangnya pemahaman atau kompetensi dalam penggunaan media sosial mempengaruhi kemampuan sekolah dalam merancang dan mengimplementasikan strategi branding yang efektif?

: Kurangnya pemahaman atau kompetensi dalam penggunaan media sosial dapat menghambat kemampuan sekolah dalam merancang dan mengimplementasikan strategi branding yang efektif dengan cara Pesan yang disampaikan mungkin tidak relevan atau tidak menarik bagi audiens target karena kurangnya pengetahuan tentang preferensi dan perilaku pengguna media sosial. Ketidakmampuan untuk menggunakan fitur-fitur canggih atau algoritma yang relevan dalam platform media sosial dapat menghambat visibilitas dan keterlibatan. Kesulitan dalam menganalisis data dan kinerja postingan media sosial untuk memahami apa yang berhasil dan tidak berhasil dalam strategi branding. Potensi untuk membuat kesalahan dalam manajemen krisis atau merespons umpan balik negatif karena kurangnya pengalaman atau pemahaman.

: Bagaimana kesulitan dalam mengelola dan merespons interaksi atau umpan balik yang cepat dan berkelanjutan di media sosial dapat mempengaruhi citra dan reputasi sekolah?

: Kesulitan dalam mengelola dan merespons interaksi atau umpan balik di media sosial dapat berdampak negatif terhadap citra dan reputasi sekolah, seperti: Kesempatan Terlewatkan: Tidak dapat merespons dengan cepat dapat menurunkan kepercayaan masyarakat terhadap ketersediaan dan responsivitas sekolah. Penyebaran Informasi Salah: Informasi yang tidak akurat atau kurang dipertimbangkan dapat menyebabkan kontroversi atau keraguan di antara masyarakat. Persepsi Negatif: Kurangnya transparansi atau ketidakkonsistenan dalam merespons umpan balik dapat menimbulkan persepsi bahwa sekolah tidak peduli atau tidak profesional. Pengaruh Terhadap Prospek Pendaftaran: Ketika calon siswa dan orang tua

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

A
OP

mempertimbangkan sekolah, citra yang terbentuk dari interaksi di media sosial dapat memengaruhi keputusan mereka.

A : Apakah terdapat kekurangan dalam dukungan atau partisipasi orang tua, siswa, atau alumni dalam mendukung upaya branding sekolah di media sosial?

OP : Kekurangan dukungan atau partisipasi dari orang tua, siswa, atau alumni dapat menghambat upaya branding sekolah di media sosial dengan cara Kurangnya Keterlibatan: Orang tua atau siswa mungkin tidak aktif berpartisipasi dalam menyebarkan konten atau berinteraksi dengan postingan sekolah. Kurangnya Advokasi: Kurangnya dukungan publik dari alumni atau komunitas lokal untuk mengampanyekan prestasi atau kegiatan sekolah. Ketidakpedulian Terhadap Merek: Tidak adanya kesadaran atau ketertarikan yang cukup dari alumni atau siswa dalam memperkuat citra dan identitas merek sekolah. Tantangan dalam Menggalang Dukungan: Kesulitan dalam memobilisasi orang tua, siswa, atau alumni untuk mendukung kampanye atau kegiatan tertentu di media sosial.

A : Bagaimana mengatasi tantangan yang dihadapi sekolah dalam menjalankan operasional harian manajemen humas mereka di media sosial sebagai sarana branding?

OP : Untuk mengatasi tantangan dalam menjalankan operasional harian manajemen humas melalui media sosial sebagai sarana branding, sekolah dapat mengambil langkah-langkah dengan membuat rencana komunikasi yang jelas dan terstruktur untuk posting konten, merespons interaksi, dan mengelola krisis, memberikan pelatihan reguler kepada staf tentang penggunaan media sosial secara efektif dan kebijakan terbaru dalam manajemen humas, menetapkan tim khusus atau individu yang bertanggung jawab untuk memantau, merespons, dan mengelola konten media sosial secara konsisten, melakukan evaluasi rutin terhadap kinerja kampanye dan postingan media sosial untuk memastikan bahwa tujuan branding sekolah tercapai, mendorong kolaborasi yang erat antara guru, staf administrasi, dan orang tua untuk mendukung upaya branding sekolah di media sosial.

UIN SUSKA RIAU



TRANSKIP WAWANCARA

Informan: Siswa

Nama Informan : Fachri Fadhlah
 Jabatan : Siswa
 Hari/Tanggal : Senin/ 27 Mei 2024
 Waktu : 11:30
 Tempat : SMA Negeri Olahraga Pekanbaru

A : Apa saja media sosial yang digunakan sebagai sarana branding sekolah?

SW : Di SMA Olahraga Pekanbaru, kami menggunakan berbagai platform media sosial untuk keperluan branding sekolah. Platform utama yang kami gunakan adalah Instagram, Facebook, Twitter, dan YouTube. Instagram menjadi pilihan utama karena visualisasinya yang kuat dan kemampuannya untuk menjangkau audiens yang lebih muda. Facebook digunakan untuk menjangkau orang tua dan masyarakat yang lebih luas, sementara Twitter efektif untuk update cepat dan interaksi singkat. YouTube digunakan untuk membagikan video kegiatan sekolah seperti pertandingan olahraga, seminar, dan acara sekolah lainnya.

A : Bagaimana pemanfaatan media sosial sebagai sarana branding sekolah?

SW : Media sosial digunakan untuk menampilkan berbagai aspek positif dari sekolah kami, termasuk prestasi akademik dan non-akademik siswa, kegiatan ekstrakurikuler, dan fasilitas yang ada. Kami juga menggunakan media sosial untuk memberikan informasi penting terkait pendaftaran, acara sekolah, dan pengumuman lainnya. Selain itu, media sosial juga menjadi sarana untuk berinteraksi langsung dengan siswa, orang tua, dan masyarakat, sehingga menciptakan komunikasi dua arah yang baik di sekolah ini.

A : Bagaimana kualitas konten yang diposting di media sosial sekolah untuk meningkatkan daya tarik dan keterlibatan pengguna?

SW : kontennya berkualitas, baik, dan informasinya sudah ada di medsos yang bisa kita lihat. Yang awalnya nggak tau jadi tau.

A : Bagaimana respon orang tua, masyarakat, terkait penggunaan media sosial sekolah sebagai sarana branding sekolah?

SW : Respon dari orang tua dan masyarakat sangat positif. Mereka merasa lebih terinformasi dan terlibat dengan kegiatan sekolah. Orang tua merasa lebih dekat dengan aktivitas anak-anak mereka di sekolah dan dapat melihat perkembangan serta prestasi mereka secara langsung. Masyarakat juga memberikan apresiasi karena sekolah aktif dalam memberikan informasi serta berbagi momen-momen penting.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

A
SW

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

: Bagaimana penggunaan media sosial oleh sekolah mempengaruhi interaksi siswa, guru, orang tua, dan masyarakat sekitar?

: Penggunaan media sosial telah memperkuat interaksi di antara siswa, guru, orang tua, dan masyarakat. Menurut saya siswa lebih termotivasi untuk berprestasi karena karya dan prestasi mereka dapat dilihat oleh publik. Masyarakat dapat ikut serta dalam berbagai kegiatan sekolah yang diumumkan melalui media sosial, sehingga meningkatkan dukungan dan partisipasi komunitas.

A : Bagaimana dukungan orang tua dan masyarakat setempat dalam manajemen humas melalui pemanfaatan media sosial sebagai sarana branding?

S : Dukungan dari orang tua dan masyarakat sangat penting dalam manajemen humas sekolah. Orang tua sering kali membantu menyebarkan konten sekolah di akun media sosial pribadi mereka, sehingga memperluas jangkauan informasi. Masyarakat setempat, termasuk alumni dan tokoh masyarakat, juga sering memberikan dukungan dalam bentuk partisipasi dan sponsor untuk acara sekolah yang dipromosikan melalui media sosial. Kolaborasi ini membantu memperkuat citra positif sekolah di mata publik.



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

A State Islamic University of Sultan Saifur Razi Kasim Riau

TRANSKIP WAWANCARA

Informan: Wali Murid

Nama Informan : Mita
 Jabatan : Wali Murid
 Hari/Tanggal : Kamis/ 30 Mei 2024
 Waktu : 10:00
 Tempat : di rumah murid

A : Apa saja media sosial yang digunakan sebagai sarana branding sekolah?
 OR : Sebagai orang tua, kami melihat bahwa SMA Olahraga Pekanbaru menggunakan beberapa pmedia sosial utama untuk keperluan branding. Media sosial yang aktif digunakan antara lain Instagram, Facebook, dan YouTube.

A : Bagaimana pemanfaatan media sosial sebagai sarana branding sekolah?
 OR : Media sosial dimanfaatkan dengan sangat baik oleh sekolah untuk menunjukkan berbagai kegiatan dan prestasi siswa. Misalnya, setiap kali ada acara penting seperti pertandingan olahraga atau pameran seni, foto dan video dari acara tersebut langsung diposting. Sekolah juga menggunakan media sosial untuk memberikan informasi mengenai proses pendaftaran, jadwal kegiatan, dan pengumuman penting lainnya. Ini membuat kami, sebagai orang tua, merasa selalu terhubung dan terinformasi tentang apa yang terjadi di sekolah.

A : Bagaimana kualitas konten yang diposting di media sosial sekolah untuk meningkatkan daya tarik dan keterlibatan pengguna?
 OR : Konten yang diposting oleh sekolah memiliki kualitas yang sangat baik. Foto dan video selalu jelas dan menarik, sering kali menampilkan momen-momen penting dan prestasi siswa. Dari postingan sekolah itu yang sangat membantu dalam meningkatkan keterlibatan pengguna.

A : Bagaimana respon orang tua, masyarakat, terkait penggunaan media sosial sekolah sebagai sarana branding sekolah?
 OR : Respon dari kami sebagai orang tua dan dari masyarakat sangat positif. Kami merasa lebih dekat dan terhubung dengan kegiatan sekolah anak-anak kami. Melalui media sosial, kami bisa melihat langsung bagaimana perkembangan dan prestasi mereka di sekolah. Masyarakat juga memberikan apresiasi karena merasa lebih terlibat dan terinformasi mengenai kegiatan di sekolah, yang juga memberikan citra positif bagi sekolah.

A : Bagaimana penggunaan media sosial oleh sekolah mempengaruhi interaksi siswa, guru, orang tua, dan masyarakat sekitar?

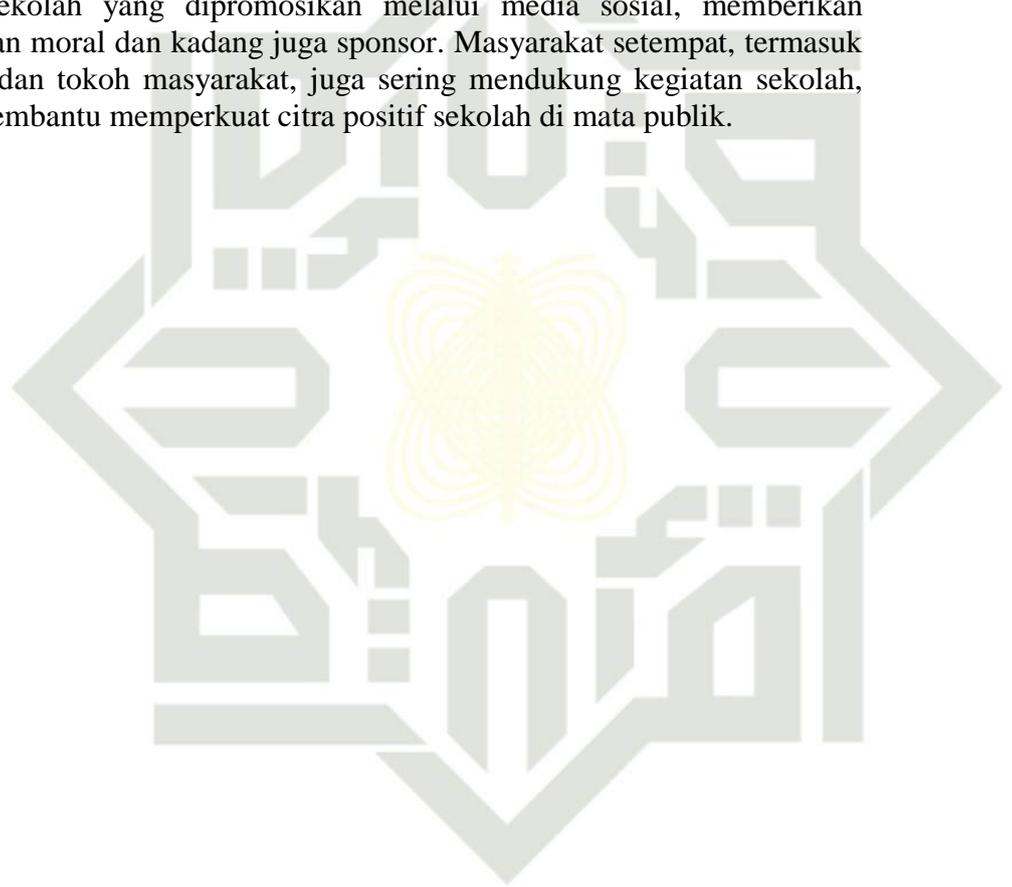
OR : Penggunaan media sosial oleh sekolah telah memperkuat interaksi di antara semua pihak. Bagi kami orang tua, media sosial memberikan cara



yang lebih mudah untuk mengikuti dan mendukung kegiatan anak-anak kami di sekolah. Masyarakat sekitar juga merasa lebih terlibat karena sering diundang untuk mengikuti atau mendukung acara sekolah yang diumumkan melalui media sosial.

: Bagaimana dukungan orang tua dan masyarakat setempat dalam manajemen humas melalui pemanfaatan media sosial sebagai sarana branding?

: Dukungan kami sebagai orang tua dan masyarakat sangat penting dalam manajemen humas sekolah. Banyak dari kami yang ikut menyebarkan konten sekolah di media sosial pribadi kami, yang membantu memperluas jangkauan informasi. Kami juga sering kali berpartisipasi dalam acara-acara sekolah yang dipromosikan melalui media sosial, memberikan dukungan moral dan kadang juga sponsor. Masyarakat setempat, termasuk alumni dan tokoh masyarakat, juga sering mendukung kegiatan sekolah, yang membantu memperkuat citra positif sekolah di mata publik.



UIN SUSKA RIAU

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN 4

MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA SCHOOL BRANDING SMP NEGERI OLAHRAGA PEKANBARU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Youtube



Facebook



Instagram



Tik tok



Website Sekolah





LAMPIRAN 5

LEMBAR DISPOSISI

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBARAN DISPOSISI	
INDEKS BERKAS	
KODE :	
Hal : Pengajuan Sinopsis (Judul Skripsi)	
Tanggal : 13 Februari 2023	
Nama : FERI APRIANSAH	
INFORMASI Setelah diarahkan maka judul yang bersangkutan dapat diajukan, mohon agar ditunjuk sebagai pembimbing	DITERUSKAN KEPADA 1. catatan Kajor MPI a. b. c.
Dr. Umar Fauz, M.Pd.	
Pekanbaru 14/2/23 Kajor MPI 	Diteruskan kepada 2. wakil Dekan I
Dr Hj Yuliharti, M.Ag NIP.197004041996032001	
1. Kepada bawahan "instruksi atau informasi" 2. Kepada atasan "informasi" coret instruksi:	



LAMPIRAN 6

BLANKO KEGIATAN BIMBINGAN PROPOSAL

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Akak c

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No	Tanggal Konsultasi	Materi Bimbingan	Tanda Tangan	Keterangan
1	07-04-2023	Pembentukan Latar Belakang	<i>[Signature]</i>	
2	23-12-2023	Konsultasi Ganti Judul	<i>[Signature]</i>	
3	12-02-2024	Pembentukan dan revisi margin	<i>[Signature]</i>	
4	15-02-2024	Kajian Teori, Metodologi Penelitian Daftar Pustaka	<i>[Signature]</i>	
5	20-02-2024	— . —	<i>[Signature]</i>	

Pekanbaru, Selasa, 20-02-2024
Pembimbing
[Signature]
Dr. H. Ulhas Jannah, M.Pd

© Hak cipta
LAMPIRAN 7

LEMBAR ACC PROPOSAL

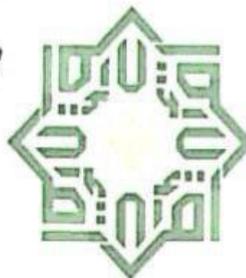
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

IMPLEMENTASI MANAJEMEN HUMAS DALAM PEMANFAATAN
MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA *BRANDING*
DI SMA NEGERI OLAHRAGA PEKANBARU

PROPOSAL

Aca
Simam
Purwan
13/2-2024



UIN SUSKA RIAU

Oleh

FERI APRIANSAH
NIM 12010327424

Pembimbing:
Dr. H. Umar Faruq, M.Pd

PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU

1445 H/2024 M

LAMPIRAN 8

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN PROPOSAL

© Hak cipta

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

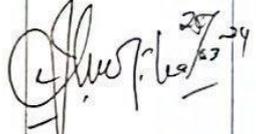


KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS TARBİYAH DAN KEGURUAN
كلية التربية والتعليم
FACULTY OF EDUCATION AND TEACHER TRAINING
Alamat: Jl. H. R. Soeharto Km. 15 Tampan Pekanbaru Riau 28293 PO BOX 1004 Telp. (0761) 7077307 Fax. (0761) 211129

PENGESAHAN PERBAIKAN
UJIAN PROPOSAL

Nama Mahasiswa : Feri Apriansah
Nomor Induk Mahasiswa : 12010317583
Hari/Tanggal Ujian : Selasa 14 Maret, 2024
Judul Proposal Ujian : Implementasi Manajemen Humas Dalam Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana School Brading di Sekolah Menengah Atas Negeri Olahraga Pekanbaru

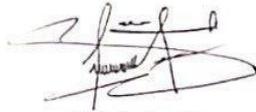
Isi Proposal : Proposal ini sudah sesuai dengan masukan dan saran yang dalam Ujian proposal

No	NAMA	JABATAN	TANDA TANGAN	
			PENGUJI I	PENGUJI II
1.	Dr. Tuti Andriani, M.Pd	PENGUJI I		
2.	Dra. Eli Sabrifha, M.Ag	PENGUJI II		

Mengetahui
a.n. Dekan
Wakil Dekan I

Dr. Zarkasih, M.Ag.
NIP. 19721017 199703 1 004

Pekanbaru, Selasa. 20/03/2024
Peserta Ujian Proposal


Feri Apriansah
NIM.12010317583



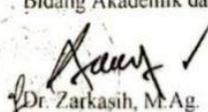
LAMPIRAN 9

IZIN MELAKUKAN RISET FAKULTAS

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© ak c

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

 UIN SUSKA RIAU	KEMENTERIAN AGAMA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU FAKULTAS TARBİYAH DAN KEGURUAN كلية التربية والتعاليم FACULTY OF EDUCATION AND TEACHER TRAINING <small>Jl. H. R. Soebrantas No. 155 Km 18 Tampan Pekanbaru Riau 28293 PO. BOX 1004 Telp. (0761) 561647 Fax. (0761) 561647 Web www.ftk.uinsuska.ac.id E-mail: eftak_uinsuska@yahoo.co.id</small>	
Nomor	: B-7428/Un.04/F.II.1/PP.00.9/04/2024	Pekanbaru, 24 April 2024 M
Sifat	: Biasa	
Lamp.	: 1 (Satu) Proposal	
Hal	: <i>Mohon Izin Melakukan Riset</i>	
<p>Kepada Yth. Gubernur Riau Cq. Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau Di Pekanbaru</p>		
<p><i>Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh</i> Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini memberitahukan kepada saudara bahwa :</p>		
Nama	: Feri Apriansah	
NIM	: 12010317583	
Semester/Tahun	: VII (Tujuh)/ 2024	
Program Studi	: Manajemen Pendidikan Islam	
Fakultas	: Tarbiyah dan Keguruan UIN Suska Riau	
<p>ditugaskan untuk melaksanakan riset guna mendapatkan data yang berhubungan dengan judul skripsinya : Implementasi Manajemen Humas dalam Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Saran Branding di Sekolah Menengah Atas Negeri Olahraga Pekanbaru ; Lokasi Penelitian : SMAN Olahraga (SKO) Riau Waktu Penelitian : 3 Bulan (24 April 2024 s.d 24 Juli 2024)</p>		
<p>Sehubungan dengan itu kami mohon diberikan bantuan/izin kepada mahasiswa yang bersangkutan.</p>		
<p>Demikian disampaikan atas kerjasamanya diucapkan terima kasih.</p>		
<p style="text-align: right;">Wassalam a.n. Rektor Wakil Dekan I Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga</p>		
<p style="text-align: center;">  Dr. Zarkasih, M.Ag. NIP.19721017 199703 1 004 </p>		
<p>Tembusan : Rektor UIN Suska Riau</p>		

© **LAMPIRAN 10**

LEMBAR REKOMENDASI DINAS PMPT

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

© **ak c**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



PEMERINTAH PROVINSI RIAU
DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU
 Gedung Menara Lancang Kuning Lantai I dan II Komp. Kantor Gubernur Riau
 Jl. Jend. Sudirman No. 460 Telp. (0761) 39064 Fax. (0761) 39117 **PEKANBARU**
 Email : dpmptsp@riau.go.id

REKOMENDASI

Nomor : 503/DPMPPTSP/INON IZIN-RISET/65110
 TENTANG



**PELAKSANAAN KEGIATAN RISET/PRA RISET
 DAN PENGUMPULAN DATA UNTUK BAHAN SKRIPSI**

1.04.02.01

Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Riau, setelah membaca Surat Permohonan Riset dari : Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Suska Riau, Nomor : B-7428/Un.04/F.II.1/PP.00.9/04/2024 Tanggal 24 April 2024, dengan ini memberikan rekomendasi kepada:

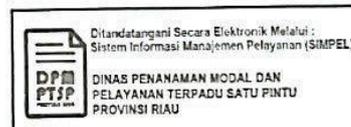
- | | |
|----------------------|---|
| 1. Nama | : FERI APRIANSAH |
| 2. NIM / KTP | : 120103175830 |
| 3. Program Studi | : MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM |
| 4. Jenjang | : S1 |
| 5. Alamat | : PEKANBARU |
| 6. Judul Penelitian | : IMPLEMENTASI MANAJEMEN HUMAS DALAM PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA SCHOOL BRANDING DI SEKOLAH MENENGAH ATAS NEGERI OLAHRAGA PEKANBARU |
| 7. Lokasi Penelitian | : SMAN OLAHRAGA (SKO) RIAU |

Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Tidak melakukan kegiatan yang menyimpang dari ketentuan yang telah ditetapkan.
2. Pelaksanaan Kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data ini berlangsung selama 6 (enam) bulan terhitung mulai tanggal rekomendasi ini diterbitkan.
3. Kepada pihak yang terkait diharapkan dapat memberikan kemudahan serta membantu kelancaran kegiatan Penelitian dan Pengumpulan Data dimaksud.

Demikian rekomendasi ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana.

Dibuat di : Pekanbaru
 Pada Tanggal : 3 Mei 2024



Tembusan :

Disampaikan Kepada Yth :

1. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Provinsi Riau di Pekanbaru
2. Kepala Dinas Pendidikan Provinsi Riau di Pekanbaru
3. Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Suska Riau di Pekanbaru
4. Yang Bersangkutan

LAMPIRAN 11

SURAT IZIN RISSET DINAS PENDIDIKAN



PEMERINTAH PROVINSI RIAU
DINAS PENDIDIKAN
SEKOLAH MENENGAH ATAS (SMA) NEGERI OLAHRAGA PROVINSI RIAU
SKO - RIAU
 Jl. Yos Sudarso No. 103 Telp/FAX (0761) 5953849
 E-mail : smanolahraga@yahoo.co.id Kode Pos 28265 Rumbal Pesisir Pekanbaru
 NSS : 301096011062. NIS: 300062 NPSN: 10497416
 AKREDITASI A



Pekanbaru, 24 Juni 2024

No : 424.4/SMAN OR-RIAU/ 423/2024
 Lamp : -
 Hal : **Pelaksanaan Izin Riset**

Kepada Yth ;
 Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
 Fakultas Tarbiyah & Keguruan
 Di
 Tempat

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Menindaklanjuti surat Saudara dengan Nomor surat: B-7428/UN.04/F.II.1/PP.00.9/04/2024 Tanggal 24 April 2024 tentang Permohonan Izin Riset atas nama :

Nama : **FERI APRIANSAH**
 NIM/KTP : **12010317583**
 Prodi/ Jenjang : **S1 / Manajemen Pendidikan Islam**
 Judul Penelitian : **"IMPLEMENTASI MANAJEMEN HUMAS DALAM PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA SCHOOL BRANDING DI SEKOLAH MENENGAH ATAS NEGERI OLAHRAGA PEKANBARU SMAN OLAHRAGA (SKO)"**

Dengan ini memberikan izin kepada nama tersebut diatas untuk melaksanakan Riset/Penelitian guna untuk mendapatkan data yang berhubungan dengan penelitian.

Demikian surat ini kami buat dengan sebenarnya, agar dapat di gunakan seperlunya.

Kepala Sekolah,

ASLIM, S. Pd, M.M
 NIP. 19700930 200701 1 004

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Pak

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN 12

SURAT BALASAN RISET

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© a k c

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

 PEMERINTAH PROVINSI RIAU DINAS PENDIDIKAN SEKOLAH MENENGAH ATAS (SMA) NEGERI OLAHRAGA PROVINSI RIAU SKO - RIAU Jl. Yos Sudarso No. 103 Telp/FAX (0761) 5953849 E-mail : smanolahraga@yahoo.co.id Kode Pos 20265 Rumbai Pesisir Pekanbaru NSS : 301096011062. NIS: 300062 NPSN: 10497416 AKREDITASI A	
Pekanbaru, 24 Juni 2024	
No : 424.4/SMAN OR-RIAU/ 423/2024 Lamp : - Hal : Pelaksanaan Izin Riset	
Kepada Yth ; Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Fakultas Tarbiyah & Keguruan Di Tempat	
Assalamu'alaikum Wr.Wb Menindaklanjuti surat Saudara dengan Nomor surat: B-7428/UN.04/F.II.I/PP.00.9/04/2024 Tanggal 24 April 2024 tentang Permohonan Izin Riset atas nama :	
Nama : FERI APRIANSAH NIM/KTP : 12010317583 Prodi/ Jenjang : S1 / Manajemen Pendidikan Islam Judul Penelitian : "IMPLEMENTASI MANAJEMEN HUMAS DALAM PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA SCHOOL BRANDING DI SEKOLAH MENENGAH ATAS NEGERI OLAHRAGA PEKANBARU SMAN OLAHRAGA (SKO)"	
Dengan ini memberikan izin kepada nama tersebut diatas untuk melaksanakan Riset/Penelitian guna untuk mendapatkan data yang berhubungan dengan penelitian.	
Demikian surat ini kami buat dengan sebenarnya, agar dapat di gunakan seperlunya.	
Kepala Sekolah,  ASLIM, S. Pd. M.M NIP. 19700930 200701 1 004	

LAMPIRAN 13

BLANKO KEGIATAN BIMBINGAN SKRIPSI

© Ak c

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



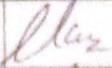
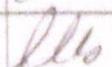
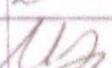
KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN
كلية التربية والتعليم
FACULTY OF EDUCATION AND TEACHER TRAINING
Jl. H. R. Sidiyasa No. 15 Tanjung Pekanbaru, Riau 28133 PG. BOX 1084 Telp. (0757) 1077207 Fax (0757) 21129

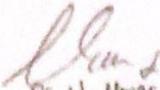
**KEGIATAN BIMBINGAN MAHASISWA
SKRIPSI MAHASISWA**

1. Jenis yang dibimbing :
 a. Seminar usul Penelitian :
 b. Penulisan Laporan Penelitian :

2. Nama Pembimbing : DR. H. Umar Faruq, M.Pd
 a. Nomor Induk Pegawai (NIP) :

3. Nama Mahasiswa : Feri Apriansah12010317583
 4. Nomor Induk Mahasiswa : 12010317583
 5. Kegutan : Bimbingan Skripsi

No	Tanggal Konsultasi	Materi Bimbingan	Tanda Tangan	Keterangan
1	Sabtu - 06-juli 2024	Metode Penelitian		
2	Senin - 08-juli 2024	Revisi		
3	Selasa - 09-juli 2024	Pembahasan		
4	Sabtu - 13-juli 2024	Hasil Penelitian		
5	Rabu - 17-juli 2024	— " —		
6	Sabtu - 20-juli 2024	— " —		

Pekanbaru, Sabtu 20 Juli 2024
Pembimbing,

Dr. H. Umar Faruq, M.Pd
NIP.

f Kasim Riau

LAMPIRAN 14

LEMBAR ACC SKRIPSI

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

IMPLEMENTASI MANAJEMEN HUMAS DALAM PEMANFAATAN
MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA *SCHOOL BRANDING*
DI SEKOLAH MENENGAH ATAS NEGERI OLAAHRAGA
PEKANBARU

Skripsi
Diajukan untuk memperoleh gelar
Sarjana Pendidikan (S.Pd.)



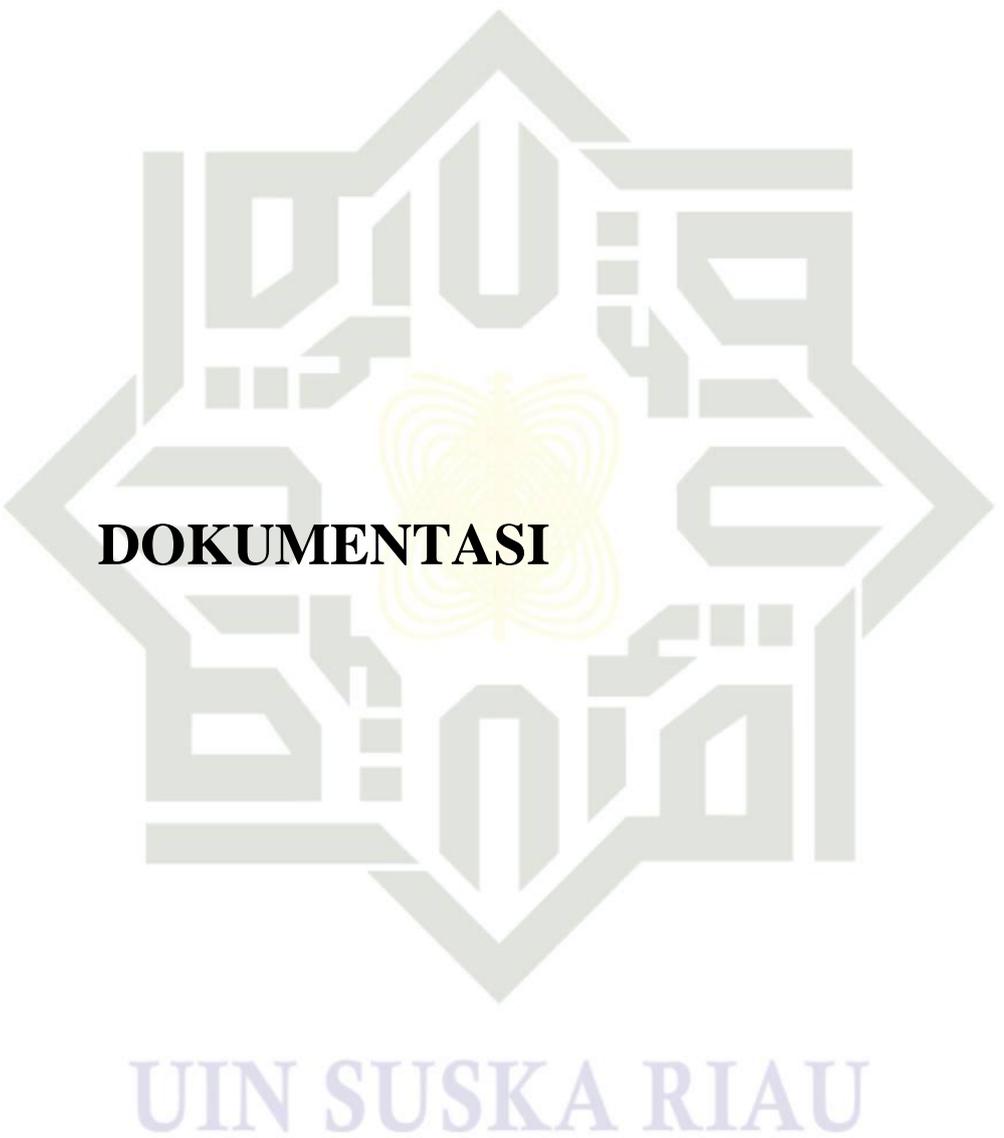
UIN SUSKA RIAU

Oleh

FERLAPRIANSAH
NIM 12010317583

JURUSAN MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM
FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN
UIN SUSKA RIAU
PEKANBARU
1446 H/2024 M

*Ace dan Monev
UIN Suska Riau
7-2024*



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Wawancara bersama waka humas



Wawancara bersama wakasek



Wawancara bersama operator/ guru



Wawancara bersama siswa



Wawancara bersama wali murid

