

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Konteks Penelitian

Perkembangan dunia yang semakin maju dan modern terus menuntun perubahan dalam berbagai aspek kehidupan manusia, di bidang komunikasi contohnya, manusia pada awalnya berkomunikasi menggunakan gambar, kemudian dari gambar menjadi huruf dan berkembang menjadi tulisan, dari tulisan tersebut kemudian manusia mampu berkomunikasi dengan menjangkau jarak yang jauh menggunakan surat, dan sampailah pada era yang serba digital seperti sekarang dimana semua orang dapat bertukar informasi dan berkomunikasi hanya dalam genggam media sosial atau internet.

Media sosial dapat mempengaruhi terhadap citra suatu lembaga dalam hal ini berbagai pemberitaan yang ada di media baik itu pemberitaan *positive* atau *negative* semua mudah diakses dan mudah untuk mencari tahunya. Media sosial menjadi cerminan bagaimana lembaga dapat memberikan nilai yang *positif* dimata masyarakat, dengan demikian media sosial menjadi sangat penting bagi lembaga untuk membuat citra lembaga *positif* dengan berbagai cara atau strategi pengelolaannya.

Dengan adanya media sosial banyak masyarakat yang mem*branding* dirinya atau lembaganya untuk mendapatkan pandangan *positif* dari masyarakat yang menggunakan media sosial lain khususnya. Media sosial menjadi media sebagai kebutuhan dalam menciptakan *branding* yang baik. Fungsi adanya media sosial ini guna mempermudah memberikan pelayanan

informasi secara cepat dan mampu memberikan respon masyarakat terhadap informasi yang diberikan juga menyampaikan program yang telah dilaksanakan atau perkembangan program kerja kepada masyarakat atau khalayak.

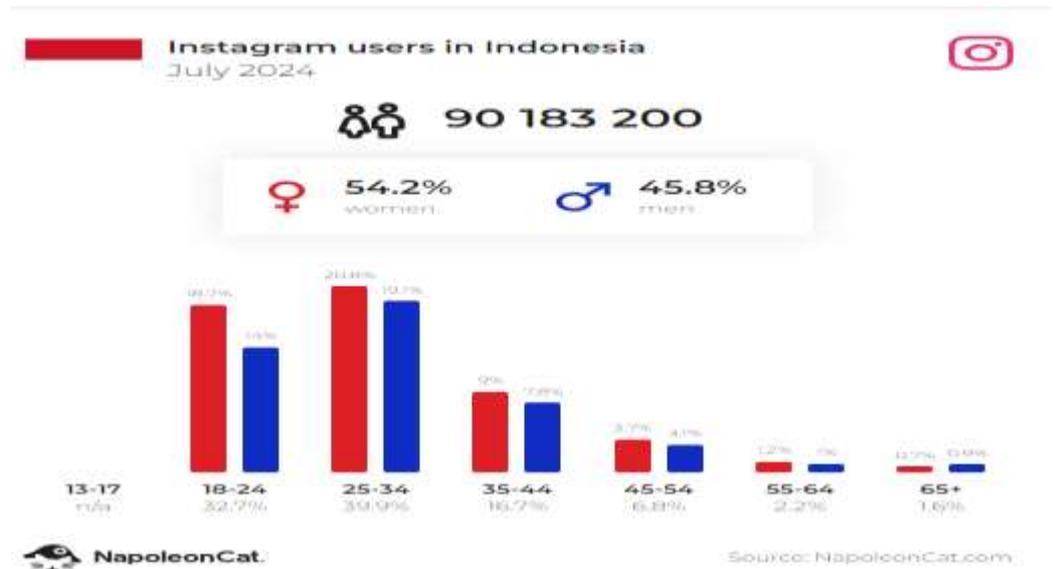
Dalam perkembangannya, media social dapat membawa perubahan bagi masyarakat yaitu dapat memunculkan inovasi baru yang terus dilakukan supaya melahirkan perubahan dalam mendapatkan informasi dengan mudah, dari pemikiran tersebut terciptalah banyak platform media sosial diantaranya adalah Instagram.<sup>2</sup>

Instagram dapat diartikan sebagai sarana yang bisa membagikan foto, video, menerapkan *filter* pada foto atau video yang akan di sebarluaskan ke jejaring sosial dengan Instagram.<sup>3</sup>

---

<sup>2</sup> Cindie Sya'bania Feroza and Desy Misnawati, "Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun @Yhoophii\_Official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan," *Jurnal Inovasi* 15, no. 1 (2021), hal. 54.

<sup>3</sup> S Maharani, "Penggunaan Fitur Instagram Reels Sebagai Personal Branding" (Universitas Islam Riau, 2022), hal.19.



Sumber dari : [www.napoleoncat.com](http://www.napoleoncat.com)

Survey jumlah pengguna instagram juli 2024. Survei tersebut menyebutkan bahwa terdapat jumlah 90,183,200 juta pengguna Instagram di Indonesia atau setara dengan 31,9% dari total populasi. Mayoritas dari mereka adalah wanita -54,2 Jumlah pengguna media sosial instagram yang tinggi menjadikan Indonesia sebagai pasar yang potensial untuk kegiatan bisnis secara online. Dengan jumlah pengguna yang terus meningkat, Instagram menjadi peluang yang besar bagi para pelaku bisnis dalam melakukan kegiatan promosi termasuk para pelaku bisnis hal yang ingin mempromosikan produknya.<sup>4</sup>

Instagram pada awalnya digunakan hanya untuk sekedar bersosialisasi, membagikan foto kepada teman terdekat dan keluarga serta

<sup>4</sup> <https://www.researchgate.net>. Diakses pada tanggal 17 Desember 2024. Pukul 21.29 WIB.

menambah relasi dan teman baru, namun pemanfaatan instagram sekarang sudah banyak digunakan untuk keperluan yang lebih luas, seiring dengan bertambahnya jumlah pengguna aplikasi media sosial instagram di seluruh dunia.<sup>5</sup>

Aplikasi media sosial instagram mengawali puncak ketenaran sejak tahun 2015 hingga sekarang, penggunaan media sosial ini semakin mengalami perkembangan pesat selain sebagai media hiburan, dapat juga dimanfaatkan menjadi media pembelajaran atau edukasi, media dalam mencari informasi terbaru, media pemasaran bahkan digunakan sebagai alat dalam *branding image* atau membangun citra diri. Melihat banyaknya manfaat dari penggunaan instagram, kemudian hal tersebut menjadi perhatian tersendiri bagi beberapa instansi atau swasta maupun milik pemerintah yang memanfaatkan aplikasi media sosial seperti instagram untuk dijadikan sebagai media penyebaran informasi atau publikasi yang berkaitan dengan instansi tersebut. Secara verbal, publikasi berasal dari kata “*publicare*” yang artinya “untuk umum”. Sehingga publikasi didefinisikan sebagai “kegiatan memperkenalkan instansi sehingga umum/publik/masyarakat dapat mengenalnya”<sup>6</sup>

Dalam konteks pendidikan, Instagram menawarkan potensi yang besar untuk meningkatkan komunikasi. Instagram, sebagai salah satu platform media sosial yang paling populer, menawarkan berbagai fitur yang

---

<sup>5</sup> Pertiwi, W.K. (2019). *Instagram Mulai Terapkan Kebijakan Batas Usia Pengguna*. Kompas. Co. hal. 54.

<sup>6</sup>Ismiati, N. (2010). *Modul Strategi Image/Soft sell*. Jakarta: Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. hal.. 14.

memungkinkan pengguna untuk berbagi informasi, gambar, dan video dengan cepat dan mudah, serta memiliki jangkauan yang luas yang dapat menjadi salah satu media yang potensial untuk mencapai suatu tujuan. Dan dari data yang didapat bahwasannya media instagram MAN 3 Blitar memiliki *followers* atau pengikut yang berjumlah kurang lebih ada 4158, dan juga Instagram MAN 3 Blitar memiliki postingan kurang lebih 414 yang dapat disimpulkan bahwasannya instagram MAN 3 Blitar termasuk media social yang *updating* dalam mempublikasi terkait informasi ataupun momentum segala hal yang berkaitan dengan MAN 3 Blitar. Dalam konteks pendidikan, Instagram dapat dimanfaatkan sebagai alat komunikasi yang efektif antara sekolah, siswa, guru, orang tua, dan masyarakat luas. MAN 3 Blitar sebagai salah satu lembaga pendidikan yang memiliki peran penting dalam mencetak generasi muda yang berkualitas, dan juga perlu memanfaatkan media sosial secara optimal.

MAN 3 Blitar, sebagai salah satu lembaga pendidikan yang memiliki reputasi baik, menyadari pentingnya membangun citra positif di mata publik. Citra yang baik tidak hanya menarik minat calon siswa baru, tetapi juga memperkuat dukungan dari berbagai pemangku kepentingan. Namun, dalam era digital seperti sekarang, membangun citra sekolah memerlukan strategi yang tepat.

Pengelolaan akun Instagram sekolah bukanlah hal yang mudah, diperlukannya strategi yang tepat agar pesan yang disampaikan dapat efektif dan mencapai target audiens. Selain itu, persaingan yang ketat di dunia

maya serta dinamika pengguna media sosial yang terus berubah juga menjadi tantangan tersendiri.

Oleh karena itu, Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi yang efektif melalui media Instagram dalam rangka mengembangkan citra positif MAN 3 Blitar. Dengan memahami bagaimana Instagram dapat dimanfaatkan secara optimal, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan komunikasi sekolah di era digital. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan rekomendasi bagi MAN 3 Blitar maupun lembaga pendidikan lainnya dalam meningkatkan kualitas komunikasi melalui media social.

## **B. Fokus Penelitian**

Berpedoman pada konteks permasalahan di atas, maka yang menjadi fokus penelitian pada penelitian tersebut adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Strategi Humas MAN 3 Blitar dalam Menggunakan Instagram Sebagai Media Publikasi Untuk Mengembangkan Citra Sekolah?
2. Bagaimana Pengembangan Citra Sekolah Melalui Media Instagram di MAN 3 Blitar?
3. Bagaimana *Impact* Pengembangan Citra Sekolah Melalui Media Instagram di MAN 3 Blitar?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk Mendeskripsikan Strategi Humas MAN 3 Blitar dalam Menggunakan Instagram Sebagai Media Publikasi Untuk

Mengembangkan Citra Sekolah.

2. Untuk mendeskripsikan Pengembangan Citra Sekolah Melalui Media Instagram di MAN 3 Blitar.
3. Untuk mendeskripsikan *Impact* Pengembangan Citra Sekolah Melalui Media Instagram di MAN 3 Blitar.

#### **D. Kegunaan Penelitian**

Dari hasil penelitian mengenai strategi humas dalam mengelola media instagram sebagai media informasi diharapkan dapat memperoleh manfaat sebagai berikut.

1. Secara Teoritis, mencakup :

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu memahami secara lebih mendalam bagaimana factor kunci yang dapat mempengaruhi keberhasilan dari strategi humas dalam mengembangkan citra sekolah melalui media Instagram.

2. Secara Praktis, mencakup :

- a. Bagi lembaga pendidikan.

Diharapkan dapat bermanfaat sebagai inovasi dan juga ide sarana sumber informasi atau publikasi dalam mengembangkan citra sekolah yang positif ke khalayak umum.

- b. Bagi siswa.

Hasil penelitian ini sebagai pola penerapan dari strategi humas dalam menyampaikan informasi berkaitan dengan sekolah dan juga mempublikasi siswa yang berprestasi ke khalayak umum.

c. Bagi masyarakat.

Hasil penelitian ini sebagai alat untuk mengetahui segala informasi yang berkaitan dengan sekolah tersebut.

d. Bagi peneliti.

Hasil penelitian memberikan wawasan yang lebih luas tentang pola penerapan cara dari strategi humas dalam mengelola media instagram sebagai media informasi atau publikasi dalam mengembangkan citrasekolah.

## **E. Penegasan Istilah**

Penegasan istilah dalam penelitian ini sangat dipentingkan untuk menghindari kesalahfahaman terhadap penafsiran judul, maka perlu adanya penjelasan berkenaan dengan beberapa istilah pokok maupun kata-kata yang menjadi variabel.

Adapun batasan istilah tersebut adalah:

### **1. Penegasan Konseptual**

#### **a. Strategi Humas**

Strategi Hubungan Masyarakat, menurut Ridho Wahyu, adalah pendekatan yang dirancang dan direncanakan untuk membangun dan mempertahankan hubungan yang positif antara suatu organisasi atau individu dengan masyarakat umum. Tujuan utama strategi humas adalah mempengaruhi opini, sikap, dan perilaku publik sehingga sesuai dengan kepentingan organisasi atau

individu yang bersangkutan.<sup>7</sup>

Jadi, dalam hal ini strategi humas dalam konteks lembaga pendidikan adalah pendekatan yang dirancang dan direncanakan untuk membangun serta mempertahankan hubungan positif antara lembaga Pendidikan MAN 3 Blitar tersebut dengan masyarakat umum.

b. Citra

Citra adalah suatu kesan yang dimiliki suatu organisasi secara total dan berasal dari perilaku dan reputasi.<sup>8</sup> Menurut Sutojo citra sebagai pancaran atau reproduksi jati diri atau bentuk orang perseorangan, benda atau organisasi, Citra sebagai persepsi masyarakat terhadap jati diri perusahaan atau organisasi.<sup>9</sup>

Citra yang dimaksud oleh peneliti ini ialah citra sekolah yang terdapat di MAN 3 Blitar, sebagai cerminan persepsi masyarakat tentang sebuah Lembaga pendidikan.

c. Media Sosial

Menurut Antony Mayfield menurutnya media sosial adalah media dimana penggunaannya dengan mudah berpartisipasi di dalamnya, berbagi dan menciptakan pesan, termasuk blog, jejaring sosial, wiki/ensiklopedia online, forum-forum maya dan termasuk

---

<sup>7</sup> Ridha, Wahyu. "Strategi Public Relations Dalam Membangun Citra Perusahaan Pada Excellent Islamic School (EXISS) A BA TA Srengseng Jakarta Barat." (2014). hal. 34.

<sup>8</sup> Elvinaro Ardianto, *Handbook Of Public Relations* (Bandung: Simbiosis Reka Tama Media, 2013), hal. 59,

<sup>9</sup> *Ibid*, hal. 63.

*virtual worlds*.<sup>10</sup>

Media social yang dimaksud oleh peneliti ini ialah media sosial yang dimiliki oleh MAN 3 Blitar, sebagai platform digital yang memungkinkan MAN 3 Blitar untuk berbagi informasi dan mempublikasi momen.

#### d. Media Instagram

Instagram merupakan aplikasi yang di dalamnya dapat berbagi foto, menerapkan *filter* dan dapat membagikannya ke jejaring sosial. Instagram sendiri menjadi sebuah tempat yang menjanjikan untuk berbagai macam akun, salah satunya sebagai pusat informasi, hiburan, berita, *online shop*, kesehatan serta promosi.<sup>11</sup>

Media instagram yang dimaksud oleh peneliti ini ialah media instgram yang dimiliki oleh MAN 3 Blitar, yaitu sebagai sarana untuk berbagi momen dan membangun jaringan kepada masyarakat umum secara online.

## 2. Penegasan Operasional

Penegasan operasional merupakan hal yang sangat penting dalam guna memberi batasan kajian pada suatu penelitian. Adapun penegasan operasional dari judul “Strategi Humas Dalam

---

<sup>10</sup> Fahlepi Roma Doni, Perilaku Penggunaan Media Sosial Pada Kalangan Remaja, *Indonesian Journal On Software Engineering*, Volume 3 No 2 (2017), hal. 4

<sup>11</sup> Feroza and Misnawati, “*Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun @Yhoophii\_Official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan.*”hal,33.

Mengembangkan Citra Sekolah Melalui Media Instagram di MAN 3 Blitar” merupakan penerapan system ataupun cara dari manajemen humas yang efektif untuk sekolah dalam mengembangkan citra sekolah melalau media instagram, sehingga sekolah akan lebih dikenal di khalayak umum atau masyarakat umum terkait dari citra sekolah tersebut. Khusus pada konteks penelitian ini ada suatu kegiatan yang mana dapat lebih mengetahui tentang cara memanfaatkan media instagram sebagai sarana publikasi atau informasi dari setiap momentum di MAN 3 Blitar agar para masyarakat umum luar sekolah dapat mengetahui bahwasannya sekolah tersebut memiliki pandangan citra yang baik di mata mereka.