

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM MENINGKATKAN
MINAT SISWA BARU MI AL KHOIRIYYAH**

***THE EFFECT OF ADMINISTRATION OF LEMON AROMATHERAPY AND
GINGER DRINKS ON EMESIS GRAVIDARUM AT SEKARWANGI HEALTH
CENTER YEAR 2024***

Ahmad Yusuf Qordhowi¹, Haryadi Mujianto², Firmansyah³

Fakultas Ilmu komunikasi, Universitas Garut^{1,2,3}

E-mail: 24071120088@fikom.uniga.ac.id

ABSTRACT

This research aims to find out how Instagram social media can be used as a tool to increase the interest of new students at MI Al Khoiriyyah. The data collection method used is a qualitative approach using data collection techniques through observation and document analysis. The theories used in this research are Sherry Turkle's theory about the relationship between humans and technology, Andrew T. Stephen's digital marketing theory, and Joseph Nye's soft power theory. The research results show that using Instagram effectively can attract the attention of prospective students and parents through interesting and informative visual content. The posts include school activities, student services, and information presented in a way that is easy to understand and straight to the point. Additionally, active interactions between Instagram users and school administrators help strengthen relationships and increase trust in the institution. The study also found that Instagram can be used as a platform to highlight a school's values and traditions, which can be an important consideration for parents when choosing a school for their children. Extracurricular activities, academic performance, and school facilities, MI Al Khoiriyyah can provide comprehensive information about the learning environment they provide.

Keywords : *Instagram, Social Media, New Student Interests.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana media sosial Instagram dapat digunakan sebagai alat untuk meningkatkan minat siswa baru di MI Al Khoiriyyah. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data melalui observasi, dan analisis dokumen. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori dari Sherry Turkle tentang hubungan manusia dan teknologi, teori pemasaran digital dari Andrew T. Stephen, dan teori soft power dari Joseph Nye. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan Instagram secara efektif dapat menarik perhatian calon siswa dan orang tua melalui konten visual yang menarik dan informatif. Dibagian postingan meliputi kegiatan sekolah, layanan siswa, dan informasi disajikan dengan cara yang mudah dipahami dan langsung ke pokok bahasan. Selain itu, interaksi aktif antara pengguna Instagram dan administrator sekolah membantu memperkuat hubungan dan meningkatkan kepercayaan terhadap institusi tersebut. Studi ini juga menemukan bahwa Instagram dapat digunakan sebagai platform untuk menyoroti nilai-nilai dan tradisi sekolah, yang dapat menjadi pertimbangan penting bagi orang tua ketika memilih sekolah untuk anak - anak mereka kegiatan ekstrakurikuler, prestasi akademik, dan fasilitas sekolah, MI Al Khoiriyyah dapat memberikan informasi yang komprehensif tentang lingkungan belajar yang mereka sediakan.

Kata Kunci: *Instagram, Media Sosial, Minat Siswa Baru.*

PENDAHULUAN

Media sosial sudah menjadi bagian penting dari kehidupan sehari-hari masyarakat modern. Hanya Platform media sosial seperti Instagram, Facebook, Twitter, dan lainnya tidak hanya komunikasi pribadi dan pertukaran ide, tetapi juga telah berkembang menjadi alat yang sangat efektif untuk riset pasar. Dengan lebih dari 3 miliar pengguna di seluruh dunia, platform media sosial seperti Facebook, Instagram, dan Twitter telah mengubah cara kita berkomunikasi, terlibat, dan memahami informasi (Kaplan & Haenlein, 2020). Dampak negatif media sosial juga telah menyebabkan perubahan penting dalam cara lembaga pendidikan memasarkan diri dan mendidik siswa baru. Secara tradisional, organisasi pendidikan menggunakan strategi pemasaran tradisional termasuk open house, iklan cetak, dan papan reklame untuk mempromosikan program mereka. Namun, dengan munculnya media sosial, organisasi-organisasi ini telah melihat potensi daring sebagai platform untuk memperluas jangkauan dan menghasilkan pengalaman yang lebih bermakna bagi sekolah dalam mempromosikannya.

Meningkatnya penggunaan media sosial, media juga mengakibatkan perubahan pada interaksi siswa dengan lembaga pendidikan. Siswa tidak lagi menjadi penerima informasi yang pasif sebaliknya, mereka adalah pembelajar aktif yang secara aktif terlibat dengan siswa dan organisasi lain dengan cara yang penuh rasa hormat. Media Platform prososial seperti Facebook, Instagram, dan Twitter telah menjadi alat penting bagi seorang orang tua untuk meneliti, membandingkan, dan mengevaluasi lembaga pendidikan.

Pemanfaatan media sosial media sangat tinggi di Indonesia, dengan lebih dari 167 juta pengguna (Kemp, 2023)

Hal ini memberikan pendidikan organisasi kesempatan penting, peluang yang signifikan untuk memasarkan diri dan menginspirasi siswa baru. Khususnya, sekolah Islam sekolah yang telah menyadari potensi media sosial untuk mempromosikan program dan keyakinan mereka dalam pendidikan Agama. MI Al Khoiriyyah, salah satu yang menonjol sekolah Islam terkemuka Karangpawitan, telah menjadi pemimpin dalam penggunaan media sosial untuk mempromosikan dirinya dan mengembangkan minat potensial siswa.

Dalam konteks pendidikan, konteks, media sosial menyediakan kesempatan penting untuk mempromosikan sekolah dan meningkatkan moral siswa. Dalam suatu penelitian ini media sosial dianggap memberi sebuah peluang yang sangat signifikan dalam membuat sebuah promosi melalui media sosial (Puspitarini & Nuraeni, 2019). Sebagai salah satu lembaga terkemuka lembaga pendidikan di daerah Karangpawitan, MI Al Khoiriyyah telah memanfaatkan Instagram untuk tujuan ini untuk memanfaatkan media sosial Instagram untuk meningkatkan minat pengguna baru. dari Penelitian ini untuk mengkaji bagaimana MI Al Khoiriyyah memanfaatkan Instagram untuk meningkatkan minat pengguna baru.

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam banyak aspek kehidupan sehari-hari dari pendidika. Tidak hanya memperhatikan kualitas pendidikan, tetapi juga bagaimana mereka menampilkan diri kepada siswa dan orang dewasa. Media media sosial, dengan jangkauannya yang luas dan dampaknya dan adalah salah satu alat paling efektif untuk mencapai tujuan yang ditetapkan (Romadhoni, 2018).

Salah satu platform media sosial paling populer memiliki berbagai fitur yang dapat digunakan untuk pemasaran. Dengan lebih dari satu juta pengguna aktif bulanan Instagram menyediakan tempat yang nyaman untuk melibatkan audiens yang lebih luas. Seperti berbagi foto dan video, cerita, streaming langsung, dan IGTV memungkinkan sekolah untuk berbagi konten yang informatif dan merangsang secara visual (Achmad et al., 2020).

Dalam menggunakan media sosial diperlukanya sebuah untuk mempromosikan suatu yang ingin disebar luaskan melalui media sosial, komunikasi menjadi hal yang penting untuk melakukan interaksi satu sama lain dalam kehidupan sehari-hari dan dimanapun berada. (Zuwirna, 2020), Komunikasi dapat didefinisikan sebagai proses saling pengertian antara dua orang atau lebih. Menggunakan media atau alat komunikasi lainnya saat menyampaikan keinginan/tahuannya tentang suatu informasi tersebut kepada penerima/penerima. Menunjukkan Hal ini bahwa media memainkan peran penting dalam memfasilitasi komunikasi antara manusia.

METODE

Penelitian ini dilakukan memakai metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif yaitu menggambarkan pemanfaatan media sosial Instagram sebagai sarana promosi yang menjadi objek penelitian yaitu bagaimana sekolah MI Al Khoiriyyah memanfaatkan media sosial Instagram dalam meningkatkan minat siswa baru. Yang dimana peneliti melakukan sebuah penelitian mendalam kepada informan yang ada di sekolah MI Al Khoiriyyah, termasuk wawancara, pengumpulan data analisis konten, keterbatasan yang dimana sebagai berikut: 1. Tujuan wawancara mendalam yang dilakukan

untuk mengumpulkan data yang akurat dan komprehensif mengenai perspektif dan pengalaman guru. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur menggunakan pertanyaan terbuka untuk mengetahui bagaimana guru, pekerja sosial sekolah dan Tim PPDB tentang penggunaan platform media sosial seperti Instagram untuk meningkatkan kepercayaan diri siswa di MI Al Khoiriyyah. 2. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara semi terstruktur dengan meliputi guru, pekerja sosial sekolah, Tim PPDB. Informasi dikumpulkan dengan teknik pengambilan sampel, yang melibatkan pengumpulan informasi berdasarkan pengetahuan dan pengalaman pengguna dengan Instagram dan penggunaannya dalam promosi sekolah. Wawancara ditujukan untuk mengumpulkan informasi tentang rencana menggunakan Instagram, jenis konten yang diposting di platform, keterlibatan audiens dengan Instagram, dan peran Instagram dalam meningkatkan minat siswa baru. 3. Analisis isi yang digunakan untuk memeriksa akun Instagram dan postingan - postingan yang di masukan dari akun MI Al Khoiriyyah. Analisis difokuskan pada jenis konten yang dirilis, frekuensi rilis, dan interaksi yang dihasilkan oleh setiap rilis. 4. Keterbatasan Pertama beberapa kekurangan dalam penelitian ini. Awalnya, ukuran sampelnya kecil, hanya terdapat pada lingkungan sekolah di MI Al Khoiriyyah, dari pihak guru, pekerja sosial sekolah, Tim PPDB. kedua, Fokus penelitian ini terbatas pada sekolah MI Al Khoiriyyah, dan temuannya mungkin tidak berlaku pada sekolah Islam lainnya. Terakhir, penelitian ini menyajikan data - data yang dikumpulkan secara independen, yang mungkin mengandung bias dan penyimpangan.

Sebelum melakukan penelitian, penulis akan melakukan pengamatan terhadap objek yang akan diteliti. Penulis melakukan observasi pada platform media sosial sekolah, yang selanjutnya akan dijadikan sarana penelitian untuk menganalisis narasumber sekolah. Wawancara yang dilakukan merupakan proses tanya jawab, dimana terjadi percakapan antara peneliti dengan subyek yang diteliti (narasumber). Dalam penelitian ini, subjek utamanya adalah pekerja sosial sekolah Tim PPDB, yang secara tidak sengaja menjadi perwakilan media sosial sekolah. Wawancara tersebut akan dilaksanakan dan didokumentasikan baik dengan catatan tertulis, ataupun gambar. Penulis akan mengambil dokumentasi berupa foto, video yang di upload dalam akun sosial media sekolah MI Al Khoiriyyah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Media Sosial

Menurut Wikipedia Sosial media yang disebut dengan jejaring sosial merupakan salah satu media baru. Konten atau muatan interaktif dalam media baru sangatlah tinggi. media sosial didefinisikan sebagai media daring dengan basis pengguna besar yang dapat dengan mudah berpartisipasi, bertukar, dan membuat konten untuk platform media sosial seperti blog, wiki, forum, dan dunia virtual. Media sosial seperti blog dan wiki, adalah platform media sosial yang paling banyak digunakan di seluruh dunia.

Media sosial sendiri berkembang menjadi teknologi komunikasi berbasis internet. Hal ini kemudian berujung pada perkembangan internet pada tahun 1970 - an, yang menjadi langkah awal munculnya media sosial. Tahun 1978 menyaksikan munculnya munculnya

media sosial. Bentuknya adalah Bulletin Board System (BBS), platform yang mengunggahnya informasi dan mengumumkan pertemuan di BBS. Ini menjadi komunitas Pertama virtual dalam sejarah (Sartika, 2019).

Seperti yang kita ketahui pengguna sosial media kebanyakan adalah anak-anak remaja atau generasi milenial, hal tersebut karena media sosial mempunyai karakteristik yang diminati oleh kalangan milenial. Menurut (Sunarwan, 2015) Media sosial ada beberapa klasifikasi: 1. Jaringan merupakan infrastruktur yang menghubungkan komputer ke jaringan lain melalui perangkat keras berbeda. Koneksi diperlukan karena komunikasi dapat terjadi ketika dua komputer terhubung, termasuk transfer data. 2. Media Informasi menjadi semakin penting dalam media sosial karena pengguna membuat konten, mengekspresikan identitas mereka, dan terlibat berdasarkan konten tersebut. 3. Arsip merupakan alat yang digunakan oleh pengguna media sosial untuk menegaskan bahwa informasi disebarkan dan dapat diakses dari saluran mana pun kapan pun. 4. Interaktivitas, Media sosial tidak hanya memfasilitasi komunikasi dan keterlibatan tetapi juga menciptakan jaringan pengguna - ke - pengguna yang harus dikembangkan melalui interaksi semacam itu. 5. Simulasi sosial dan media sosial sebagai media masyarakat massa di dunia Maya. Media sosial memiliki suara dan gaya unik yang jarang terlihat di dunia nyata. 6. Konten yang dibuat pengguna di media sosial, konten sering kali dimiliki dan didasarkan pada kontribusi pengguna atau pemegang akun. UGC adalah hubungan media baru simbiosis ekosistem media ekosistem yang memberikan pengguna fleksibilitas dan kesempatan untuk berpartisipasi.

Penggunaan media sosial sebagai sarana mempercepat asimilasi siswa baru karena media sosial semakin banyak digunakan oleh kalangan kemaja dan orang, dan bahkan dapat dianggap sebagai tanggung jawab pribadi untuk mengembangkan keterampilan media sosial dari mungkin menjadi bagian dari gaya hidup masa kini seorang. Hal tersebut sejalan dengan (Ainiyah et al., 2018) yang mengungkapkan beberapa faktor yang menyebabkan anak muda menggunakan media sosial sebagai sarana komunikasi Faktor- faktor yang menyebabkan generasi muda menggunakan media sosial sebagai alat komunikasi kehidupan sehari-hari : 1. Eksistensi, Setiap manusia pasti mengalami eksistensi, terutama para remaja yang sedang dalam proses mencari jati dirinya. Dapat dengan mudah dipahami bagaimana keaktifan remaja di media sosial memungkinkan keberadaannya mudah dipahami. 2. Perhatian, Setiap Seseorang perlu memiliki refleksi yang tenang dan penuh perhatian, perhatian dapat berupa apa saja. Salah satu dari hal-hal yang paling mudah untuk dilakukan adalah dengan kata-kata. Oleh karena itu seorang remaja memerlukan sebuah perhatian menentukan jati dirinya agar bisa tumbuh, dewasa pastinya membutuhkan perhatian lebih dan cenderung ingin mendapatkan perhatian secara instan, dan terus menerus. Informasi ini dapat diperoleh melalui media sosial sebagai sarana memperoleh wawasan. 3. Pendapat, setiap seseorang memiliki pengalaman unik pengalaman Kapansaat menghadapi masalah, dan pengalaman ini harus dibagikan kepada orang lain. Hasilnya menggunakan media sosial dan fitur obrolan untuk tetap terhubung. 4. Menumbuhkan citra, semua orang menginginkan citra yang baik. Terutama para remaja yang memerlukan untuk mencari jati dirinya. Memperlihatkan

citra yang baik di media sosial akan memberikan kemudahan memperlihatkan kelebihan dan pencitraan secara cepat. 5. Komunikasi dan Sosialisasi, Setiap seseorang membutuhkan komunikasi verbal atau non-verbal komunikasi dengan orang lain. Media sosial dapat memenuhi kebutuhan dengan mempermudah komunikasi dan bahkan topik baru melalui media sosial.

Komunikasi antar manusia terjadi pada berbagai tingkatan komunikasi. Dari komunikasi intrapersonal, kelompok, publik, ada beberapa jenis komunikasi. Komunikasi massa merupakan tingkatan komunikasi tertinggi, di mana dapat dikatakan banyak orang terlibat dalam percakapan, dan banyak pula orang yang tidak menyadarinya (Sari et al., 2018). Dalam penggunaan media sosial adanya Perubahan- dalam interaksi sosial, sebagai penyesuaian terhadap keadaan keseimbangan dalam hubungan-hubungan sosial, dan segala bentuk penyesuaian terhadap organisasi - organisasi yang membentuk masyarakatan di penyesuaian terhadap keadaan keseimbangan hubungan sosial dalam suatu komunitas tertentu yang berdampak negatif terhadap struktur sosialnya , termasuk dalam nilai- nilai, sikap, dan pola perilaku di antara berbagai kelompoknya (Rafiq, 2020).

Sekarang lebih dari 20 jenis media sosial di dunia. Beberapa salah satu yang paling terkenal dan banyak digunakan terkenal dan banyak digunakan adalah Facebook, Twitter, Instagram, WhatsApp, BBM, Line, Path, Google+, dan lainnya (Mulyani et al., 2022). Dalam banyaknya media sosial yang dapat menjadi bahan yang menarik untuk dipakai pemanfaatan untuk dijadikan sebagai media promosi calon siswa baru, dalam penelitian ini hanya mengambil satu media sosial saja yaitu

media sosial Instagram MI Al Khoiriyyah karena yang aktif sebagai media promosi dan ingin mengetahui bagaimana dalam pemanfaatan media sosial ini. Seperti hasil wawancara dengan kepala sekolah MI Al Khoiriyyah menjadikan media sosial Instagram ini menjadikan media promosi untuk penerimaan calon siswa baru dan juga sebagai media informasi tentang sekolah tersebut.

Penggunaan media sosial di Indonesia termasuk yang tertinggi di dunia. pengguna media sosial terbesar berdasarkan populasi. Pada tahun 2019, jumlah pengguna Instagram aktif di seluruh dunia melebihi dua miliar. Dengan dukungan media, lembaga pendidikan lebih mudah menyampaikan layanan pendidikan yang diiklankan. Media tidak hanya memudahkan dalam pengorganisasian, tetapi juga sangat membantu dalam pencarian informasi mengenai organisasi yang telah didirikan dan dicari oleh publik (Surahman, 2019).

Instagram

Instagram pada awalnya dibentuk oleh perusahaan Burb INC adalah salah satu Bisnis yang memiliki visi dan misi mampu membuat aplikasi untuk perangkat. Ketika Burb INC pertama dimulai perusahaan itu hanya banyak melakukan pembuatan aplikasi untuk gadget. Instagram juga didirikan juga didirikan oleh CEO dan programmer, Mike Krieger dan Kevin Systrom, yang bersama-sama menjadi dua orang paling berpengaruh dalam sejarah perusahaan (Ramadhan&Firdaus,2017).

Berdasarkan Instagram Handbook, media sosial di Instagram merupakan jenis media sosial yang hanya memungkinkan penggunaannya mengunggah foto atau video untuk dipublikasikan ke akun media sosial yang sesuai (Antasari & Pratiwi, 2022)

Berikut adalah beberapa fitur di platform media sosial seperti Instagram yaitu: 1. Pengikut (Followers) 2. Mengunggah Foto (Share) 3. Judul foto 4. Mention/ Arroba 5. Hastag 6. Geotag/ Lokasi 7. Tanda suka (Like/Love). 8. Komentar. Berikut media sosial MI Al Khoiriyyah:

Akun Instagram tersebut memiliki 2.277 pengikut serta memiliki serta 651 postingan. Menurut Ketua Tim PPDB media sosial Instagram merupakan salah satu platform media sosial yang sangat sesuai dengan tujuan persekolahan. Karena banyak Pengguna Instagram adalah orang tua yang mencari informasi tentang sekolah untuk membantu anak-anak mendapatkan sekolah yang terbaik. Akibatnya, Instagram banyak digunakan untuk memberikan informasi tentang sekolah dengan mengunggah berbagai jenis konten, seperti kegiatan belajar, prestasi sekolah, dan informasi penting sekolah. Hal ini dilakukan sebagai bentuk media promosi agar orangtua dapat mendaftarkan anaknya di sekolah tersebut. Sejalan dengan yang di ungkapkan (Nurhayati & , Langlang Handayani, 2020) bahwa dalam upaya kehumasan Yayasan MI Al Khoiriyyah, memilih media sosial khususnya Instagram, sebagai media berita dan penerbitan. Dikaitkan dengan ini pasar Instagram saat ini lebih besar pengguna lebih luas dibandingkan dengan media cetak. Instagram saat ini merupakan platform media paling populer dan memiliki potensi besar untuk memengaruhi persepsi masyarakat umum terhadap sekolah. Strategi humas untuk meningkatkan citra fasilitas adalah memasarkan dan memperkenalkan sekolah kepada masyarakat umum. Yang salah satunya memperlihatkan kegiatan yang dilakukan.



Gambar 1. Instagram MI Al Khoiriyyah Garut
Sumber: Instagram @mi_alkhoiriyyah_garut

Dalam sebuah upload Intagram tersebut memberikan sebuah gambaran tentang bagaimana kegiatan yang ada pada sekolah tersebut, dalam mempromosikan kepada masyarakat informasi penerimaan calon siswa baru

juga tentang prestasi-prestasi yang dicapai peserta didiknya, untuk semakin percaya mendaftarkan anaknya ke sekolah MI Al Khoiriyyah.



Gambar 2. Informasi PPDB MI Al Khoiriyah



Gambar 3. Prestasi Siswa MI Al Khoiriyah

Pemanfaatan media sosial terhadap minat siswa baru salah satu platform media sosial yang sangat diminati para orang tua adalah instagram. Media sosial Instagram mendorong pengguna untuk berinteraksi dan berpartisipasi sebanyak mungkin melalui

fitur - fitur yang tersedia, seperti mengunggah foto atau video, menyukai dan mengomentari unggahan pengguna lain, melakukan percakapan pribadi, dan mengirim pesan pribadi. Setiap fitur Instagram memudahkan pengguna berkomunikasi dan berbagi konten

dengan orang lain (Brahmini & Supriyadi, 2019).

Selain mengutamakan mutu dalam memilih sekolah, para orang tua juga dipengaruhi oleh persepsi mengenai citra sekolah. Citra sekolah bermutu menjadi salah satu hal penting dan menjadi pertimbangan orang tua ketika memutuskan dalam memilih sekolah. Strategi promosi menggunakan Instagram untuk meningkatkan kesadaran, minat, dan pendaftaran yang digunakan antara lain berbagi konten seperti foto kegiatan harian sekolah, yang mencakup aktivitas belajar mengajar, kegiatan ekstrakurikuler, dan momen kebersamaan. Cerita kesuksesan dan prestasi siswa di berbagai bidang seperti akademik, seni, dan olahraga, juga dibagikan untuk menginspirasi calon siswa dan orang tua (Nur Komariah, 2024).

Berdasarkan hasil dari penelitian yang saya dapatkan tentang bagaimana penggunaan media sosial terhadap minat siswa baru, selaku ketua tim PPDB memberikan data tentang jumlah siswa yang masuk ke sekolah MI Al Khoiriyyah pada tahun 2023-2024, dari 203 siswa di tahun 2023 meningkat pada tahun 2024 sebanyak 245 siswa yang masuk, yang dimana peningkatan tersebut dalam melakukan PPDB sekolah tersebut menggunakan media sosial Instagram dalam mempromosikan sekolahnya, hal tersebut membuat sekolah dapat mencakup jumlah yang lebih luas dalam mempromosikan sekolah MI Al Khoiriyyah tersebut.

Penelitian juga mewawancarai yang dimana Temuan studi menunjukkan bahwa penelitian menunjukkan bahwa Instagram merupakan sarana yang bermanfaat untuk meningkatkan minat siswa baru Instagram MI Al Khoiriyyah. Salah satu informan menyatakan: "Setelah kami

mengunggah berbagai informasi dan promosi tentang PPDB di Instagram, para orang tua pun penasaran dan mulai bertanya melalui nomor kontak yang tersedia di profil Instagram kami, membalas komentar, bahkan mengirimkan pesan melalui story, hingga akhirnya memutuskan untuk mendaftarkan putra-putrinya di sekolah kami." Pernyataan ini sejalan dengan Social Presence Theory yang dikemukakan Sherry Turkle yang menyatakan bahwa media sosial dapat menciptakan rasa keterhubungan dan kebersamaan di antara para penggunanya. Dalam hal ini, pernyataan informan menunjukkan bahwa unggahan Instagram sekolah mampu menciptakan rasa keterhubungan dengan calon siswa dan orang tua mereka, sehingga mereka merasa lebih nyaman dan terinformasi tentang sekolah tersebut (Rahmawati, 2023). Informan lain juga menyatakan:

"Foto dan video yang diunggah sangat efektif karena memberikan informasi yang lengkap, sehingga orang tua tidak perlu repot-repot datang ke sekolah untuk memverifikasi informasi." Pernyataan ini mendukung Teori Pengaruh Sosial oleh Andrew T. Stephen yang menyatakan bahwa media sosial dapat memengaruhi perilaku dan sikap pengguna (Appel et al., 2020). Dalam kasus ini, unggahan Instagram sekolah mampu memengaruhi perilaku calon siswa dan orang tua mereka, sehingga mereka lebih mungkin mendaftar di sekolah tersebut.

SIMPULAN

Pemanfaatan media sosial Instagram oleh MI Al Khoiriyyah terbukti efektif dalam meningkatkan minat calon siswa baru. Strategi konten yang menarik dan interaksi yang aktif dengan pengguna menjadi kunci keberhasilan. Penelitian ini memberikan kontribusi pada literatur tentang

pemasaran pendidikan dan penggunaan media sosial dalam konteks ini. Dalam mempromosikan sekolah, media sosial dapat digunakan dengan menggunakannya untuk menerbitkan konten setiap hari. Secara khusus, Seperti mengirimkan beberapa program PPDB yang menarik. Branding sekolah, sosial media sangat bermanfaat untuk sebuah sekolah untuk memperkenalkan visi dan misi sekolah kepada masyarakat. Membagikan tentang kegiatan sekolah hingga mengembangkan nilai sosial yang positif di masyarakat melalui kegiatan dan program yang dilakukan sekolah. Branding, masyarakat umum akan dapat memilih sekolah yang paling sesuai dengan kebutuhan mereka. Kemudahan komunikasi, serta adanya media sosial yang menjadikan masyarakatnya menjadi lebih mudah dan jangkauannya pun menjadi lebih luas. Peningkatan penerimaan siswa baru sering diterapkan oleh pengaruh positif media sosial dalam kemudahan penyebaran informasi dan jangkauan yang semakin luas yang menambah ketertarikan calon siswa kepada sekolah tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, Z. A., Azhari, T. Z., Esfandiar, W. N., Nuryaningrum, N., Syifana, A. F. D., & Cahyaningrum, I. (2020). Pemanfaatan media sosial dalam pemasaran produk UMKM di Kelurahan Sidokumpul, Kabupaten Gresik. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 17–31.
- Ainiyah, N., Ibrahimy, U., & Situbondo, S. (2018). *REMAJA MILLENNIAL DAN MEDIA SOSIAL: MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA INFORMASI PENDIDIKAN BAGI REMAJA MILLENNIAL*. 2(April), 221–236.
- Antasari, C., & Pratiwi, R. D. (2022). Pemanfaatan Fitur Instagram Sebagai Sarana Komunikasi Pemasaran Kedai Babakkeroyokan Di Kota Palu. *Kinesik*, 9(2), 176–182.
- Appel, G., Grewal, L., Hadi, R., & Stephen, A. T. (2020). The future of social media in marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 48(1), 79–95. <https://doi.org/10.1007/s11747-019-00695-1>
- Brahmini, I. A. B., & Supriyadi, D. (2019). Kontribusi intensitas komunikasi di media sosial Instagram terhadap citra tubuh remaja perempuan pelajar SMA di Denpasar. *Jurnal Psikologi Udayana*, 6(01), 109. <https://doi.org/10.24843/jpu.2019.v06.i01.p11>
- Kaplan, A., & Haenlein, M. (2020). Rulers of the world, unite! The challenges and opportunities of artificial intelligence. *Business Horizons*, 63(1), 37–50. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2019.09.003>
- Kemp, S. (2023). *Digital 2023: Indonesia*. <https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia>
- Mulyani, Y. S., Wibisono, T., & Hikmah, A. B. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Untuk Pemasaran Bisnis Digital Sebagai Media Promosi. *Hospitality*, 11(1), 291–296. <http://stp-mataram.e-journal.id/JHI>
- Nur Komariah, D. (2024). Strategi Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Pondok Pesantren Al- Baqiyatussa ' Diyah. *Jurnal Administrasi Dan Manajemen Pendidikan Islam*, 1(2), 1–13. <https://journalsacademy.com/index.php/OJS/>

- Nurhayati, H., & Langlang Handayani, N. W. (2020). Jurnal basicedu. Jurnal Basicedu, *Jurnal Basicedu*, 5(5), 3(2), 524–532. <https://journal.uui.ac.id/ajie/article/view/971>
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71–80. <https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1950>
- Rafiq, A. (2020). Dampak media sosial terhadap perubahan sosial suatu masyarakat. *Global Komunika: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 3(1), 18–29.
- Rahmawati, F. (2023). Analisis Hukum dan Syariah dalam Budaya Digital. *Al-Hiwalah : Journal Syariah Economic Law*, 2(1), 37–53. <https://doi.org/10.47766/alhiwalah.v2i1.1473>
- Ramadhan, F. H., & Firdaus, M. (2017). *Pemanfaatan media sosial instagram akun@ MR. CREAMPUFF sebagai promosi dalam meningkatkan penjualan*. Riau University.
- Romadhoni, B. A. (2018). Meredupnya Media Cetak, Dampak Kemajuan Teknologi Informasi. *An-Nida: Jurnal Komunikasi Islam*, 10(1).
- Sari, A. C., Hartina, R., Awalia, R., Irianti, H., & Ainun, N. (2018). Komunikasi dan Media Sosial. *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69. https://www.researchgate.net/profile/Astari-Clara-Sari/publication/329998890_KOMUNIKASI_DAN_MEDIA_SOSIAL/links/5c2f3d83299bf12be3ab90d2/KOMUNIKASI-DAN-MEDIA-SOSIAL.pdf
- Sartika, R. E. A. (2019). *Penemuan yang Mengubah Dunia: Media Sosial, Kenapa Bikin Panik saat Diblokir*. Kompas.
- Sunarwan, B. (2015). AKTIFITAS KOMUNIKASI DAN MEDIA SOSIAL (Survai Pola Komunikasi Masyarakat DKI Jakarta Melalui Social Network Sites). *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 19(1), 1–14. <https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/jskm/article/view/190107/235>
- Surahman, S. (2019). Post-Truth, Masyarakat Digital, dan Media Sosial. In *Komunikasi dalam Media Digital* (Issue August).
- Zuwirna. (2020). *Buku_Dasar_Dasar_Komunikasi_Zuwirna. Buku*, 5.