

Pengelolaan Website dan Media Sosial di SMK Negeri 4 Surakarta

Azzahra Maya Pramesti

Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta

azzahramayapramesti55@gmail.com

Abstrak

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

Kata Kunci: Website, Social Media, Information

Abstract

This study aims to determine the management of websites and social media at SMK Negeri 4 Surakarta. This research is a type of qualitative research with a content analysis approach. Data was collected by interview and documentation study. The documents listed can be downloaded from websites related to the website and each social media. Websites and social media used as research are one website and five social media owned by SMK Negeri 4 Surakarta. This research was conducted from 11 February to 15 March 2022. Data analysis used interactive analysis. The results show that the website and social media of SMK Negeri 4 Surakarta are managed by the school's PR team, where there is one website and five social media namely Instagram, YouTube, Facebook, TikTok, and Twitter.

Keywords: Website, Social Media, Information

PENDAHULUAN

Seiring dengan berkembangnya teknologi, pengelolaan website dan media sosial juga terus berkembang. Lembaga ‘We Are Social’ dalam Nasrullah (2015) mempublikasikan hasil risetnya bahwa pengguna internet dan media sosial di Indonesia cukup tinggi, yaitu 15 persen atau sekitar lebih dari 38 juta orang. Setelah itu, pada tahun 2019 meningkat menjadi 107,2 juta pengguna (Jayani, 2019). Tahun setelahnya juga mengalami peningkatan yaitu sebesar 175,4 juta pengguna (Haryanto, 2020).

Sejalan dengan banyaknya pengguna internet dan media sosial, lembaga pendidikan dapat menggunakan website dan

media sosial sebagai salah satu sumber informasi antara pendidik dengan peserta didik, maupun sekolah dengan masyarakat. Suatu sekolah dapat membuat website dan media sosial untuk berbagi informasi yang dapat dilihat oleh semua orang, mulai dari informasi seputar pembelajaran, acara tertentu yang diadakan sekolah, ucapan hari besar, dan lain – lain. Selain sebagai sumber informasi, menurut penelitian yang dilakukan oleh Utari, 2013, pengelolaan website di sekolah dapat digunakan untuk persaingan antar sekolah, kesadaran akan perlunya menjalin komunikasi dengan pihak eksternal, keberadaan fasilitas dan Sumber Daya Manusia (SDM) sebagai pendukung, juga untuk melaksanakan model belajar

interaktif, mandiri, dan jarak jauh yang berupa *e-learning*.

Merupakan pilihan yang tepat jika pengelolaan website dan media sosial digunakan sebagai media penyebaran informasi di era revolusi industri 4.0 ini, karena semakin mudah diakses oleh berbagai kalangan. Website dan media sosial menjadi teknologi baru yang membuat kita lebih efektif dan efisien dalam segala aspek karena fitur – fiturnya yang canggih sehingga sangat memudahkan kita dalam mengakses. Namun, secanggih apapun fitur di website maupun media sosial, tidak akan membantu dan berfungsi secara maksimal apabila tidak disertai dengan sumber daya manusia yang terampil dalam mengelola dan mengoperasikannya.

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

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

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

Penelitian yang dilakukan oleh Rahmania Utari (2013), Universitas Negeri Yogyakarta, dengan judul “Website sebagai Media Humas Sekolah”. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan latar belakang, pemanfaatan, dan manajemen

dalam penyelenggaraan website sekolah. Penelitian ini merupakan penelitian studi multikasus dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi, dan studi dokumen. Teknik analisis data menggunakan model analisis interaktif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: Pertama, latar belakang penyelenggaraan website sekolah adalah kondisi persaingan antar sekolah, kesadaran perlunya menjalin komunikasi dengan pihak eksternal, keberadaan fasilitas dan SDM pendukung, dan pelaksanaan model belajar interaktif, mandiri dan jarak jauh berupa e-learning. Kedua, pemanfaatan website sebagai media humas dengan mengemas isi pesan dan tampilan dengan memperhatikan karakteristik sekolah untuk membangun image positif. Ketiga, manajemen tenaga pengelola website dalam rangka mendukung fungsi kegiatan humas masih diwarnai oleh hambatan SDM dan pendanaan bagi kompensasi, ketiadaan deskripsi tugas yang jelas, dan evaluasi yang belum menyeluruh. (Utari, 2018)

Pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi di lingkungan sekolah sudah banyak dikembangkan oleh berbagai macam sekolah, termasuk SMK Negeri 4 Surakarta. Sekolah ini dapat memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi dengan baik. Diantaranya dengan aktif mengelola website dan media sosial sebagai salah satu sarana penyebaran informasi pengetahuan, penunjang proses pembelajaran, juga pengembangan kreativitas para peserta didiknya. Dari berbagai uraian tersebut, lantas bagaimana pengelolaan website dan media sosial di SMK Negeri 4 Surakarta? Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan pengelolaan website dan media sosial di SMK Negeri 4 Surakarta.

METODE

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis konten. Subjek penelitian ini adalah salah satu Sekolah Menengah Kejuruan di Surakarta yaitu SMK Negeri 4 Surakarta, yang memiliki website dan media sosial yang dapat diakses. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah wawancara, observasi, dan studi dokumentasi. Aspek-aspek yang menjadi tinjauan dalam penelitian ini antara lain proses pengelolaan website dan media sosial, bidang-bidang data, penyajian data, koordinasi pengelola, sampai rekrutmen pengelola. Sumber informasi utamanya adalah Wakil Kepala Sekolah bidang Humas. Sumber data lainnya berupa tampilan, fitur, serta aktivitas website dan media sosial.

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis interaktif yang membagi kegiatan analisis menjadi pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi. Penelitian dimulai dengan mengumpulkan atau mencatat semua temuan di lapangan baik melalui wawancara, observasi, maupun dokumentasi. Selanjutnya, mendiskripsikan/menyajikan data tersebut untuk kepentingan kajian lebih lanjut dengan memperhatikan fokus serta tujuan penelitian. Langkah berikutnya, memeriksa kembali hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi serta mengadakan pemisahan terhadap data yang dianggap penting dan tidak penting. Terakhir, membuat kesimpulan dan verifikasi. (Miles et al., 2014).

Berikut ini merupakan data awal website dan media sosial milik SMK Negeri 4 Surakarta:

Tabel 1. Data Awal Website dan Media Sosial Milik SMK Negeri 4 Surakarta

Jenis Media	Alamat	Informasi
Website	https://smkn4solo.sch.id/	Aktif
Instagram	https://www.Instagram.com/smkn4surakarta/	Aktif
YouTube	https://YouTube.com/c/SMKNegeri4Surakarta	Aktif
Facebook	https://www.Facebook.com/pages/category/High-School/SMK-Negeri-4-Surakarta-134598223326643/	Aktif
TikTok	https://vt.TikTok.com/ZSdJ7oYeh/	Aktif
Twitter	https://Twitter.com/smkn4sologmail1?s=20	Aktif

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengelolaan Website SMK Negeri 4 Surakarta

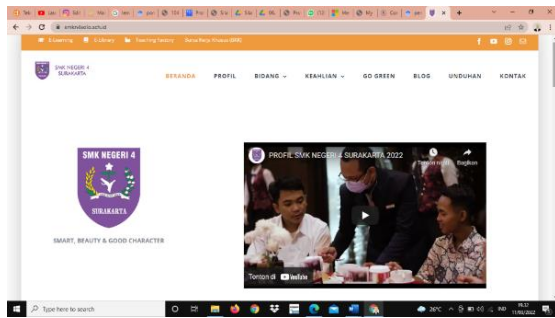
Sebuah situs web (sering pula disingkat menjadi situs saja, website atau site) adalah sebutan bagi sekelompok halaman web (*web page*), yang umumnya merupakan bagian dari suatu nama domain (*domain name*) atau subdomain di *World Wide Web* (WWW) di Internet. Sebuah *web page* adalah dokumen yang ditulis dalam format *HTML* (*Hyper Text Markup Language*), yang hampir selalu bisa diakses melalui *HTTP*, yaitu protokol yang menyampaikan informasi dari *server* website untuk ditampilkan kepada para pemakai melalui *web browser* baik yang bersifat statis maupun dinamis yang membentuk satu rangkaian bangunan yang saling terkait dimana masing-masing dihubungkan dengan jaringan-jaringan halaman (*hyperlink*) (Ali Zaki dalam Harminingtyas, 2014).

Bersifat statis apabila isi informasi website tetap, jarang berubah, dan isi informasinya searah hanya dari pemilik website. Bersifat dinamis apabila isi informasi website selalu berubah-ubah, dan isi informasinya interaktif dua arah berasal dari pemilik serta pengguna website. Contoh website statis adalah berisi profil perusahaan, sedangkan website dinamis adalah seperti *Friendster*, *Multiply*, dll. Dalam sisi pengembangannya, website statis hanya bisa di-*update* oleh pemiliknya saja, sedangkan website dinamis bisa di-*update* oleh pengguna maupun pemilik. (Harminingtyas, 2014)

Website ini dibuka melalui sebuah program penjelajah (*Browser*) yang berada di sebuah komputer dan *smartphone*. Program penjelajah yang bisa digunakan diantaranya : *IE* (*Internet Explorer*), *Mozilla*, *Firefox*, *Netscape*, *Opera* dan yang terbaru adalah *Google Chrome*. (Harminingtyas, 2014)

Dalam bidang pendidikan, website dimanfaatkan sebagai sarana penyebaran informasi. Sekolah – sekolah di Indonesia telah menggunakan website, mulai dari Taman Kanak-Kanak, Sekolah dasar, Sekolah Menengah Pertama, Sekolah Menengah Atas maupun Kejuruan, sampai Perguruan Tinggi baik negeri maupun swasta. SMK Negeri 4 Surakarta juga merupakan salah satu sekolah yang memanfaatkan website dengan tujuan untuk menyebarkan informasi apapun terkait SMK Negeri 4 Surakarta. Menurut keterangan dari narasumber yaitu Ibu Endang Tri Astuti yang merupakan bagian dari tim bidang Humas, website SMK Negeri 4 Surakarta dikelola oleh tim beliau. Website di sekolah ini memuat informasi tentang penerimaan peserta didik baru, prestasi siswa-siswinya, acara workshop, dokumentasi kegiatan, ucapan hari besar dan masih banyak lagi. Website ini menampilkan beberapa fitur yang tergolong lengkap untuk menyebarkan informasi.

Berikut adalah hasil *capture* dari beranda website milik SMK Negeri 4 Surakarta:



Gambar 1. Beranda Website SMK Negeri 4 Surakarta

Dari Gambar 1 di atas, dapat diketahui bahwa website milik SMK Negeri 4 Surakarta menyediakan beberapa fitur, sesuai dengan letaknya yaitu dipojok kiri atas terdapat fitur E-learning, E-library, Teaching Factory, Bursa Kerja Khusus (BKK). Jika kita klik fitur E-learning, maka akan langsung terhubung dengan E-learning SMK Negeri 4 Surakarta yang biasa digunakan sebagai salah satu media pembelajaran, jika kita klik E-library, maka akan terhubung dengan perpustakaan online SMK Negeri 4 Surakarta.

Sedangkan, jika kita klik Teaching Factory maka muncul tampilan model pembelajaran Teaching Factory yang merupakan program pendidikan untuk terjun langsung ke dunia bisnis, di dalam fitur ini terdapat berbagai informasi seperti berita prestasi siswa, kompetensi dan keahlian, serta produk dan jasa hasil karya siswa SMK Negeri 4 Surakarta yang dapat kita beli. Namun, sangat disayangkan jika kita klik Bursa Kerja Khusus (BKK) tidak ada informasi apapun yang muncul, sementara informasi terkait BKK sebenarnya sangat dibutuhkan bagi *viewers* yang sedang mencari dan membutuhkan lowongan pekerjaan.

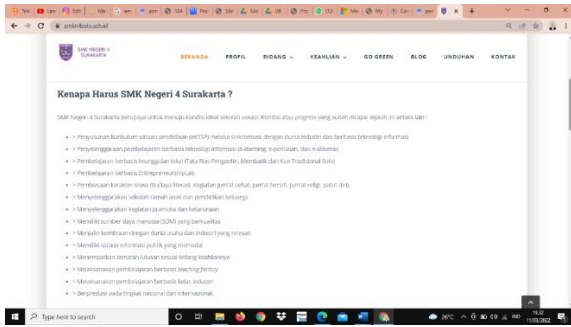
Lalu, dipojok kanan atas terdapat logo akun media sosial yaitu logo *Facebook*, *YouTube*, *Instagram*, dan E-mail. Keempat fitur tersebut jika di klik seharusnya dapat terhubung dengan akun media sosialnya dan kita dapat membuka akunnya melalui fitur-fitur tersebut, namun, ternyata dua diantaranya yaitu *YouTube* dan *Facebook* tidak terhubung dengan akun official dari SMK Negeri 4 Surakarta. Fitur ini

sebenarnya juga penting, karena biasanya *viewers* yang membuka website ini juga ingin tahu akun media sosial apa saja yang dimiliki SMK Negeri 4 Surakarta, dan konten apa saja yang terdapat di akun tersebut.

Kemudian, di bawah logo terdapat fitur Beranda, Profil, Bidang, Keahlian, Go Green, Blog, Unduhan, dan Kontak serta nama instansi di bagian kiri. Jika kita klik beranda, maka akan muncul tampilan seperti gambar di atas, jika kita klik profil, maka akan muncul informasi mengenai profil SMK Negeri 4 Surakarta, yang meliputi; identitas, visi, misi, dan tujuan sekolah.

Lalu, di fitur bidang terdapat beberapa pilihan yakni Kurikulum (WKS 1), Kesiswaan (WKS 2), Sarpras (WKS 3), Humas (WKS 4), dan fitur keahlian yang terdiri dari PH, BO, KC, BU. Akan tetapi, kedua fitur tersebut tidak menampilkan informasi apapun. Sementara, banyak informasi yang dibutuhkan oleh *viewers* di fitur itu, misalnya identitas guru yang menempati jabatan WKS 1,2,3 dan 4, perkembangan dan prestasi siswa kompetensi keahlian PH, BO, KC, dan BU, dan masih banyak lagi yang bisa disajikan di fitur-fitur tersebut agar lebih lengkap dan dapat memberikan lebih banyak informasi bagi *viewers*.

Di bawah beberapa fitur yang telah diuraikan di atas, terdapat logo SMK Negeri 4 Surakarta yang berdampingan dengan video profil SMK Negeri 4 Surakarta tahun 2022. Video tersebut diunggah di *YouTube*, namun dapat ditonton di laman website. Lalu, jika kita *scroll down*, terdapat beberapa pertimbangan untuk memilih SMK Negeri 4 Surakarta yang dapat menarik minat calon peserta didik untuk sekolah di SMK Negeri 4 Surakarta. Berikut adalah tampilannya:



Gambar 1. Beranda Website SMK Negeri 4 Surakarta

Jika kita *scroll down* lagi, terdapat informasi terbaru yang diunggah oleh pengelola website, seperti berikut ini :



Gambar 2 Beranda Website SMK Negeri 4 Surakarta

Kemudian, jika kita *scroll* lagi, terdapat informasi berupa alamat, nomor telepon, e-mail, dan jam kerja dari SMK Negeri 4 Surakarta. Diketahui bahwa berbagai jenis konten telah diunggah oleh pengelola, yang dapat dilihat dengan mudah di website SMK Negeri 4 Surakarta, dirumuskan sebagai berikut :

Tabel 2. Jenis Konten di Website

Jenis Konten	Informasi
Informasi Terkait Pembelajaran	✓
Informasi Prestasi	✓
Ucapan Hari Besar	✓
Profil Lembaga	✓
Profil Siswa Berprestasi	✓
Profil Pimpinan Berprestasi	✓
Informasi PPDB	✓
Dokumentasi Kegiatan	✓
Info Acara (Workshop, Talkshow, dll)	✓
Pengumuman Kelulusan	✓

Walaupun terlihat banyak jenis konten yang disajikan dari awal pembuatan website, namun tingkat keseringan *update* dapat dikatakan rendah, karena pengelola jarang mengunggah informasi yang ada. Berikut merupakan tabel gambaran terakhir *update* dalam jangka waktu tanggal 11 Februari sampai dengan 15 Maret 2022 :

Tabel 3. Gambaran Terakhir Update

No.	Judul Konten	Tanggal Update
1.	Asyiknya Pembelajaran Project Tata Kecantikan	23 Februari 2022
2.	Selamat Hari Peduli Sampah Nasional	21 Februari 2022

Dari berbagai uraian mengenai pengelolaan website dan data-data yang dapat dilihat pada *gambar 1.1*, *gambar 1.2*, *gambar 1.3* dan *tabel C.1*, *tabel 1.1*, serta *tabel 1.2*, dapat disimpulkan bahwa sebenarnya fitur yang ada di website SMK Negeri 4 Surakarta dinilai sudah cukup lengkap dan mumpuni untuk strategi penyebaran informasi. Namun, dalam mengunggah informasi, terdapat kekurangan dalam mengupload konten, yang dibuktikan dengan data yang ada di *tabel 1.2* di atas.

Informasi dinilai kurang, karena dari sisi sumber daya manusia yang terdiri dari pendidik, tenaga kependidikan, dan peserta didik tidak diberikan secara rinci. Mulai dari profil dan data jumlah pendidik, tenaga kependidikan, dan peserta didiknya, serta jabatan dan jenjang pendidikan yang dimiliki pendidik dan tenaga kependidikan. Beberapa hal tersebut belum ditampilkan di website milik SMK Negeri 4 Surakarta.

Dari pihak pengelola website memaparkan penyebab tidak lengkapnya konten yang diunggah dan tingkat keseringan *update* yang rendah, yaitu narasumber yang kurang cepat cekatan saat memberikan informasi terkait konten yang akan diunggah dan waktu *update* konten yang tidak terjadwal. Kedua hal tersebut menjadi kendala dalam proses

pengunggahan, karena konten yang akan diunggah memuat informasi yang harus jelas dan murni dari narasumber terkait, jadi bukan informasi yang dibuat-buat. Waktu *update* yang tidak terjadwal juga mengakibatkan keterlambatan dalam pengunggahan konten.

Untuk itu, sebaiknya pihak pengelola website lebih terampil dalam mengunggah konten, juga kepada narasumber yang memiliki informasi terkait dengan konten yang akan diunggah sebaiknya juga lebih cekatan dalam memberikan informasi, agar tidak terjadi keterlambatan dalam pengunggahan. Sebaiknya, dibuat jadwal *update* agar dapat mengunggah konten dengan teratur dan tepat waktu.

Pengelolaan Media Sosial SMK Negeri 4 Surakarta

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa

dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi *blog*, jejaring sosial, *wiki*, forum dan dunia virtual. *Blog*, jejaring sosial dan *wiki* merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia.

Selain website, SMK Negeri 4 Surakarta juga menggunakan media sosial sebagai sarana penyebaran informasi yang dikelola oleh tim bagian Humas, yang mana tim tersebut berisi SDM yang ahli dalam bidang pengelolaan media sosial. SMK Negeri 4 Surakarta memiliki beberapa akun di berbagai jenis media sosial, yaitu *Instagram*, *YouTube*, *Facebook*, *Twitter*, dan *TikTok*. Dalam rangka memperkuat kinerja website, pihak sekolah pun membuat media sosial dan menyajikan berbagai jenis konten didalamnya. Gambaran media sosial yang dipakai dan konten apa saja yang telah disajikan, dapat dicermati di tabel berikut :

Tabel 4. Jenis Konten di Media Sosial

Konten	Nama Media Sosial				
	Instagram	YouTube	Facebook	TikTok	Twitter
Informasi Prestasi	✓	✓	✓	×	×
Ucapan Hari Besar	✓	✓	✓	×	×
Profil Lembaga	✓	✓	✓	×	×
Profil Siswa Berprestasi	✓	✓	✓	×	×
Profil Guru Berprestasi	×	×	×	×	×
Profil Pimpinan Berprestasi	×	✓	×	×	×
Informasi PPDB	✓	✓	✓	×	×
Ucapan Belasungkawa	✓	×	×	×	×
Dokumentasi Kegiatan	✓	✓	✓	✓	×
Info Acara (Workshop, Talkshow, dll)	✓	✓	✓	×	×
Pengumuman Kelulusan	✓	✓	✓	×	×
Motivasi	✓	✓	✓	×	✓

Berikut ini adalah rincian data dan sistem pengelolaan media sosial yakni *Instagram*, *YouTube*, *Facebook*, *TikTok*, dan *Twitter* di SMK Negeri 4 Surakarta :

Instagram

SMK Negeri 4 Surakarta yang dijadikan lokasi penelitian memiliki satu akun *Instagram* yang masih dikelola. Berikut ini merupakan tampilan laman *Instagram* milik SMK Negeri 4 Surakarta:



Gambar 4. Laman Instagram

Sesuai dengan gambar hasil capture di atas, photo profil dari Instagram milik SMK Negeri 4 Surakarta adalah logo sekolah tersebut, dengan bio yang

menampilkan alamat sekolah dan tautan yang berisi PPDB (Penerimaan Peserta Didik Baru). Data lainnya dapat dicermati di tabel berikut ini :

Tabel 5. Data Instagram

<i>Username</i>	<i>Pengikut</i>	<i>Diikuti</i>	<i>Foto</i>	<i>Reel</i>	<i>Video</i>
smkn4surakarta	3.169	29	275	1	15

Data di atas menunjukkan bahwa akun *Instagram* milik SMK Negeri 4 Surakarta memiliki 3.169 pengikut, mengikuti 29 akun, memiliki 275 konten foto, 1 konten *reels*, dan 15 konten video yang telah diunggah. Gambaran terakhir update dalam jangka waktu tanggal 11 Februari sampai dengan 15 Maret 2022 dapat dilihat di tabel berikut ini:

Tabel 6. Gambaran Terakhir Update

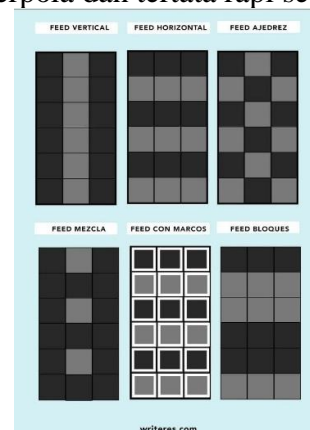
No.	Jenis Konten	Tanggal Update
1.	Lomba Kompetensi Siswa Tahun 2022	15 Maret 2022
2.	Dokumentasi Apel Pagi	14 Maret 2022
3.	Dokumentasi Kegiatan Senam	10 Maret 2022
4.	Dokumentasi Kegiatan Training “Leader as Coach”	10 Maret 2022
5.	Informasi Kegiatan Pembinaan Karakter Siswa Muslim Kelas X dan XII	2 Maret 2022
6.	Ucapan Hari Peduli Sampah Nasional	21 Februari 2022
7.	Profil SMK Negeri 4 Surakarta Tahun 2022	20 Februari 2022
8.	Ucapan Hari Jadi Kota Solo	17 Februari 2022

Menurut hasil penelitian yang telah diuraikan di atas, dapat disimpulkan bahwa dari banyaknya konten yang telah diunggah, tingkat keseringan *update* dinilai masih rendah, terbukti dengan data gambaran terakhir update yang ada pada tabel 2.3 diatas. Isi konten pun belum

lengkap seperti yang dibutuhkan para viewers, dan waktu pengulangan an konten sering terlambat dari waktu yang seharusnya.

Informasi–informasi dari konten yang diunggah oleh pengelola entah itu foto, reels, atau video, mayoritas sudah tertera di *caption*, sehingga *viewers* dapat membaca dengan mudah. Namun, terkadang beberapa informasi yang tertera di *caption* kurang mendeskripsikan konten yang diunggah, karena bahasanya yang ringkas tetapi kurang jelas.

Seperti halnya website, tingkat keseringan *update Instagram* masih tergolong rendah, karena narasumber yang dimintai informasi terkait konten yang akan diunggah kurang cepat dan cekatan. Sedangkan, tingkat keseringan *update* konten sangat mempengaruhi pengunjung dan jumlah follower. Karena, jika jumlah konten yang diunggah banyak, informasi yang diberikan selalu up to date, menarik, dan berkualitas, maka semakin banyak pula pengunjung tertarik untuk melihat akun ini. Menurut peneliti, sebaiknya pengelola *Instagram* lebih kreatif lagi dalam membuat konten, misalnya feed *Instagram* yang dibuat berpola dan tertata rapi seperti ini:



Gambar 5. Pola Feed Instagram Menarik

Pengelola juga dapat memaksimalkan fitur story yang ada di *Instagram* seperti ini:



Gambar 6. Beberapa Fitur Story Instagram

Di fitur *Instagram Story* terdapat beberapa sticker yang dapat digunakan untuk menyebarkan informasi agar lebih menarik. Mulai dari lokasi, dapat digunakan saat mengunggah story dengan mencantumkan lokasi SMK Negeri 4 Surakarta dalam sebuah foto atau video yang diunggah, sehingga *viewers* dapat melihat tempat - tempat yang ada di SMK Negeri 4 Surakarta melalui *Instagram Story*. Selanjutnya sticker *mention*, dapat digunakan untuk menandai orang yang diinginkan.

Sticker balasan anda, dapat digunakan untuk membuat tantangan, misalnya tantangan berjudul “siswa atau alumni SMK Negeri 4 Surakarta”, lalu orang lain dapat menekan sticker tersebut lalu mengikuti tantangan dengan mengunggah foto sesuai judul. Tantangan ini dapat diikuti oleh semua orang yang menjadi siswa siswi maupun alumni SMK Negeri 4 Surakarta. Hal ini dapat membuat akun *Instagram* SMK Negeri 4 Surakarta menjadi banyak diketahui dan dikunjungi oleh *viewers*.

Sticker pertanyaan, yang dapat digunakan pengelola untuk membuat suatu pertanyaan dengan dua pilihan jawaban, misalnya “apakah anda merupakan siswa SMK Negeri 4 Surakarta?”, pilihan

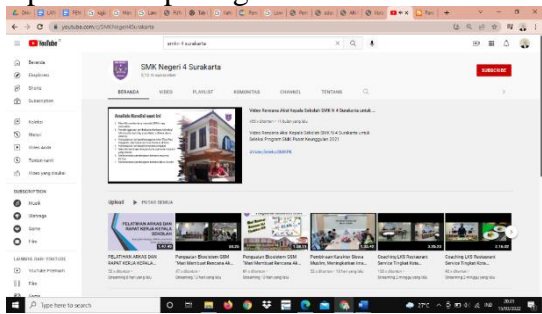
jawaban : ya / tidak. Lalu, *viewers* dapat menekan pilihan jawaban tersebut. Sticker gift dan musik, saat mengunggah foto maupun video, pengelola dapat menambahkan sticker gift ataupun musik yang sesuai dengan tema foto atau video yang diunggah. Hal tersebut dapat menjadi daya tarik tersendiri untuk *viewers* dan mereka akan dengan senang hati untuk *stay tune* di akun *Instagram* milik SMK Negeri 4 Surakarta. Sticker polling, dapat digunakan pengelola untuk mengumpulkan pendapat *viewers*, hampir sama dengan sticker pertanyaan.

Selanjutnya sticker kuis, tidak jauh berbeda dengan sticker pertanyaan, sticker kuis dapat digunakan untuk membuat kuis atau soal, yang membedakan hanyalah pilihan jawabannya karena di sticker kuis kita dapat memberikan jawaban yang benar, sehingga *viewers* dapat mengetahui mana jawaban yang benar dan salah. Kuis atau soal ini sangat bermanfaat untuk menambah pengetahuan *viewers*, juga membuat *viewers* semakin tertarik dengan akun *Instagram* SMK Negeri 4 Surakarta, namun, dengan catatan kuis yang disajikan bernilai positif, informatif, dan tidak keluar dari jalur pendidikan. Sticker tagar dan tautan, pengelola dapat menggunakannya untuk membuat suatu tagar misalnya #SMKNegeri4Surakarta, dan tautan, misalnya tautan website, *YouTube*, maupun yang lainnya yang dapat menambah informasi *viewers* tentang sesuatu yang terhubung setelah tautan ditekan, entah itu laman website, video *YouTube*, dan lain-lain. Masih banyak sticker lain yang dapat dimanfaatkan pengelola untuk menyebarkan informasi, tergantung dari kemauan dan kemampuan pengelola dalam memaksimalkan fitur-fitur yang ada di *Instagram*. Penambahan *hashtags* dalam bagian *caption* juga dapat mempengaruhi *viewers*. Hal ini dikarenakan penggunaan *hashtags* membuat *viewers* lebih mudah saat mencari konten yang mereka inginkan, dengan catatan *hashtags* harus sesuai dengan isi kontennya.

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

YouTube

SMK Negeri 4 Surakarta memiliki satu channel *YouTube* yang dibuat sejak tanggal 6 Oktober 2011. Tampilan media sosial ini dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 7. Laman YouTube

Dari gambar diatas, dapat diketahui bahwa photo profil channel *YouTube* SMK Negeri 4 Surakarta adalah logo dari sekolah tersebut, dengan deskripsi : SMK Negeri 4 Surakarta adalah sekolah unggulan bidang pariwisata di Surakarta, beserta 4 program studinya, serta terdapat tautan yang terhubung dengan *Instagram*, *Facebook*, dan *Website*. Tampilan ini dapat memudahkan *viewers* untuk mencari tahu lebih lanjut tentang media sosial lain dan website yang dimiliki SMK Negeri 4 Surakarta. Lalu, terdapat video yang disematkan berjudul “Video Rencana Aksi Kepala Sekolah SMK N 4 Surakarta untuk Seleksi Program SMK Pusat Keunggulan 2021”.

Rincian data lainnya, dapat dilihat di tabel berikut ini.

Tabel 7. Data YouTube

<i>Username</i>	<i>Subscriber</i>	<i>Kunjungan Akun</i>	<i>Konten Video</i>
SMK Negeri 4 Surakarta	2.120	74.602	235

Data diatas menunjukkan bahwa akun *YouTube* SMK Negeri 4 Surakarta memiliki channel bernama SMK Negeri 4 Surakarta, jumlah *subscriber* 2.120, akun yang mengunjungi *channel* ini sejak awal pembuatannya berjumlah 74.602, serta terdapat 235 konten video yang telah diunggah, 9 video diantaranya diunggah dalam jangka waktu tanggal 11 Februari sampai dengan 15 Maret 2022.

Rinciannya dapat dilihat di tabel berikut ini:

Tabel 8. Gambaran Terakhir Update

No.	Jenis Konten	Tanggal Update
1.	Live streaming : Pelatihan Arkas dan Rapat Kerja Kepala Sekolah	7 Maret 2022

No.	Jenis Konten	Tanggal Update
2.	Live streaming : Penguatan Ekosistem GSM "Mari Membuat Rencana Aksi Tindakan GSM" #2	2 Maret 2022
3.	Live streaming : Penguatan Ekosistem GSM "Mari Membuat Rencana Aksi Tindakan GSM"	2 Maret 2022
4.	Pembinaan Karakter Siswa Muslim, Meningkatkan Iman dan Taqwa Generasi Millineal di Masa Pandemi	2 Maret 2022

No.	Jenis Konten	Tanggal Update
5.	Live streaming : Coaching LKS Restaurant Service Tingkat Kota Surakarta #2	26 Februari 2022
6.	Live streaming : Coaching LKS Restaurant Service Tingkat Kota Surakarta	26 Februari 2022
7.	Live streaming : Coaching LKS Cooking Q&A	24 Februari 2022
8.	Live streaming : Coaching LKS Cooking Tingkat Kota Surakarta	24 Februari 2022
9.	Profil SMK Negeri 4 Surakarta Tahun 2022	20 Februari 2022

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan dan data yang dapat dilihat pada gambar 2.2, tabel 2.1, tabel 2.4, dan tabel 2.5, yang terkait media sosial *YouTube* diatas, dapat diketahui bahwa pengelolaan *YouTube* terbilang cukup aktif dan tingkat keserangan *update* lebih tinggi dibanding media sosial lain. Konten – konten yang tertera telah ditonton sebanyak 35-860 kali. Jumlah *viewers* tersebut masih terbilang sedikit karena tidak sebanding dengan jumlah subscriber yang mencapai 2.120. Ada beberapa kemungkinan mengapa hal ini terjadi, misalnya karena konten yang diunggah kurang menarik, entah dari thumbnail yang kurang pas, pengeditan video yang terkesan biasa saja, atau yang lainnya.

Konten yang diunggah sebenarnya cukup informatif dan dapat menambah pengetahuan bagi para *viewers*, namun,

Tabel 9. Data Facebook

Username	Pengikut	Suka	Foto	Video
SMK Negeri 4 Surakarta	3.107	3.001	902	4

Data di atas menunjukkan bahwa akun *Facebook* milik SMK Negeri 4 Surakarta

viewers akan lebih tertarik untuk membuka video jika diberi thumbnail yang estetik dan sesuai dengan isi video. Pengelola sebaiknya memaksimalkan fitur yang ada, mulai dari penempatan thumbnail yang tepat, penyajian deksripsi yang berisi tentang keterangan video dengan bahasa yang jelas dan mudah dipahami, serta editan video yang tidak buram, suara yang jernih, dan stabil. Penambahan *hashtags* dalam bagian deskripsi juga dapat mempengaruhi *viewers*. Hal ini dikarenakan penggunaan *hashtags* membuat *viewers* lebih mudah saat mencari konten yang mereka inginkan, dengan catatan *hashtags* harus sesuai dengan isi kontennya.

Facebook

Akun *Facebook* yang dimiliki SMK Negeri 4 Surakarta dibuat pada tanggal 20 Januari 2012, tercatat sudah 10 tahun akun ini dijalankan.

Berikut tampilan berandanya :



Gambar 8. Laman Facebook

Berdasarkan gambar hasil *capture* diatas, dapat diketahui bahwa *photo* sampul akun *Facebook* milik SMK Negeri 4 Surakarta adalah *pamflet / banner* yang berisi nama, logo, program studi keahlian, dan alamat sekolah terkait. Sedangkan *photo* profilnya yaitu logo sekolah tersebut. Terdapat tautan yang dapat dihubungi dan alamat website jika ingin mendapatkan informasi lebih lanjut. Data – data lain yang ada, dapat dicermati di tabel berikut ini :

yang bernama SMK Negeri 4 Surakarta memiliki 3.107 pengikut atau biasa disebut

“teman”, 3.001 akun yang menyukai, 902 konten foto, dan 4 konten video. Dari banyaknya konten yang telah diunggah, pengelola mengelompokkan konten – konten tersebut menjadi beberapa album yang berisi item – item tertentu,

Album beserta item tersebut diuraikan pada tabel dibawah ini:

Tabel 10. Jenis Album dan Itemnya

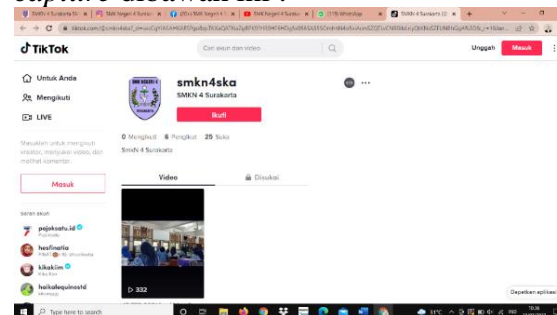
No.	Jenis Album	Jumlah Item
1.	Foto Profil	3
2.	UPK Tahun 2015	80
3.	Pelepasan Tingkat XII Tahun 2014	241
4.	Ujian Praktik Kejuruan Tahun 2013 2014	104
5.	Workshop Entrepreneurship	84
6.	Foto Sampul	2
7.	Upacara Hari Sumpah Pemuda	20
8.	Kegiatan Jeda UTS	52
9.	SBC Menyambut Menteri Kerjasama Ekonomi & Pembangunan Jerman	10
10.	Festival Menu Asli Solo	37
11.	Gelar Kreativitas Siswa	17
12.	Farewall With Mrs. Elvira and Mrs. Ratih Susiana	83
13.	Halal Bi Halal	92
14.	Workshop Study Banding Universitas	25
15.	Sarjanawiyata Taman Siswa Yogyakarta	13
16.	PPDB	14
17.	Program Keahlian	9
18.	Flag Ceremony	6
19.	Bimbingan ISO	8

Unggahan terakhir dari akun ini adalah permintaan like dan comment postingan yang berisi *pamflet* tentang Lomba Ketrampilan Siswa mata lomba Beauty Therapy tahun 2021 yang diikuti oleh salah satu siswinya yaitu Bulan Noverina Rahma Saputri. Unggahan terakhir ini terjadi pada tanggal 31 Agustus 2021. Setelah itu, pengelola tidak mengunggah apapun lagi.

Dari hasil penelitian tentang media sosial *Facebook* yang telah diuraikan diatas, dapat disimpulkan bahwa pengelolaan *Facebook* kurang aktif, dan tingkat keseringan *update* tergolong rendah. Sebenarnya, banyak informasi yang bisa disajikan seperti halnya yang telah disajikan di *Instagram* dan *YouTube*, banyak pula *viewers* yang membutuhkan informasi terkait sekolah ini lewat *Facebook*. Namun, pengelola berpandangan bahwa media sosial *Facebook* kurang diminati oleh masyarakat. Menurut peneliti, sebaiknya pengelola mengaktifkan *Facebook* kembali, karena terdapat kemungkinan bahwa *Facebook* masih digunakan *viewers* untuk mencari informasi seputar sekolah, termasuk siswa SMP dan orang tua.

TikTok

SMK Negeri 4 Surakarta memiliki satu akun *TikTok* yang belum lama ini dibuat, tampilannya bisa dilihat di gambar hasil *capture* dibawah ini :



Gambar 9. Laman TikTok

Dari Gambar 9 di atas, dapat dilihat bahwa photo profil akun *TikTok* milik SMK Negeri 4 Surakarta adalah logo dari sekolah tersebut. Data - data dijabarkan dalam tabel berikut:

Tabel 11. Data TikTok

Username	Pengikut	Mengikuti	Suka	Konten
smkn4ska	6	0	25	1

Dari data tersebut, dapat diketahui bahwa akun *TikTok* milik SMK Negeri 4 Surakarta yang bernama smkn4ska memiliki 6 pengikut, mengikuti 0, disukai oleh 25 akun, dan mengunggah 1 konten. Satu – satunya konten tersebut berupa video dokumentasi “Pembinaan Guru dan Karyawan SMKN 4 Surakarta, 17 Februari 2021 oleh Bapak Edy Purwanto CABDIN Surakarta”, video tersebut diunggah pada tanggal 17 Februari 2021 dan telah ditonton sebanyak 338 kali.

Dari uraian tentang media sosial *TikTok* diatas dan data yang dapat dilihat di gambar 2.4, tabel 2.1 dan tabel 2.8, pengelolaan media sosial ini dapat dikatakan kurang aktif dan tingkat keseringan *update*-nya masih rendah. Bahkan, hanya terdapat satu unggahan.

Menurut peneliti, pengelola kurang memaksimalkan media sosial ini. Sementara, pada saat ini *TikTok* sangat diminati kaum remaja, jangkauannya juga luas, sangat mudah diakses, dan akan muncul di halaman orang lain atau biasa di sebut *fyp (for your page)* jika dalam pengunggahan menggunakan *hashtags* tertentu. Hal tersebut tentu saja lebih memudahkan pengelola untuk menyampaikan informasi dan mempercepat penyebarannya.

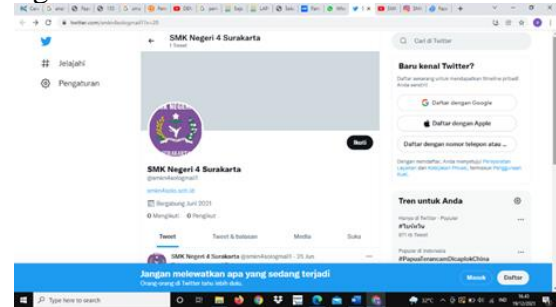
Untuk itu, sebaiknya pengelola kembali mengelola media sosial ini. Pengelola dapat mengunggah konten – konten yang menarik dengan template, *hashtags*, dan backsound yang sedang hype dan viral saat ini dengan catatan konten yang positif serta masih dalam ranah pendidikan. Dengan ini, konten yang diunggah akan mudah *fyp* dan cepat tersebar luas.

Twitter

Berdasarkan hasil observasi, SMK Negeri 4 Surakarta memiliki alamat *Twitter*. Akun ini bergabung selama kurang

lebih 8 bulan karena dibuat pada bulan Juni 2021.

Tampilan lamannya bisa dilihat digambar berikut :



Gambar 10. Laman Twitter

Rincian data diatas dapat dicermati ditabel berikut ini :

Tabel 12. Data TikTok

Username	Pengikut	Diikuti	Konten
smkn4solog	0	0	1
mail1			

Unggahan pertama dan terakhir dari akun ini tanggal 25 Juni 2021 yaitu *caption* tanpa gambar. Tertulis quote dan ajakan bergabung dengan hastag smk4surakarta dalam Bahasa Inggris “*Thing dont happen! Thing are made to happen. join us #smk4surakarta!*”.

Berdasarkan uraian hasil penelitian dan data – data yang dapat dilihat pada gambar 2.5, tabel 2.1 dan tabel 2.9, dapat disimpulkan bahwa media sosial ini tidak aktif dan kurang dimanfaatkan dengan baik. Hal ini dikarenakan tidak ada pengikut, tidak ada akun yang diikuti, juga tidak ada konten lain selain *caption* yang sudah dijelaskan diatas.

Pengelola berpendapat bahwa media sosial *Twitter* kurang diminati oleh masyarakat Indonesia. Namun, menurut peneliti, masih banyak masyarakat yang berminat menggunakan dan mengakses *Twitter* untuk mencari informasi seputar pendidikan. Pengelola dapat mengaktifkan kembali akun ini, lalu mengunggah konten – konten yang informatif dan bermanfaat.

Penggunaan *hashtags* dalam setiap konten yang diunggah pun mempengaruhi jumlah *viewers* seperti halnya media sosial lainnya.

PENUTUP

Dari berbagai uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa SMK Negeri 4 Surakarta memiliki website dan 5 media sosial yaitu *Instagram*, *YouTube*, *Facebook*, *TikTok*, dan *Twitter* yang digunakan sebagai sarana penyebaran informasi. Dari beberapa media tersebut, hanya website, *Instagram*, dan *YouTube* yang masih dikelola. Informasi yang diunggah mulai dari informasi terkait pembelajaran, PPDB, informasi prestasi, ucapan hari besar, profil lembaga, dokumentasi kegiatan, informasi acara, sampai pengumuman kelulusan. Sedangkan media sosial *Facebook*, *TikTok*, dan *Twitter* tidak lagi terdapat update-an terbaru dikarenakan pengelola memiliki pandangan bahwa media sosial yang banyak diminati dan digunakan oleh masyarakat saat ini adalah *Instagram* dan *YouTube*. Terdapat kendala dalam pengunggahan konten, yaitu narasumber yang kurang cepat dalam memberikan informasi terkait konten yang akan diunggah dan tidak adanya jadwal *update*.

Dalam penelitian ini, ditemukan beberapa kelemahan dari website dan media sosial yang disebabkan oleh tidak maksimalnya pengelolaan media – media tersebut. Untuk itu, disarankan bagi pihak pengelola untuk mengoperasikan kembali media – media yang saat ini tidak aktif serta lebih memaksimalkan dalam pengelolaannya dengan memanfaatkan fitur – fitur yang ada. Narasumber yang berkaitan dengan informasi dalam konten yang akan diunggah, diminta untuk lebih cepat dan cekatan dalam memberikan informasi, agar tidak terjadi keterlambatan pengunggahan konten. Pengelola juga dapat membuat jadwal *update* agar pengunggahan konten lebih teratur.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, F., Yuniyanto, M., Purnomo, A., & Hartono, R. (2017). Upaya Peningkatan Kualitas Sekolah Melalui Pembuatan Dan Pengelolaan Website Sekolah)Studi Kasus di Sekolah Muhammadiyah se Kecamatan Polokarto Kabupaten Sukoharjo). *Wasana Nyata*, 1(3), 75–80.
<https://doi.org/10.36587/wasananyat.a.v1i3.223>
- Harminingtyas, R. (2014). *Analisis Layanan Website Sebagai Media Promosi, Media Transaksi Dan Media Informasi Dan Pengaruhnya Terhadap Brand Image Perusahaan Pada Hotel Ciputra Di Kota Semarang*. 6(3), 37–57.
- Haryanto, A. T. (2020, February 20). Riset: Ada 175,2 Juta Pengguna Internet di Indonesia. *detikinet*. Retrieved from <https://inet.detik.com/cyberlife/d-4907674/riset-ada-1752-juta-pengguna-internet-di-indonesia>
- Jayani, D. H. (2019, September 9). Berapa Pengguna Internet di Indonesia? *Databoks*. Retrieved October 01, 2020, from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/09/09/berapa-pengguna-internet-di-indonesia>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis A Methods Sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Munadi, M. (2021). The Use of Social Media at State Islamic Colleges. *Jurnal Studi Manajemen Pendidikan*, 5(1).
- Munadi, M., & Annur, F. (2021). *the Utilization of Social Media in the State Islamic Universities in Indonesia*. 19(2), 345–371
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.

Utari, R. (2018). Website sebagai Media Humas Sekolah. *Jurnal Penelitian Ilmu Pendidikan*, 6(2), 78–87.

Yuni, F. (2017). Analisis Pemanfaatan Berbagai Media Sosial sebagai Sarana Penyebaran Informasi bagi Masyarakat. *Paradigma - Jurnal Komputer Dan Informatika*, 19(2), 152.

<http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/paradigma/article/view/2120>