



Optimalisasi Pemanfaatan Media Instagram dalam Meningkatkan Hubungan Orang Tua dan Sekolah di Kelompok Bermain Al-Azkiya Purwokerto

Abda Billah Faza Muhammadkan Bastian¹, Wulan Anggraeni²

Pendidikan Islam Anak Usia Dini, Universitas Sunan Kalijaga
Yogyakarta, Pendidikan Islam Anak Usia Dini, Institut Agama Islam
Negeri Purwokerto,
abdakanbastian@gmail.com
anggraeniwulan31@gmail.com

Abstract

In the digital age 4.0, the use of social media for educational purposes needs to be done by educational institutions. Thus, the process of communication and coordination can occur optimally. The purpose of this research is to study the use of Instagram media in KB Al-Azkiya. The Al-Azkiya KB Public Relations Section carries out management that starts from the planning, implementation and evaluation relating to the use of Instagram media. This research is a qualitative research based on field research. The study was conducted at KB Al-Azkiya by obtaining data through observation, interviews and documentation relating to the use of Instagram media. The data validity test is done by triangulation techniques by comparing interview data with observations on Instagram media. The results showed that: firstly, the utilization of the Instagram media began to introduce the Al-Azkiya KB institution to the public, so that it could attract students to study there. Secondly, as time goes by, Instagram media is used to report activities to parents and students' assignment results, which they then provide feedback in the form of comments or likes. In this case, the relationship between school and parents of students is increasing Third, management in utilizing Instagram media runs with both starts from the planning, implementation and evaluation. Fourth, KB al-Azkiya in uploading photos is always accompanied by good and interesting literacy in Instagram media. Fifth, KB Al-Azkiya also utilizes features on Instagram, such as hashtags / labels, geotaging, aroba and photo editing.

Keywords:

Public relations management;
Instagram;
KB Al-Azkiya.

Abstrak

Di era digital 4.0, pemanfaatan media sosial untuk tujuan edukasi perlu dilakukan oleh lembaga-lembaga pendidikan. Sehingga, proses komunikasi dan koordinasi dapat terjadi secara optimal. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mempelajari pemanfaatan media instagram di KB Al-Azkie. Seksi Humas KB Al-Azkie melakukan pengelolaan yang dimulai dari perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi yang berkaitan dengan pemanfaatan media instagram. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif berbasis field research. Penelitian dilakukan di KB Al-Azkie dengan memperoleh data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi yang berkaitan dengan pemanfaatan media instagram. Uji Keabsahan data dilakukan dengan teknik triangulasi dengan membandingkan data wawancara dengan observasi di media instagram. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: pertama, pemanfaatan media instagram diawali untuk memperkenalkan lembaga KB Al-Azkie kepada masyarakat, sehingga dapat menarik peserta didik untuk bersekolah disana. Kedua, seiring berjalannya waktu, media instagram dimanfaatkan untuk melaporkan kegiatan kepada orangtua dan hasil tugas peserta didik, yang kemudian mereka memberikan feedback berupa komentar atau like. Dalam hal ini, hubungan sekolah dan orangtua murid semakin meningkat. Ketiga, pengelolaan dalam memanfaatkan media instagram berjalan dengan baik dimulai dari perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi. Keempat, KB al-Azkie dalam mengunggah foto selalu disertai literasi yang baik dan menarik dalam media Instagram. Kelima, KB Al-Azkie juga memanfaatkan fitur-fitur yang ada di instagram, seperti tagar/label, geotaging, aroba dan edit foto.

Kata Kunci:
Manajemen Humas;
Media instagram;
KB Al-Azkie.

Diterima : 16 Juli 2021; Direvisi: 17 Agustus 2021; Diterbitkan: 28 Agustus 2021

<http://doi.org/10.19105/kiddo.v2i2.4969>



© Kiddo Jurnal Pendidikan Islam Anak Usia Dini
Institut Agama Islam Negeri Madura, Indonesia

This is an open access article under the [CC-BY-NC](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/) license

1. Pendahuluan

Pada era ini, penggunaan instagram sudah menjadi kebutuhan baik untuk kepentingan pribadi maupun kelompok. Instagram merupakan platform media sosial yang bertujuan untuk berbagi foto dan video pendek antara pengguna dengan pengguna yang lain. Instagram sangat populer di masyarakat, terhitung lebih dari 1 juta yang telah mendownload. Dengan media instagram, pengguna dapat mengikuti teman, idola dan lainnya dari berbagai belahan dunia. Pengguna dapat mengaktifkan fitur follow agar ia dapat mengetahui

dan melihat apa saja yang dibagikan oleh pengguna yang diikuti. Menurut Dyah Ayu (dalam Puspitasari, 2016, p. 11) Aplikasi instagram merupakan media berbagi foto atau video pendek kepada sesama pengguna instagram. Foto dan video pendek tersebut juga dapat dijadikan kenangan untuk bisa dilihat dimasa depan.

Seiring berjalannya waktu, pemanfaatan media instagram tidak hanya aplikasi untuk berbagi foto atau video, namun berkembang untuk berbagai hal. Misalnya, untuk berkomunikasi, untuk keperluan bisnis, berbelanja, membaca berita atau informasi, mengetahui tren yang viral yang dibincangkan didunia maya, bahkan media instagram dapat digunakan untuk edukasi. Oleh karena itu, pemanfaatan media instagram, merambah ke berbagai sektor.

Melalui media instagram, lembaga pendidikan dapat memasarkan lembaga pendidikannya secara lebih luas dan menjadikan instagram sebagai wadah antara orang tua dan sekolah. Namun, sebagian besar lembaga pendidikan, terutama lembaga pendidikan anak usia dini belum memaksimalkan potensi media instagram secara optimal, baik digunakan sebagai pemasaran maupun wadah untuk meningkatkan hubungan antara orang tua dan lembaga pendidikan.

KB Al-Azkie Purwokerto merupakan lembaga pendidikan anak usia dini dibawah naungan Dharma Wanita IAIN Purwokerto dan PIAUD IAIN Purwokerto. Letak lokasi yang berada didalam kampus IAIN Purwokerto membuat sebagian besar masyarakat tidak tahu keberadaan KB Al-Azkie. Sehingga pihak manajemen membuat akun instagram yang berfungsi sebagai promosi dan mempererat hubungan orangtua dan sekolah. KB Al-Azkie membagikan foto yang diambil dari kegiatan dan hasil karya anak-anak dimedia instagram. Dengan demikian, pengguna instagram baik orangtua maupun yang lainnya dapat melihat karya anak-anak KB Al-Azkie. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui bagaimana proses dan pengelolaan KB Al-Azkie dalam meningkatkan hubungan orangtua dan sekolah melalui media instagram.

2. Metode

Metode peneltian dalam artikel ini adalah penelitian kualitatif dengan jenis penelitian *field research*. Metode penelitian kualitatif merupakan metode yang didasarkan pada filsafat postpositivisme, yang mana peneliti berperan sebagai instrumen kunci.(Albi Anggito, 2018, p. 7) Subjek penelitian adalah pengelola/bagian kehumasan media instagram dan objek penelitian adalah bagaimana pengelolaan media instagram dalam meningkatkan hubungan masyarakat.

Lexy J. Moleong mengemukakan penelitian kualitatif merupakan penelitian untuk mempelajari fenomena yang dialami subjek dengan menggambarkannya dalam bentuk bahasa atau kata. (Moleong dalam Raco, 2018, pp. 1-6) Tujuan penelitian kualitatif adalah mendeskripsikan masalah penelitian dengan cara ilmiah melalui eksplorasi suatu fenomena atau konsep tertentu.(Rukin, 2019, p. 6) Peneliti menggunakan metode ini untuk mencari makna dan pemahaman dari data mengenai pengelolaan media Instagram dalam meningkatkan hubungan orangtua dan sekolah.

Sebagaimana pada umumnya penelitian kualitatif, sumber data yang digunakan yaitu melalui teknik wawancara observasi dan dokumentasi. Peneliti melakukan wawancara kepada bagian humas mengenai data-data yang terkait dengan pemanfaatan media Instagram. Dokumentasi dan observasi dilakukan dengan mempelajari unggahan KB Al-Azki di media Instagram. Pengambilan sampel sumber data dilakukan secara *purposive dan snowball*, teknik pengumpulan dengan triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi.

Analisa data dilakukan oleh peneliti sejak sebelum memasuki lapangan. Sembari mengumpulkan data di lapangan, peneliti meneruskan untuk menganalisa data. (Mustafa, Pinton Setya Dkk, 2020, p. 16) Analisa data dilakukan oleh peneliti tidak hanya saat sesudah pengumpulan data, namun juga saat pengumpulan data. Sehingga data menjadi jenuh dan dapat menggambarkan tentang pemanfaatan media Instagram di KB Al-Azki.

Uji keabsahan data ini dilakukan dengan teknik triangulasi, namun dalam pengecekan data dalam penelitian ini hanya menggunakan dua strategi yaitu sumber, dan teknik. Melalui triangulasi sumber, peneliti mengecek data yang diperoleh dengan mengecek kembali kepada sumber data tersebut yaitu bagian kehumasan dan guru. Triangulasi teknik, peneliti mengecek kembali data yang telah didapatkan dari bagian humas melalui wawancara kemudian dilakukan pengecekan dengan cara observasi di media Instagram.

3. Hasil dan pembahasan

Pengertian Manajemen Pendidikan

Manajemen hubungan masyarakat (humas) merupakan suatu kegiatan komunikasi yang didukung oleh organisasi tertentu baik dalam perencanaan, pelaksanaan, penelitian dan evaluasi. (Mustari dalam Hakim, 2019) Manajemen yang baik sangat penting dilakukan oleh lembaga pendidikan (Munastiwi, 2018, p. 371) begitu pula dalam manajemen humas harus dipersiapkan dengan baik oleh lembaga pendidikan. Karena kegiatan humas berhubungan dengan masyarakat dimana mereka berusaha untuk mengenalkan organisasi atau program-programnya kepada masyarakat.

Mulyasa menjelaskan bahwa humas dalam lembaga pendidikan merupakan kegiatan sekolah yang dirancang secara benar untuk mendapatkan simpati masyarakat secara umum, terutama masyarakat yang berkepentingan dengan sekolah tersebut, melalui berbagai upaya dalam membangun hubungan masyarakat. (Mesiono, 2017, p. 106) Simpati masyarakat diperoleh melalui upaya sekolah dengan berbagai kegiatan serta secara efektif membangun citra sekolah kepada masyarakat untuk keberlangsungan masyarakat dimasa mendatang. Anggoro berpandangan bahwa dalam pendidikan humas adalah proses pengelolaan yang berhubungan antara sekolah, orangtua dan masyarakat yang dapat menunjang kegiatan sekolah.

Berdasarkan pendapat diatas, dapat dijelaskan secara singkat bahwa humas adalah bentuk komunikasi yang dilakukan secara kontinyu antara sekolah dan masyarakat melalui program-program, dengan harapan adanya timbal balik dari masyarakat ke sekolah. Disamping itu, humas merupakan komponen penting dalam menyempurnakan pengelolaan lembaga. Manajemen humas dapat memelihara dan menciptakan tanggapan dari luar sekolah terhadap program dan aktivitas disekolah. (Mesiono, 2017, pp. 106–107)

Manajemen hubungan masyarakat dijalankan bukan tanpa tujuan. Dengan adanya tujuan dari manajemen hubungan masyarakat akan memberikan arah, kemana program yang telah dicanangkan akan dilaksanakan dan dalam bentuk apa program tersebut akan direalisasikan. Tujuan yang dimaksud adalah sebagai berikut:

- a. Mengenalkan sekolah kepada masyarakat
- b. Memperoleh dukungan baik berupa finansial maupun bantuan moral
- c. Memberikan berbagai informasi yang terkait dengan program sekolah dan lainnya.
- d. Membuat program-program yang dibutuhkan masyarakat
- e. Membangun kerjasama antara orangtua, sekolah dan masyarakat dalam menyukseskan pendidikan anak. (Purwanto dalam Maimunah & Mardiah, 2019)

Operasional pengelolaan humas dimulai dengan menyusun tujuan yang diharapkan. Penyusunan tujuan ditetapkan dengan opsi apa tujuan jangka pendek dan apa tujuan jangka panjang. Kemudian memberikan sasaran program kehumasan, apakah orangtua atau masyarakat tertentu. Selain melibatkan orangtua, juga perlu melibatkan guru, tenaga pendidikan dan siswa serta dukungan masyarakat secara keseluruhan.

Setelah menyusun tujuan, langkah selanjutnya adalah membentuk program kehumasan. Dalam penyusunannya dan penerapannya harus jelas terkait siapa, di mana, kapan dan bagaimana serta pembiayaan yang digunakan. Sehingga jelas arah program yang dibuat.

Selanjutnya adalah implementasi dari program yang telah direncanakan. Di dalam mengimplementasikannya harus sesuai dengan rancangan yang telah dibuat sebelumnya. Oleh karena itu, setelah melakukan implementasi terhadap program perlu untuk melakukan evaluasi. Sebab dalam penerapannya pasti terdapat kekurangan. Dengan adanya evaluasi kurikulum dapat terus untuk dibenahi dan dikembangkan agar bisa menciptakan program humas yang sesuai dengan tujuan penyelenggaraannya. (Iriantara dalam Sulfemi, 2019)

UU Nomor 2 tahun 1989 tentang Sistem Pendidikan Nasional Pasal 10 ayat (4) dinyatakan bahwa:

"Pendidikan nasional dikembangkan secara terpadu dan serasi baik antarberbagai jalur, jenis, dan jenjang pendidikan, maupun antara sektor pembangunan lainnya serta antardaerah. Masyarakat sebagai mitra pemerintah berkesempatan seluas-luasnya untuk berperan serta dalam penyelenggaraan pendidikan nasional". (Tap MPR, 1993, p. 90)

Pendidikan merupakan tanggung jawab bersama baik pemerintah, masyarakat dan keluarga. Sekolah merupakan kelanjutan

pendidikan, keluarga dan masyarakat berperan dalam mengajarkan nilai-nilai karakter, budaya dan moral. Dalam hal ini, Orangtua merupakan pendidikan pertama dan utama anak didalam keluarga.

Usaha hubungan antara keluarga dan sekolah dapat dilakukan melalui beberapa kegiatan, antar lain sebagai berikut:

- a. Organisasi BP3 (Badan Pembantu Penyelenggaraan Pendidikan) Komite Sekolah
- b. Melalui beberapa acara seperti penyerahan siswa baru, rapor, wisuda dan pertemuan lainnya yang membahas tentang perkembangan anak dan lembaga pendidikan.
- c. Melalui sosialisasi, bazar, kegiatan malam tutup tahun dan lain sebagainya. (Munastiwi, 2019, p. 250)

Sedangkan peran sekolah dalam masyarakat menurut Sanafiah dalam Nurfazira paling tidak, bisa dilihat dari dua segi berikut.

- a. Sekolah sebagai patner masyarakat yang berarti merupakan pusat pendidikan yang potensial dan hubungan yang fungsional
- b. Sekolah sebagai prosedur yang memberikan informasi kepada masyarakat. (Nurfazira & Afriansyah, 2019, pp. 1-14)

Dalam hal ini, sekolah dan masyarakat tidak dapat dipisahkan didalam pelaksanaan pendidikan. Karena keduanya saling membutuhkan satu sama lain. Misalnya, subjek pendidikan merupakan bagian dari masyarakat, dukungan masyarakat berupa finansial dan lingkungan peserta didik. Oleh karena itu, sekolah tidak mungkin untuk melepas masyarakat dalam pendidikan.

Media dan Alat Hubungan Masyarakat

Media hubungan masyarakat menurut Kusumastuti, adalah segala bentuk media yang dapat digunakan dengan tujuan memberikan informasi atau publisitas agar lebih dikenal oleh masyarakat. Media hubungan masyarakat lebih kepada alat komunikasi.. Alat komunikasi digunakan untuk kemitraan kepada masyarakat baik berupa media cetak atau elektronik . Adapun media dan alat humas dapat diklasifikasikan dengan 3 macam:

- a. Media dan alat humas pendidikan yang bersifat visual, seperti majalah, klipping, papan pengumuman, surat. Kemudian media visual yang biasa digunakan di TK/RA yaitu, buku kecil tata tertib dan peraturan PAUD, pamflet yang berisi sejarah, fasilitas pembelajaran, catatan, rapot dan lain sebagainya.
- b. Media dan alat bantu pendidikan yang bersifat audio seperti, radio, penguas suara,tape recorder, wawancara dan tanya jawab. Adapaun cara yang sering digunakan di TK/RA seperti kunjungan rumah, pertemuan dan pemanggilan Orangtua.
- c. Media dan alat humas pendidikan yang bersifat audio visual adalah berupa video, film, rapat, diskusi dan lain-lain. (Munastiwi, 2019, p. 254)

Pada dasarnya, segala media yang memungkinkan untuk berkomunikasi dapat dijadikan alat hubungan masyarakat, termasuk segala jenis app/media sosial. Media sosial sebenarnya dapat digunakan

dengan lebih mudah dan efisien tanpa mempertimbangkan tempat dan waktu.

Instagram

Instagram merupakan aplikasi media sosial yang sangat populer. Karena fitur-fiturnya yang memfokuskan berbagi foto dan video dengan menarik dan mudah. Kata Instagram diambil dari dua kata yaitu *insta* dan *gram*. *Insta* berarti *instan* atau cepat artinya dapat mengolah dan berbagi foto dengan cepat dan bagus. *Gram* berarti mengirimkan informasi dengan baik. Menurut Mahendra Instagram adalah platform berbagi foto dan video singkat yang memberikan pengguna untuk mengambil foto, mengedit filter digital dan membagikannya ke media sosial. (Mahendra, 2017, p. 158)

Instagram adalah media sosial yang dirilis pada tanggal 6 oktober 2010 yang dikembangkan oleh Mike Krieger dan Kevin Syntrom dengan Burb.inc sebagai perusahaannya. Kemudian, Facebook mengambil alih instagram dengan nilai hampir \$1 Miliar pada 9 April 2012. Instagram semakin berkembang dan banyak pengguna memilih media ini untuk berbagi foto dan video. Tercatat pada kuartal pertama tahun 2017 ada 500 juta pengguna aktif media instagram. (Yusuf, 2017) Seiring berjalannya waktu, media instagram tidak hanya digunakan untuk berbagi foto dan video saja. Pengguna dapat memanfaatkan media ini sebagai aktivitas untuk mengetahui tren yang sedang berkembang, untuk keperluan perdagangan dan bisnis, untuk mengikuti tokoh terkenal, untuk melihat informasi atau berita dan sebagai sarana komunikasi dengan pihak lain, seperti mengomentari foto atau video yang dibagikan.

Ada dampak positif dan negatif dalam menggunakan media instagram. Pengguna dapat memanfaatkan media ini untuk menggali informasi edukatif, seperti akun @kreatips yang sering memposting tutorial pemanfaatan media bekas, @indozone yang memposting berita terbaru dan akun-akun lainnya. Sebaliknya, dampak negatif dari penggunaan instagram yaitu munculnya perilaku konsumtif dan boros. (Rohmah, 2019)

Ada delapan fitur yang dapat dimanfaatkan oleh pengguna instagram. Fitur-fitur tersebut peneliti rangkum sebagai berikut:

a. *Follow*

Fitur ini memungkinkan pengguna untuk mengikuti oleh akun lain, sekaligus diikuti oleh yang lain, dikenal sebagai *followers*. Dengan mengikuti akun lain kita dapat melihat foto atau video yang dibagikan secara langsung. Komunikasi dapat terjalin dengan memberikan *feedback*, berupa tanda *like* dan komentar terhadap foto yang diunggah pengguna yang diikuti.

b. Berbagi foto dan video

Fungsi utama media instagram adalah berbagi foto atau video dengan pengguna lainnya. Foto dapat diperoleh melalui media instagram sendiri dengan kamera *iDevice* atau dari album *smartphone*. Pengguna dapat mengunggah foto dan video tanpa

dibatasi jumlah. Namun, durasi video yang diunggah di instagram dibatasi maksimal 1 menit.

c. Edit foto

Pengguna media instagram dapat memberikan efek tertentu pada foto sebelum diunggah, seperti efek *clarendon* untuk foto lebih bercahaya dan alami. Pengguna juga dapat mengatur warna foto yang dikehendaki, melakukan efek *tilt-shift* untuk memfokuskan objek tertentu pada foto, dan memutar foto yang dikehendaki.

d. *Arroba*

Arroba merupakan fitur untuk menyinggung pengguna lain ketika melakukan komentar atau *caption* pada foto atau video. Seperti halnya facebook, penggunaan fitur ini dilakukan dengan tanda @ dan menuliskan nama pengguna akun instagram lainnya. *Arroba* difungsikan untuk berkomunikasi dengan pengguna lain yang disinggung.

e. Tagar

Tagar merupakan label pada foto untuk mempermudah bagi para pengguna untuk mencari foto dengan kata yang digunakan. Jika para pengguna ingin fotonya mudah ditemukan, maka saat akan mengunggah diberikan label # dan memasukkan kata kuncinya. Kata kunci dapat berupa informasi dari foto atau merk tertentu. Sehingga, label ini merupakan cara terbaik dalam mempromosikan barang melalui foto dalam instagram.

f. *Geotaging*

Geotaging merupakan meta data geografis yang diidentifikasi dalam foto atau situs web. Foto tersebut dapat secara otomatis terdeteksi lokasi dimana pengambilan foto atau dimana foto itu diunggah. Cara mengfungsikan *geotaging* yaitu dengan mengaktifkan GPS dalam *smartphone* pengguna.

g. Popular

Popular merupakan tempat kumpulan berbagai foto atau video dari seluruh dunia. Popular tersebut ditampilkan pada halaman tertentu berupa foto atau video yang berganti setiap hari. Secara tidak langsung, jika suatu foto masuk ke popular maka berbagai pengguna dari seluruh dunia dapat melihat foto tersebut. Saat ini popular memiliki berbagai kategori, seperti kuliner, komik, humor, bisnis dan lainnya.

h. Tanda *like*

Seperti halnya *facebook*, tanda *like* pada instagram memiliki tujuan yang sama. Namun tanda *like* di instagram menentukan apakah foto atau video tersebut popular atau tidak.

Hasil Dan Pembahasan

KB Al-Azkiya Purwokerto merupakan lembaga pendidikan PAUD yang berlokasi di Jl. A. Yani No. 40 A Purwanegara, Kecamatan Purwokerto, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah. Berdasarkan hasil wawancara, awal mula pemanfaatan media instagram dilatar belakangi oleh kurangnya promosi dan lokasi bangunan yang tidak strategis. dengan area sekitar 15 x 7 meter, bangunan KB Al-Azkiya berada tepat

didalam kampus IAIN Purwokerto. Bagian timur terhalang bangunan Laboratorium Agama, bagian barat terhalang kafetaria, bagian utara terhalang pagar tembok setinggi 1,5 meter dan bagian selatan terdapat bangunan kelas dan akses jalan dengan lebar 1 meter. Dengan kondisi lokasi tertutup, banyak orang tua disekitar lembaga tidak mengetahui dan melihat adanya Lembaga PAUD disana. Sedangkan KB Al-Azkie dalam melakukan promosi tidak efektif. Ketika KB Al-Azkie melakukan promosi dengan media Banner didepan kampus, seringkali banner tersebut ditutupi oleh banner lain pada hari berikutnya. Sehingga terjadi tumpang tindih antara kepentingan kampus dan lembaga. Kemudian tercetuslah ide untuk memanfaatkan media instagram dimana KB Al-Azkie mulai mengunggah pada 11 Juli 2018.

Promosi yang dilakukan oleh KB Wadas Kelir melalui media Instagram terbukti berhasil. Peserta didik yang awalnya sedikit mulai bertambah dari tahun ketahun. Peserta didik yang awal mula 8 anak pada tahun ajaran 2017-2018 meningkat menjadi 20 peserta didik pada tahun ajaran 2019-2020. Hal ini karena KB Al-Azkie mengunggah foto kegiatan yang disertai dengan literasi yang baik, sehingga masyarakat tertarik untuk menyekolahkan anaknya di KB Al-Azkie. Hal ini sebenarnya merupakan bagian dari *branding school*, sebagaimana Muhardi bahwa *Branding school* merupakan upaya yang dilakukan untuk mencitrakan sekolah agar dikenal oleh masyarakat. (Muhardi, 2007: 26) Terhitung pada tanggal 10 Mei 2020 ada 222 *followers*, 342 mengikuti, 177 postingan dan 2 *sorotan*. Lihat pada gambar 1:



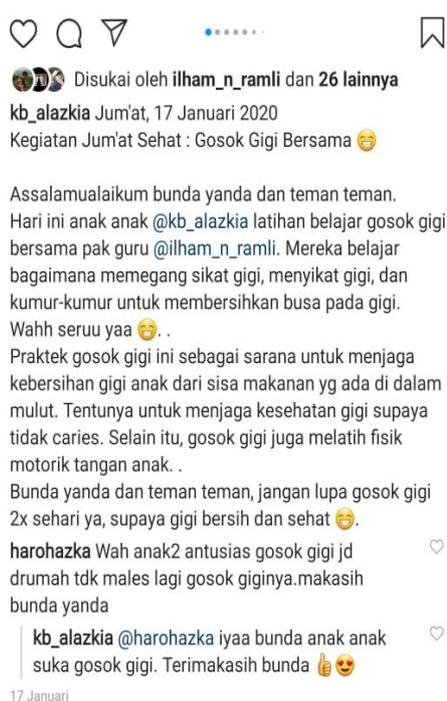
Gambar 1

Sumber instagram @kb_alazkia, 2020

Adapun perencanaan yang dilakukan KB Al-Azkie dalam memanfaatkan Instagram, yaitu menunjuk admin Instagram,

merancang *jobdes* dan menganggar besaran dana subsidi bagi admin untuk mengelola Instagram. Admin berkoordinasi dengan kepala sekolah mengenai gagasan dalam membangun media Instagram. Misalnya, bagaimana mencari *followers*, Admin tidak hanya menyasar Orangtua murid, namun berbagai kalangan masyarakat, khususnya disekitar KB Al-Azki dengan melabeli foto, foto apa saja yang dapat diunggah dan lain-lainnya. Pelaksanaan dimulai dengan admin mengambil *moment* yang memiliki nilai cerita, mengedit foto via instagram agar memiliki nilai estetik, membuat literasi yang berkaitan dengan foto sebagai *caption*, melabeli foto dengan tagar dan tempat pengambilan foto dan membagikan link ke grup-grup Orangtua agar memberikan *feedback*. Evaluasi dilakukan dengan membahas tentang bagaimana pelaksanaan

Seiring berjalannya waktu, KB Al-Azki mulai memanfaatkan media instagram untuk lebih meningkatkan hubungan Orangtua dan sekolah. KB Al-Azki tidak hanya mengunggah kegiatan peserta didik, namun juga mulai mengunggah foto hasil tugas yang disertai peserta didiknya. Setelah memposting foto di media instagram, KB Al-Azki membagikan foto ke grup paguyuban wali murid di Whatsapp, sehingga para wali murid dapat memberikan *feedback* baik berupa *like* maupun komentar. Orangtua merasa senang manakala anaknya mampu menyelesaikan tugas yang diberikan serta foto tersebut diabadikan di Instagram. Lihat gambar 2 dan 3 sebagai berikut:



Gambar 2
Sumber instagram @kb_alazkia, 2020



Pada postingan diatas, Jum'at 17 Januari 2020, dapat dilihat bahwa anak-anak melakukan sesi foto setelah gosok gigi. Admin instagram memberitakan kegiatan itu dengan literasi yang singkat dan padat. Literasi tersebut menggambarkan kegiatan anak-anak, tujuan atau hasil dari kegiatan tersebut. Orangtua atau pengguna instagram lainnya dapat memberikan dukungan berupa *like* dan komentar. Pada gambar menunjukkan akun @harohazka yang merupakan orangtua murid, memberikan pujian pada kegiatan sekolah "wahh anak2 antusias gosok gigi dirumah, tidak malas lagi gosok giginya. Makasih Bunda Yanda." Tulisnya. (Instagram, @kb_alzkia).



Gambar 4

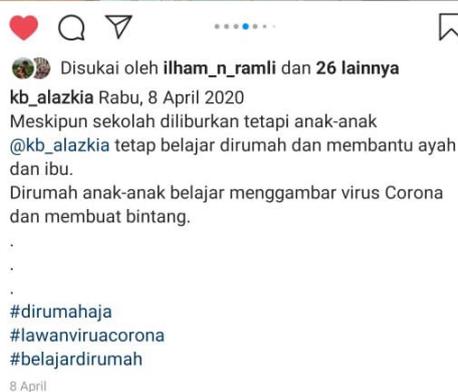
Sumber instagram @kb_alazkia, 2020



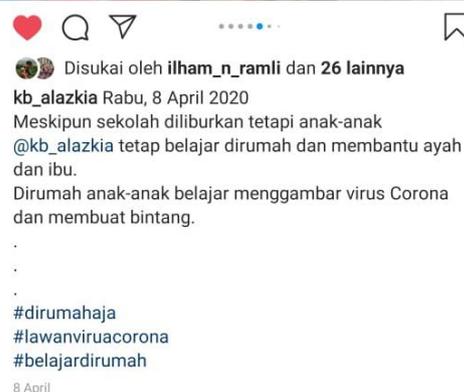
Gambar 5

Pada gambar 4 dan 5, KB Al-Azokia memposting foto kegiatan mengunjungi perpustakaan IAIN Purwokerto pada tanggal Senin 9 Sepetember 2019. KB Al-Azokia menggambarkan kegiatan *outing class* mengunjungi perpustakaan dari berkeliling sampai diberikan hadiah saat akan selesai. Dari postingan itu, KB Al-Azokia melabeli foto dengan tagar berupa #paudindonesia, #paudceria, #paudpurwokerto, #kampusijopwt dan #perpustakaaniainpwt. Adanya label ini bertujuan agar memudahkan pengguna lain dalam mencari label yang dikehendaki. Postingan tersebut juga ada *feedback* dari pengguna lain, terhitung ada 47 *like* dan beberapa komentar. Selain itu, jika ditinjau dari pandangan Gunawan, postingan tersebut termasuk bagian dari *branding school*, dimana Gunawan juga mengemukakan bahwa *branding school* ini tidak dimaksudkan mengemas hal yang tidak baik dari madrasah agar terkesan baik, akan tetapi mengemas hal yang baik yang telah dilaksanakan madrasah agar diinformasikan pada masyarakat. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa apa yang telah

diperbuat madrasah dengan baik dibuat senyata mungkin kepada publik atau masyarakat, sehingga citra madrasah terkesan baik dan kegiatan madrasah terkesan berjalan dengan baik. Dalam hal ini, KB Al-Azki telah melaksanakan prinsi dari upaya *branding school* yang terkesan tidak melebihi-lebihkan kegiatan diatas. (Sholihah, 2018)



Gambar 6



Gambar 7

Sumber instagram @kb_alazkia, 2020

Saat kegiatan disekolah diliburkan, KB Al-Azki tetap memberikan arahan kepada orangtua berupa tugas yang berkaitan dengan perkembangan anak. dalam wawancara, KB Al-Azki memberikan tugas tiap minggu dengan pengumpulan pada hari senin. Hasil tugas tersebut kemudian diposting di media instagram . Pada gambar 6 dan 7, KB Al-Azki memposting hasil tugas anak-anak berupa menggambar *stop covid 19* dan gambar binatang. KB Al-Azki mengajak masyarakat untuk tetap dirumah dan tetap belajar dirumah dengan tagar #dirumahaja, #lawanviruscorona dan #belajardirumah.

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa ada peningkatan hubungan antara orangtua dan sekolah dengan media instagram. Adapun bentuk-bentuk hubungan orangtua dan sekolah melalui media instagram, yaitu sekolah memposting berita kegiatan dengan foto, sedangkan orangtua dapat membaca kegiatan peserta didik di media instagram, adanya timbal balik berupa dialog singkat dalam bentuk komentar dimedia instagram, mendorong orangtua

untuk membimbing anak dirumah dengan tugas-tugas yang diberikan oleh sekolah, sebab hasil karya anak akan diposting dimedia instagram dan meningkatkan kepercayaan orangtua kepada sekolah dengan foto-foto kegiatan disekolah yang diunggah di media instagram. Dengan demikian, media instagram dapat membantu sekolah untuk meningkatkan hubungannya dengan orangtua.

4. Kesimpulan

Pemanfaatan media instagram dapat digunakan sebagai cara untuk memperkenalkan suatu lembaga kepada masyarakat luas. Selain itu, media instagram dapat digunakan sebagai wadah untuk mempererat hubungan sekolah dengan orang tua. Agar pemanfaatan instagram berjalan secara optimal, lembaga perlu memposting konten yang menarik disertai dengan memaksimalkan fitur-fitur yang ada didalam instagram, dan menggunakan literasi yang baik, yang menggambarkan kejadian dari postingan tersebut. Lembaga juga perlu membagikan postingan tersebut ke grup *whatsapp*, agar mereka memberikan *feedback* berupa komentar atau *like*. Dalam hal ini, hubungan sekolah dan orangtua murid diharapkan akan semakin meningkat.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih saya haturkan kepada dosen saya Ibu Dr. Erni Munastiwi, M.Pd. yang telah memberikan dorongan dan bimbingan dalam membimbing artikel ini, serta merujuk sumber-sumber refrensi tentang manajemen hubungan masyarakat dalam lembaga Pendidikan Anak Usia Dini. Ucapan terima kasih saya haturkan juga kepada Bapak Dr. Zuhri dan Ibu Dr. Maemonah, M.Ag., yang telah banyak memberikan bimbingan dan ilmu selama mengabdikan di Pondok Pesantren Al-Risalah Yogyakarta, serta memberi masukan mengenai ilmu-ilmu ke-PAUD-an. Ucapan terima kasih juga saya haturkan kepada Kak Ilham yang telah memberikan data-data informatif mengenai manajemen humas di lembaga KB AL-Azkiya.

Refrensi

- Albi Anggito, J. S. (2018). Metodologi penelitian kualitatif (Vol. 1). Sukabumi: CV Jejak.
- Hakim, M. N. (2019). Manajemen Hubungan Masyarakat Dalam Mengembangkan Lembaga Pendidikan (Studi Kasus di SMK Negeri 1 Dlanggu Mojokerto). *Nidhomul Haq: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 4(1), 121-139.
- Mahendra, B. (2017). Eksistensi Sosial Remaja Dalam Instagram (Sebuah Perspektif Komunikasi). *Jurnal Visi Komunikasi*, 16(1), 151.
- Maimunah, M., & Mardiah, M. (2019). Peranan Hubungan Masyarakat Di Sekolah. *Al-Afkar: Jurnal Keislaman & Peradaban*, 7(2), 81-103. <https://doi.org/10.32520/AFKAR.V7I2.256>
- Mesiono. (2017). Manajemen Pendidikan Raudhatul Athfal (RA)

- Pengantar Teori dan Praktik. Jakarta: Prenada Media Group.
- Munastiwi, E. (2018). Manajemen Ekstrakurikuler Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD). *MANAGERIA: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 3(2), 369-.
- Munastiwi, E. (2019). Manajemen Lembaga PAUD Untuk Pengelola Pemula. Yogyakarta: CV. Istana Agency.
- Mustafa, Pinton Setya Dkk. (2020). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Tindakan Kelas. Malang: Universitas Negeri Malang
- Nurfazira, & Afriansyah, H. (2019). Artikel Administrasi Hubungan Sekolah dan Masyarakat. 1. INA-Rxiv Papers . Retrieved August 6, 2021. <https://doi.org/10.31227/OSF.IO/FHNWZ>
- Puspitasari, R. (2016). Kontribusi Empirisme Terhadap Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial. *Edueksos: Jurnal Pendidikan Sosial & Ekonomi*, 1(1).
- Raco, J. (2018). Metode penelitian kualitatif: jenis, karakteristik dan keunggulannya. *OSF Preprints*. Retrieved August 6, 2021. <https://doi.org/10.31219/OSF.IO/MFZUJ>
- Rohmah, L. N. (2019). Pengaruh Instagram Online Store Dan Konformitas Terhadap Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 7(3).
- Rukin. (2019). Metodologi Penelitian Kualitatif. Sulawesi Selatan Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia.
- Sholihah, T. (2018). Strategi Manajemen Humas Dalam Menciptakan School Branding Pada Sekolah Islam Terpadu. *J-MPI (Jurnal Manajemen Pendidikan Islam)*, 3(2), 72-84.
- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods). Bandung: Alfabeta.
- Sulfemi, W. B. (2019). *Manajemen Kurikulum Di Sekolah*. INA-Rxiv. Retrieved August 6, 2021. <https://doi.org/10.31227/OSF.IO/9A7YR>
- Tap MPR Nomor II/MPR/1993 tentang Garis-garis Besar Haluan Negara (GBHN)*. (1993). Bina Pustaka Tama. (n.d.).
- Yusuf. (2017). Naik 100 Juta, Berapa Jumlah Pengguna Instagram Sekarang? *KOMPAS.com*. Retrieved May 22, 2020, from <https://tekno.kompas.com/read/2017/09/29/06304447/naik-100-juta-berapa-jumlah-pengguna-instagram-sekarang>.