

INOVASI *PUBLIC RELATION* MELALUI PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL KEKINIAN

Siti Aimah¹, Lailatuz Zahro²

e-mail: sitiainmah1@iaida.ac.id¹, lailatuzzahro631@gmail.com²

Prodi Manajemen Pendidikan Islam
Institut Agama Islam Darussalam Blokagung Banyuwangi

Abstrak

Tujuan yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah : (1) Mengetahui implementasi pemanfaatan media sosial dalam inovasi *public relation* dalam upaya meningkatkan eksistensi MA al-Amiriyyah Blokagung; (2) Mengetahui faktor-faktor dalam inovasi *public relations* guna meningkatkan eksistensi MA al-Amiriyyah Blokagung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Inovasi *public relations* melalui pemanfaatan media sosial untuk meningkatkan eksistensi MA al-Amiriyyah Blokagung tahap pertama ialah perencanaan, yang mana dalam perencanaan tersebut meliputi (1) Musyawarah wakil kepala humas dan pengelola media sosial (2) Perancangan pengelolaan media sosial MA al-Amiriyyah Blokagung, tahap kedua ada pengorganisasian yang di dalamnya meliputi (1) Perekrutan tim pengelola penanggung jawab media sosial (2) Penetapan tanggung jawab terhadap tim pengelola (3) Pembinaan terhadap pengelola media sosial, tahap ketiga yakni pelaksanaan yang mana didalamnya meliputi (1) Mengaktifkan media sosial MA al-Amiriyyah Blokagung yang masih minim dikenal publik (2) Melaksanakan pengelolaan pemanfaatan media sosial, dan tahap terakhir yakni evaluasi yang di dalamnya terdapat (1) Rapat evaluasi pemanfaatan media sosial (2) Laporan pengelolaan media sosial.

Kata Kunci : *Public Relation*, Media Sosial, Eksistensi.

Abstract

The objectives set in this study are: (1) Determine the implementation of the use of social media in public relations innovations in an effort to improve the existence of MA al-Amiriyyah Blokagung; (2) Find out the factors in public relations innovation to improve the existence of MA al-Amiriyyah Blokagung. From the word ex means to come out and sistere which means to appear or arise. Public relations innovation through the use of social media to increase the existence of MA al-Amiriyyah Blokagung the first stage is planning, which in the

planning includes (1) Deliberation of the deputy head of public relations and social media managers (2) Design of social media management of MA al-Amiriyyah Blokagung, the second stage is organizing which includes (1) Recruitment of the management team in charge of social media (2) Determination of responsibility for the management team (3) Guidance for social media managers, the third stage is implementation which includes (1) Activating social media MA al-Amiriyyah Blokagung which is still minimally known to the public (2) Carries out the management of the use of social media, and the last stage is an evaluation which includes (1) An evaluation meeting on the use of social media (2) Reports on social media management.

Keywords: Public Relations, Social Media, Existence.

A. Pendahuluan

Public relation adalah seni yang menciptakan pengertian publik yang lebih baik sehingga dapat memperdalam kepercayaan publik terhadap suatu individu atau organisasi. Dengan adanya inovasi *public relation* maka sebuah lembaga yang dikelola akan lebih dikenal dikalangan masyarakat serta lembaga pendidikan lainnya. Inovasi *public relation* dapat dilakukan dengan berbagai macam kreativitas individu atau kelompok suatu lembaga pendidikannya. Salah satunya melalui media sosial yang lembaga pendidikan tersebut miliki.

Menurut Rosady (2016:12) Media sosial sangat mempengaruhi *public relation* dalam perkembangannya, selain dikatakan sebagai penyebaran informasi yang merakyat, media sosial juga dapat menggugah ketertarikan masyarakat pada lembaga pendidikan yang dikenalkannya. Karena banyak sekali macam media sosial yang dapat membantu meng optimalkan *public relation* dalam perkembangannya. Tidak hanya berupa media visual tetapi juga audio visual, sehingga peminat atau konsumen dapat memahami secara langsung tentang lembaga pendidikan yang dikenalkan.

Membentuk unit *public relation* yang efektif dan efisien harus dilandasi dengan kemampuan membangun media *relations* yang kuat. Terlebih keadaan media saat ini pada pada era kebebasan pers memiliki kemandirian dan bebas dari pengendalian kekuasaan negara, sebagaimana yang berlaku dalam model pers pembangunan. Oleh karena itu, media sosial sangat dibutuhkan adanya oleh Humas Kementerian. Berdasarkan pengamatan sementara, Madrasah Aliyah al-Amiriyyah Blokagung

dalam inovasi *public relation* menggunakan media sosial yaitu facebook, instagram, twitter, dan youtube yang bermanfaat dalam mencapai tujuannya untuk meningkatkan eksistensi Madrasah Aliyah al-Amiriyyah Blokagung disetiap tahun pembelajaran, berupa publikasi dan promosi kegiatan maupun prestasi, sehingga meningkatkan minat masyarakat dan calon peserta didik untuk masuk pada Penerimaan Siswa Dan Peserta Didik Baru.

Eksistensi merupakan suatu keberadaan atau dapat bermakna ada. Eksistensi harus selalu terbangun dengan baik juga mengalami peningkatan disetiap tahunnya, karena semua lembaga pendidikan memiliki tujuan atau target yang sama, yakni meningkatkan eksistensi lembaganya masing-masing. Madrasah Aliyah al-Amiriyyah Blokagung dapat meningkatkan eksistensinya yakni dengan cara melakukan inovasi dalam *public relation*nya, yakni melalui pemanfaatan media sosial yang Madrasah Aliyah al-Amiriyyah Blokagung kelola sejak tahun 2018 lalu. Upaya tersebut dapat menghasilkan hasil yang terus berkembang pesat disetiap tahunnya.

Selain berinteraksi dengan wali murid tentang masalah-masalah atau perkembangan yang dialami siswa/i disekolah dengan melalui media sosial berupa whats app, Madrasah Aliyah al-Amiriyyah Blokagung juga memanfaatkan media sosial yang dimilikinya untuk berinteraksi dengan masyarakat luar (yang lebih luas cakupannya). Seperti mengagendakan quotes keislaman tentang motivasi dari kepala Madrasah Aliyah al-Amiriyyah Blokagung serta dewan guru lainnya melalui media sosialnya yang berupa instagram dalam kurun waktu 2 hari sekali. Mencantumkan event-event penting serta menarik pada media sosialnya yang berupa youtube, facebook, juga media sosial lainnya.

Masyarakat mempunyai pengaruh yang sangat kuat terhadap lembaga pendidikan serta individu-individu lain yang berada didalam lembaga pendidikan tersebut. Masyarakat yang melingkupi sekolah ini merupakan masyarakat yang kompleks, terdiri dari kelompok-kelompok kecil dengan ciri-ciri kolektif yang dimilikinya. Setiap lembaga pendidikan pasti mempunyai harapan khusus untuk meningkatkan eksistensi lembaganya masing-masing, meliputi publik sasaran, tujuan, program, kurikulum, dan lain sebagainya. Sebab itu perlu dibangun kerja sama yang baik antara lembaga pendidikan dengan masyarakat, yakni dengan cara

melibatkan orang tua juga masyarakat. Maka dalam hal ini kepala sekolah mempunyai peranan untuk menghimpun dan menggerakkan sumber daya didalam bekerja sama dengan masyarakat pendidikan yang lebih luas. Tujuan pokok inovasi *public relation* terhadap lembaga pendidikan adalah untuk memungkinkan masyarakat atau orang tua dan warga wilayah berpartisipasi aktif dalam seluruh kegiatan lembaga pendidikan. Hubungan ini mendorong orang tua untuk terlibat dalam proses pendidikan melalui kerja sama dengan seluruh publik dalam sebuah lembaga pendidikan, yakni Madrasah Aliyah al-Amiriyyah Blokagung Banyuwangi. Kepala Madrasah Aliyah al-Amiriyyah Blokagung dan Wakil Kepala Madrasah Bidang Humas telah menjalankan interaksi atau kerja sama tersebut selama 3 tahun lamanya. Sehingga pemanfaatan media sosial dalam inovasi *public relation* dikatakan penting untuk meningkatkan eksistensi Madrasah Aliyah al-Amiriyyah Blokagung Banyuwangi.

Dalam upaya meningkatkan eksistensi lembaga pendidikan, Madrasah Aliyah al-Amiriyyah Blokagung harus melakukan banyak inovasi agar tetap terjaganya eksistensi Madrasah Aliyah al-Amiriyyah Blokagung, terkait kegiatan, program-program madrasah dan segala bentuk perubahan yang lain dengan menjalin hubungan baik dengan publik atau masyarakat yang cakupannya lebih luas.

Dikaitkan dengan inovasi *public relation*, dapat disimpulkan bahwa tidak akan ada sebuah lembaga pendidikan yang akan meningkat eksistensi lembaganya serta dapat menyandang citra baik dalam masyarakat juga lembaga pendidikan lainnya tanpa upaya melakukan perubahan dalam mencapai tujuan lembaga pendidikannya tersebut.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, rumusan masalah pada penelitian ini adalah : 1) Bagaimana Implementasi pemanfaatan media sosial dalam inovasi *public relations* untuk meningkatkan eksistensi MA al-Amiriyyah Blokagung; 2) Apa saja faktor-faktor dalam inovasi *public relations* untuk meningkatkan eksistensi MA al-Amiriyyah Blokagung?

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif, karena tidak mencakup data-data yang berbentuk angka juga menggunakan model pendekatan kualitatif

sebagai hasil penelitian yang dipaparkan untuk menjadi jawaban dari rumusan masalah penelitian sebagaimana bentuk pemaparan yang dilihat, didengar, dirasakan, serta ditanyakan pada objek yang terkait guna mendapatkan data secara faktual.

Pada penelitian ini peneliti memfokuskan pada bidang *public relation* yang mempengaruhi Madrasah Aliyah al-Amiriyyah Blokagung Banyuwangi dalam meningkatkan eksistensinya (lebih unggul) dalam masyarakat juga lembaga pendidikan yang setara dengannya. Dengan mengumpulkan data – data berbentuk deskriptif, yakni dengan bentuk pemaparan dari hasil wawancara pada pihak manajemen humas Madrasah Aliyah al-Amiriyyah Blokagung juga staf atau guru yang juga terkait dibidangnya. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang menggambarkan sifat-sifat atau karakteristik suatu individu, keadaan, gejala, atau kelompok tertentu. Digunakannya metode penelitian yang berbentuk deskriptif kualitatif ini tujuannya ialah sebagai penunjang atau alat untuk mengembangkan juga meningkatkan citra Madrasah Aliyah al-Amiriyyah Blokagung Banyuwangi. Dengan demikian, shasil penelitian ini nantinya akan sangat berguna untuk dijadikan bahan juga perubahan untuk kemajuan Madrasah Aliyah al-Amiriyyah Blokagung kedepannya.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini, peneliti menggunakan:

1. Wawancara

Dalam penelitian kualitatif, wawancara diperlukan untuk mendapatkan data-data terkait penelitian, sebelum melakukan observasi dan dokumentasi, langkah awal dari penelitian dengan model pendekatan kualitatif adalah wawancara.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan wawancara dengan jenis wawancara terstruktur, yakni peneliti telah menentukan masalah-masalah dalam penelitian yang nantinya akan ditanyakan pada pihak yang terkait dengan objek penelitian yang akan dikaji.

Dalam hal ini peneliti menanyakan langsung pada pihak terkait objek masalah yang akan diteliti. Rumusan masalah yang sesuai dengan permasalahan yang nantinya akan dijadikan data awal penelitian. Pertanyaan wawancara digunakan sebagai pedoman penelitian dalam pertanyaan-pertanyaan terkait penelitian inovasi *public relation* melalui pemanfaatan media sosial kekinian

untuk meningkatkan eksistensi Madrasah Aliyah Al Amiriyyah Blokagung Banyuwangi.

2. Observasi

Dalam penelitian jenis deskriptif peneliti membutuhkan adanya observasi untuk tahap kedua melakukan penelitian setelah dilakukannya wawancara pada pihak terkait objek kajian yang akan diteliti. Observasi sebagai temuan data yang diolah untuk kemudian diteliti ditempat penelitian. Dalam hal ini peneliti melakukan observasi dengan memilah rumusan masalah atau pertanyaan-pertanyaan yang kemudian dikaitkan dengan lokasi penelitian atau permasalahan faktual yang ada di lokasi penelitian yang nantinya penting untuk diteliti.

3. Dokumentasi

Pengambilan dokumentasi dalam penelitian dilakukan secara berkala, dari waktu dimulainya wawancara, observasi, hingga melakukan penelitian. Tujuan dokumentasi adalah untuk melengkapi data-data penelitian, untuk menunjukkan bukti faktual telah dilakukannya penelitian di lokasi penelitian. Data-data primer terkait gambar objek yang diteliti berupa gambar media sosial yang Madrasah Aliyah al-Amiriyyah Blokagung gunakan dalam inovasi *public relation*nya.

Dalam penelitian dengan model pendekatan kualitatif ini peneliti memeriksa keabsahan data menggunakan model triangulasi yakni peneliti mengumpulkan data sekaligus memeriksa kebenaran sesuatu yang diteliti di lokasi penelitian. Ada empat macam triangulasi dalam teknik pemeriksaan untuk mencapai keabsahan diantaranya:

1. Trianggulasi Data

Trianggulasi data dilakukan untuk mengoreksi keabsahan data yang diperoleh selama melakukan penelitian di Madrasah Aliyah al-Amiriyyah Blokagung. Dimana perolehan datanya melalui hasil wawancara, observasi hingga selesai dilakukannya penelitian. Mengenali kebenaran informan melalui berbagai metode dan sumber data, dalam hal ini selain wawancara dan observasi peneliti menggunakan observasi terlibat, dokumen tertulis, dokumen sejarah, arsip, catatan resmi, catatan pribadi dan gambar atau foto.

2. Trianggulasi Teori

Setelah menggunakan trianggulasi data, peneliti juga harus menggunakan

triangulasi teori untuk memeriksa keabsahan data yang diperoleh dari hasil penelitian. Karena dikatakan rumusan informasi yang nantinya dibandingkan dengan perspektif teori yang relevan untuk menghindari ketidakvalidan peneliti atas temuan atau kesimpulan yang dihasilkan dari hasil penelitian.

3. Triangulasi Metode

Setelah menggunakan triangulasi teori, peneliti masih diperlukan untuk memeriksa keabsahan datanya melalui triangulasi metode, yakni dengan tujuan untuk membandingkan informasi atau data yang diperoleh dari hasil penelitian dengan cara yang berbeda guna memperoleh kebenaran informasi yang benar dan gambaran yang utuh.

4. Triangulasi Pengamat

Setelah menggunakan ketiga triangulasi guna memeriksa keabsahan data hasil penelitian. Peneliti perlu mencantumkan adanya triangulasi pengamat. Karena adanya pengamat di luar peneliti yang turut memeriksa hasil pengumpulan data dalam penelitian ini mengetahui secara faktual objek kajian dari masalah yang diteliti, seperti pembimbing yang bertindak sebagai pengamat, yang memberikan masukan terhadap hasil pengumpulan data. Oleh karena itu triangulasi pengamat dibutuhkan guna untuk menyesuaikan hasil penelitian dengan objek kajian yang diteliti secara faktual juga relevan.

Analisis data dilakukan guna untuk memperoleh data-data yang berupa catatan hasil penelitian lapangan, dokumen, serta profil tempat yang diteliti, yakni madrasah Aliyah al-Amiriyyah Blokagung. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan analisis interaktif 3 model yang meliputi :

1. Reduksi Data

Model reduksi data dalam penelitian jenis deskriptif ini peneliti memilah data-data penting yang ada kaitannya dengan tema penelitian yang faktual. Model reduksi data dilakukan sebelum melakukan penyajian data, karena data yang diperoleh dari hasil penelitian harus relevan dengan permasalahan yang ada dilokasi penelitian.

2. Penyajian Data

Penyajian data dilakukan setelah reduksi data, setelah data-data hasil penelitian dipilah dan sudah relevan dengan permasalahan atau objek yang dikaji

dilokasi penelitian, maka model analisis selanjutnya ialah penyajian data. Penyajian data berbentuk rangkuman hasil penelitian berupa hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi. Karena peneliti menggunakan jenis penelitian deskriptif, maka peneliti memaparkan data-data yang diperoleh dari hasil penelitian secara faktual dan relevan dengan masalah yang diteliti dilokasi penelitian.

3. Penarikan Kesimpulan

Setelah data yang sesuai disajikan dalam bentuk paparan, maka model analisis data yang selanjutnya ialah penarikan kesimpulan. Data-data dari hasil penelitian yang telah disajikan disimpulkan dengan didukung oleh teori-teori pakar yang dicantumkan pada kajian teori terkait permasalahan yang diteliti.

Penarikan kesimpulan merupakan Pengambilan langkah akhir dari teknik pengumpulandata yang telah diklasifikasikan dan dipaparkan atau telah disajikan rapi, yang kemudian dipilah data-data hasil penelitian yang akan dijadikan sumber data penelitian dan selanjutnya dijadikan pedoman untuk mencari data-data baru yang diperlukan.

C. Hasil Dan Pembahasan

1. Implementasi Pemanfaatan Media Sosial Dalam Inovasi *Public Relations* Untuk Meningkatkan Eksistensi MA al-Amiriyyah Blokagung

a. Perencanaan Inovasi *Public Relations*

a) Musyawarah Wakil Kepala Humas dan Pengelola Media Sosial

Sebelum penetapan konsep Inovasi *Public Relations* Wakil Kepala Humas mengadakan rapat yang dihadiri oleh Kepala Madrasah, pengelola media sosial, serta staf yang bersangkutan dengan *public relations*, kemudian dalam rapat ditemukan disampaikan inovasi terkait kebijakan berupa pemanfaatan media sosial yang akan diberlakukan, selanjutnya merumuskan bentuk pengelolaannya, sehingga menghasilkan penetapan pengelolaan media sosial dengan yang sedemikian rupa. Dalam ruang lingkup manajemen menurut Terry mengatakan bahwa manajemen merupakan proses khas yang terdiri atas perencanaan, pengorganisasian, penggerakan, pengendalian serta

evaluasi. Definisi tersebut sama dengan yang dikemukakan oleh Kasali dalam buku Manajemen *Public Relations* (2005:1). Tahapan yang pertama yakni perencanaan, merupakan sebuah tahapan yang penting untuk menjalankan inovasi *public relation* agar menghasilkan tujuan yang diinginkan. Oleh karena itu ada beberapa perencanaan sebelum menerapkan inovasi *public relations* di MA al-Amiriyyah Blokagung.

b. Perancangan Pengelolaan Media Sosial MA al-Amiriyyah

Setelah diadakannya rapat oleh Wakil Kepala Humas, tahapan inovasi *public relations* yang pertama ialah perancangan pengelolaan media sosial, dalam perumusan perancangan inovasi ini melibatkan kepala madrasah, team pengelola media sosial, serta staf terkait *public relation* yang kemudian hasilnya mempunyai proses, yakni tim pengelola media sosial berkoordinasi langsung dengan wakil kepala humas tentang media-media sosial yang akan diaktifkan kemudian dikelola oleh MA al-Amiriyyah Blokagung Banyuwangi. Hal ini sesuai dengan definisi *public relations* dalam teori manajemen yang dikemukakan oleh Soemirat dan Ardianto, 2003:14, ia mengatakan bahwa membangun citra dengan komunikasi itu dibutuhkan adanya tahap perancangan.

c. Pengorganisasian Inovasi *Public Relations*

a) Perekrutan tim pengelola penanggung jawab media sosial

Terkait tim pengelola media sosial, wakil kepala humas tidak serta merta merekrut team pengelola media sosial, sebelumnya team pengelola terpilih telah dimusyawarahkan dan dipilah sesuai keahliannya masing-masing dalam tanggung jawabnya untuk mengelola atau memanfaatkan media sosial yang dimiliki yang tujuannya untuk dijadikan inovasi *public relations* untuk meningkatkan eksistensi MA al-Amiriyyah Blokagung itu sendiri. Dalam ilmu manajemen, setelah adanya perencanaan, perancangan, maka tahap selanjutnya yakni pengorganisasian. Hal ini sesuai dengan kontribusi pengorganisasian dengan pemanfaatan media sosial yang dikemukakan oleh Pienrasmi (2015:5) bahwa pemanfaatan media sosial sangat mempengaruhi atau memberikan dampak tersendiri

sebagai saluran komunikasi sebuah lembaga pendidikan dengan publik/pelanggannya

b) Penetapan tanggung jawab terhadap tim pengelola media sosial

Dalam penentuan tanggung jawab terhadap team pengelola media sosial ada beberapa divisi yang paling tinggi yakni koordinator inti, yang dalam hal ini di bawah koordinasi langsung oleh Wakil Kepala Humas yakni Bapak Rofiqi yang nanti kaitannya ialah sebagai pemantau tim pengelola media sosial yakni alat atau sarana yang menjadi penghubung antara lembaga pendidikan dengan subjek sasaran yang dituju sebagai bagian dari inovasi *public relations*, dalam penjadwalan event-event yang akan dipublikasikan, kemudian ada koordinator pembantu yakni Bapak Wahyu Hidayat sebagai penanggung jawab akun media sosial yang dikelola, seperti tanggap akan respon masyarakat terhadap terhadap informasi-informasi yang MA al-Amiriyyah Blokagung publikasikan. Seperti yang dikemukakan oleh Andi (2008:5) bahwa semua definisi tentang manajemen dan *public relations* memiliki keterkaitan dengan semua tahapan-tahapannya. Baik dalam segi fungsionalitasnya ataupun dari tujuan yang ditargetkan.

c) Pembinaan terhadap pengelola media sosial

Demi memaksimalkan produktivitas kinerja sumber daya pengelola sistem inovasi *public relations*, maka perlu adanya pembinaan terhadap tim pengelola media sosial MA al-Amiriyyah Blokagung disetiap satu bulan sekali. Dalam pembinaan tersebut juga perlu adanya sharing perihal kendala dalam pengelolaan media sosial agar melalui evaluasi tersebut dapat menghasilkan inovasi *public relations* yang maksimal dalam upaya dan tujuannya.

d. Pelaksanaan Pengelolaan Media Sosial MA al-Amiriyyah Blokagung

1) Mengaktifkan Media Sosial yang masih minim dikenal publik.

Pelaksanaan dalam manajemen dalam pengelolaan media sosial erat kaitannya dengan inovasi *public relations* yang dikelola. Menurut Syam (2019:8) bahwa di setiap pelaksanaan inovasi *public relations*

dalam lembaga pendidikan, pasti akan menghasilkan pengembangan lembaga pendidikan di masa yang akan datang.

Tahapan strategi inovasi *public relations* sebelum melaksanakan tugasnya dalam mengelola media sosial yang Madrasah Aliyah Al Amiriyyah Blokagung miliki, perlu adanya upaya mengaktifkan media-media sosial terdahulu yang sudah pernah dimiliki, namun masih kurang dikenal dikalangan masyarakat.

Dengan diaktifkannya media sosial tersebut kembali, maka akan memudahkan pengelola media sosial untuk menyebarluaskan informasi-informasi terkait MA al-Amiriyyah Blokagung pada publik serta mudah diterima. Dengan begitu juga akan mudah diminati publik, sebab informasi-informasi serta event-event yang MA al-Amiriyyah Blokagung laksanakan telah didengar nyaman oleh publik melalui bukti-bukti yang nyata dan relevan tersebut yang tersebar di media sosial yang dikelola.

2) Melaksanakan Pengelolaan Pemanfaatan Media Sosial

Dalam memaksimalkan inovasi *public relations* di MA al-Amiriyyah Blokagung, memerlukan pengelolaan lebih lanjut terkait media sosial apa saja yang akan dikelola dan bentuk pengelolaan atau pemanfaatannya. Dengan begitu akan mempermudah pengevaluasian inovasi *public relations* kedepannya.

3) Evaluasi Pengelolaan Media Sosial

a) Rapat Evaluasi Pemanfaatan Media Sosial

Dalam Evaluasi Pengelolaan Media Sosial, MA al-Amiriyyah Blokagung melakukan secara terus menerus atau berkesinambungan serta setiap waktu. Kemudian Wakil Kepala Humas MA al-Amiriyyah Blokagung bersama stafnya mengadakan rapat setiap satu bulannya. Yang dalam proses pengevaluasian tersebut terdapat pemberian motivasi serta pengontrolan selama satu bulan dikelolanya media sosial dalam bentuk pemanfaatannya untuk inovasi *public relations* di MA al-Amiriyyah Blokagung Banyuwangi. Evaluasi dilakukan agar tim inovasi *public relations* mengetahui kendala serta titik kelemahan pada inovasi *public relations* yang dilakukan. Sedangkan menurut

Rosady (2016:12) Media sosial sangat mempengaruhi *public relation* dalam perkembangannya, selain dikatakan sebagai penyebaran informasi yang merakyat, media sosial juga dapat menggugah ketertarikan masyarakat pada lembaga pendidikan yang dikenalkannya.

b) Laporan Pengelolaan Media Sosial

Sebagai bentuk wujud evaluasi suatu pengelolaan yang telah dilaksanakan, salah satu bentuk wujudnya ialah penanggung jawab dari pengelola media sosial melaporkan kepada Wakil Kepala Humas serta Kepala Sekolah MA al-Amiriyyah Blokagung tentang informasi-informasi juga event-event yang telah disebarluaskan pada publik melalui media sosial yang dikelola. Dimulai dari peng-upload-an setiap hari, setiap bulan, juga setiap tahunnya. Agar semua media sosial dapat dikelola secara maksimal dan dapat membuahkan hasil yang maksimal untuk tujuan MA al-Amiriyyah Blokagung Banyuwangi.

2. Faktor-faktor Inovasi *Public Relations* Melalui Pemanfaatan Media Sosial Kekinian Untuk Meningkatkan Eksistensi MA al-Amiriyyah Blokagung Banyuwangi

a. Faktor Pendukung

Ada beberapa faktor pendukung yang dapat mensukseskan penerapan Inovasi *Public Relations* Untuk Meningkatkan Eksistensi MA al-Amiriyyah Blokagung. Yakni :

1) Menambah Jalinan Kerja Sama

Sebagai bentuk pendukung dalam inovasi *public relations* agar semakin dikenal publik dalam segala kegiatannya, serta berkembang disetiap tahunnya. Maka Wakil Kepala Humas beserta stafnya dan ditambah dengan pengelola media sosial menjalin hubungan atau kerja sama dengan stakeholder eksternal yakni lembaga-lembaga pendidikan Negeri lainnya yang memiliki inovasi *public relations* yang baik sehingga dapat dicontoh dan diterapkan di MA al-Amiriyyah Blokagung Banyuwangi.

2) Produktivitas Kerja Pengelola

Dalam mendukung keefektifan inovasi *public relations* Wakil Kepala Humas terus memantau produktivitas tim pengelola media sosial yakni meliputi bentuk ketepatan waktu penyebarluasan informasi pada publik, tanggap dalam problem media sosial yang dikelola, baik itu datangnya dari faktor luar (eksternal), seperti komentar atau pertanyaan-pertanyaan masyarakat tentang minat atau ketertarikannya pada MA al-Amiriyyah Blokagung, ataupun yang datangnya dari dalam (internal), seperti komentar Wakil Kepala Humas tentang perbaikan media sosial yang dikelola, baik dari cara penyampaiannya ataupun waktu penyampainnya pada publik.

b. Faktor Penghambat.

Dalam penerapan sebuah kebijakan tentu tidak akan luput dari kata salah dalam pelaksanaannya atau bisa dikatakan dengan faktor penghambat. Ada beberapa faktor penghambat dalam penerapan inovasi *public relations* di MA al-Amiriyyah Blokagung, yakni :

1) Fasilitas Belum Sempurna

Dalam proses penerapan inovasi *public relations*, tim pengelola media sosial seringkali mendapatkan kendala yakni rata-rata pada software, karena dalam pengelolaannya MA al-Amiriyyah Blokagung tidak menggunakan komputer, melainkan menggunakan smartphone pribadi yang dimiliki oleh tim pengelola media sosial itu sendiri.

2) Minim Teknologi

Di saat mulai diberlakukannya pengenalan lembaga pendidikan pada publik melalui pemanfaatan media sosial yang dikelola saat ini, namun masih banyak sekali wali santri dan bahkan masyarakat luar yang masih minim tentang teknologi, dari mulai kurang fahamnya akan media sosial yang ada, kemudian juga ada yang rumahnya pelosok sehingga sulit untuk mengakses jaringan internet dan mengetahui perkembangan lembaga pendidikan melalui media sosial yang ada, bahkan ada masyarakat yang masih belum faham *Hand Phone* sehingga untuk menginformasikan lembaga pendidikan pada publik golongan tertentu tersebut masih sangat

sulit sekali, dari beberapa permasalahan tersebut membuat sedikit hambatan bagi pengelola media sosial untuk menginformasikan MA al-Amiriyyah Blokagung secara maksimal pada seluruh kalangan dan seluruh daerah yang ada.

D. Kesimpulan

Inovasi *public relations* melalui pemanfaatan media sosial untuk meningkatkan eksistensi MA al-Amiriyyah Blokagung tahap pertama ialah perencanaan, yang mana dalam perencanaan tersebut meliputi (1) musyawarah wakil kepala humas dan pengelola media sosial (2) perancangan pengelolaan media sosial MA al-Amiriyyah Blokagung, tahap kedua ada pengorganisasian yang mana didalamnya meliputi (1) perekrutan tim pengelola penanggung jawab media sosial (2) penetapan tanggung jawab terhadap tim pengelola (3) pembinaan terhadap pengelola media sosial, tahap ketiga yakni pelaksanaan yang mana didalamnya meliputi (1) mengaktifkan media sosial MA al-Amiriyyah Blokagung yang masih minim dikenal publik (2) melaksanakan pengelolaan pemanfaatan media sosial, dan tahap terakhir yakni evaluasi yang didalamnya terdapat (1) rapat evaluasi pemanfaatan media sosial (2) dan laporan pengelolaan media sosial.

Ada beberapa faktor dalam Inovasi *Public Relations* Madrasah Aliyah al-Amiriyyah Blokagung Banyuwangi, yakni: 1) faktor pendukung. Ada beberapa faktor pendukung yang dapat mensukseskan penerapan inovasi *public relations* untuk meningkatkan eksistensi MA al-Amiriyyah Blokagung, antara lain (a) Menambah jalinan kerja sama (b) Produktivitas kerja pengelola; 2) Faktor Penghambat. Adapun faktor penghambat yang dapat menjadi kendala dalam penerapan inovasi *public relations* dalam upaya meningkatkan eksistensi MA al-Amiriyyah Blokagung yakni, (a) Fasilitas yang belum sempurna (b) serta masih minimnya pemahaman tentang kecanggihan teknologi era modern ini.

E. Daftar Pustaka

- Ardhoyo, T. E. (2013). *Peran dan Strategi Humas (Public Relations) dalam Mempromosikan Produk Perusahaan*. Jurnal Ilmiah WIDYA, 1(1), 16.
- Artis. (2011). *Strategi Komunikasi Public Relation*. Jurnal Sosial Budaya, 8(2), 186.

- Dwi, E., & Watie, S. (2011). *Komunikasi dan Media Sosial (Communications and Social Media)*.
- Ishak, A. (2012). *Peran Public Relations dalam Komunikasi Organisasi*. Jurnal Komunikasi, 1(4), 373–380.
- Kholisoh, N. (2015). *Strategi Komunikasi Public Relations dan Citra Positif Organisasi (Kasus Public Relations Rumah Sakit “ X ” di Jakarta)*. Jurnal Ilmu Komunikasi, 13(3), 195–209.
- Marhaeni, M. & D. (2016). *Konstruksi Prinsip Kinerja Public Relations Dalam Pandangan Syariat Islam*. The Messenger, 8(2), 24.
- Musyarrofah, M. (2018). *Peran humas dalam pengembangan pendidikan tinggi*. Jurnal Idaarah, 2(1), 293–304.
- Raharjo, R. S. (2016). *Media Relations Di Media Massa (Analisis Deskriptif Kualitatif Terhadap Kegiatan Media Relations TVRI Yogyakarta dan Jogja TV)*. Profetik Jurnal Komunikasi, 9(2), 1–14.
- Ruslan Rosady. *Manajemen Publik Relation & Media Komunikasi, Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: Rajawali pers, 2008.
- Ruslan, Rosady (2016), *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*, Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Solis, Brian., Dreirdere Breakenridge. 2009. *Putting The Public Back In Public Relations. How Social Media is Reinventing The Aging Business of PR*. USA: Pearson Education The Messenger, 3(1), 69.
- Trimanah, Diah Wulandari. (2018). *Prinsip Public Relations dalam Ajaran Islam Menurut Persepsi Anggota Perhumas Jawa Tengah*. Mediator : Jurnal Komunikasi, 11(1). Doi:<https://doi.org/10.29313/mediator.v>
- Valentini, Chiara., Dean Kruckeberg. *New and Social Media: The Meaning and The Use of Communication Technologies in Public Relations*.
- Yusuf, Pawit M (1990), *Komunikasi Pendidikan dan Komunikasi Internasional*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Zuchairiny, Andi (2008), *Human Relations dalam Perspektif Islam*, Jurnal Hunafa, 5(2)