


## Pemanfaatan Media Sosial Instagram dalam Manajemen Humas untuk Meningkatkan Hubungan Orang Tua dan Sekolah PAUD

Mutiara Fahrunita

Universitas Negeri Malang, Jl. Cakrawala No.5, Sumbersari, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur

E-mail: [mutiara.fahrunita.240154816334@students.um.ac.id](mailto:mutiara.fahrunita.240154816334@students.um.ac.id)

\* Corresponding Author

 <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i4.6495>

### ARTICLE INFO

#### Article history

Received: 30 April 2026

Revised: 12 May 2026

Accepted: 23 May 2026

#### Kata Kunci:

Manajemen, Pendidikan  
Anak Usia Dini,  
Instagram.

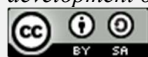
#### Keywords:

Management, Early  
Childhood Education,  
Instagram.

### ABSTRACT

Tantangan persaingan antar lembaga PAUD dan kurang efektifnya metode promosi konvensional menuntut sekolah untuk melakukan inovasi dalam menjalin komunikasi dengan masyarakat. Proses membangun citra dan hubungan dengan orang tua yang sebelumnya terbatas pada interaksi fisik, kini harus dioptimalkan melalui platform digital. Diperlukan sebuah media yang dapat meningkatkan visibilitas sekolah sekaligus mempererat ikatan emosional wali murid, yaitu melalui pemanfaatan media sosial Instagram karena dinilai memiliki jangkauan luas serta fitur visual yang estetis dan informatif bagi lembaga pendidikan anak usia dini. Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana dan sejauh apa pemanfaatan Instagram dalam manajemen humas dapat meningkatkan keterlibatan orang tua dan kepercayaan masyarakat terhadap sekolah. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dan mengambil fokus penelitian di TK Permata Iman 2 Malang. Hasil dari penelitian ini adalah penggunaan Instagram dinilai sangat efektif sebagai sarana promosi dan komunikasi interaktif karena mampu menyajikan berbagai dokumentasi kegiatan dan prestasi siswa secara transparan. Namun demikian, pengelolaan konten yang konsisten dan evaluasi berkala tetap diperlukan agar pesan yang disampaikan tetap relevan sehingga tercipta hubungan yang harmonis antara orang tua dan lembaga dalam mendukung perkembangan peserta didik.

*The challenges of competition between PAUD institutions and the lack of effectiveness of conventional promotion methods require schools to innovate in establishing communication with the community. The process of building an image and relationship with parents that was previously limited to physical interaction, must now be optimized through digital platforms. A media that can increase the visibility of schools while strengthening the emotional bonds of students' parents is needed, namely through the use of Instagram social media because it is considered to have a wide reach and aesthetic and informative visual features for early childhood education institutions. This study aims to see how and to what extent the use of Instagram in public relations management can increase parental involvement and public trust in schools. This study uses a descriptive qualitative method and takes the focus of research at Permata Iman 2 Kindergarten 2 Malang. The result of this study is that the use of Instagram is considered very effective as a means of promotion and interactive communication because it is able to present various documentation of student activities and achievements in a transparent manner. However, consistent content management and periodic evaluation are still needed so that the message conveyed remains relevant so that a harmonious relationship is created between parents and institutions in supporting the development of students.*



*This is an open access article under the CC-BY-SA license.*



**How to Cite:** Mutiara Fahrunita, et al (2026). Implementasi Algoritma K-Means Clustering untuk Pengelompokan Pasien Penyakit Liver Berdasarkan Tingkat Keparahan, 4(4) 25785-25794.  
<https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i4.6495>

## PENDAHULUAN

Di tengah perkembangan era digital yang berlangsung semakin pesat, media sosial telah mengalami transformasi menjadi salah satu sarana paling efektif dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat luas. Dalam konteks tersebut, Instagram hadir sebagai salah satu *platform* media sosial yang memiliki tingkat popularitas tinggi dan telah menjadi bagian dari kebutuhan masyarakat, baik untuk kepentingan individu maupun kelompok. Instagram merupakan *platform* digital yang difungsikan sebagai media berbagi foto serta video berdurasi singkat antarpengguna. Melalui *platform* ini, pengguna dapat terhubung dan mengikuti teman, tokoh idola, maupun pengguna lain dari berbagai wilayah di dunia. Pengguna juga dapat memanfaatkan fitur *follow* untuk melihat berbagai konten yang dibagikan oleh akun yang diikuti. Feroza dan Misnawati menjelaskan bahwa Instagram merupakan aplikasi media sosial yang digunakan untuk membagikan foto dan video pendek kepada sesama pengguna. Selain sebagai sarana berbagi informasi, foto dan video yang diunggah juga dapat berfungsi sebagai dokumentasi atau kenangan yang dapat dilihat kembali pada masa mendatang (Feroza & Misnawati, 2020).

Pemanfaatan Instagram, dalam dunia pendidikan anak usia dini berpotensi signifikan guna mengembangkan promosi sekolah serta hubungan dengan masyarakat luas (Bastian & Anggraeni, 2021). Menambahkan Mudin, dkk Instagram digunakan sebagai media informasi ke masyarakat mengenai kegiatan sekolah dan program yang sedang berlangsung (Mudin et al., 2023). Selain itu, media sosial khususnya Instagram mampu dijalankan menjadi strategi guna melaksanakan promosi sekolah (Handayani & Widiawati, 2021). Berdasarkan pendapat sebelumnya dapat disimpulkan bahwa, dalam lingkup pendidikan penggunaan Instagram mampu sebagai alat untuk mengenalkan berbagai hal mengenai sekolah kepada masyarakat luas.

Di sekolah, manajemen hubungan masyarakat (humas) berperan penting untuk menciptakan persepsi positif tentang sekolah kepada masyarakat. Salah satu upaya kreatif yang dapat digunakan adalah dengan menggunakan Instagram sebagai ruang berkomunikasi dan mempromosikan. Dalam artian, sekolah dapat memberi akses kepada wali murid dan masyarakat umum untuk mengetahui berbagai kegiatan, program unggulan, dan pencapaian yang telah di raih. Strategi ini dapat meningkatkan pemahaman masyarakat tentang sekolah dan menumbuhkan kepercayaan orang tua terhadap layanan pendidikan (Maharani et al., 2024).

Salah satu sekolah PAUD di Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang, yang aktif menggunakan media sosial Instagram adalah TK Permata Iman 2. TK Permata Iman 2 merupakan lembaga dari Yayasan Pendidikan Cendekia Berlian yang diinisiasi pendiriannya oleh Bapak Prof. Dr. Ir. Tries Edy Wahyono, MM. TK Permata Iman 2 yang beralamatkan di Jalan Ikan Kakap No.90 Tunjungsekar Kota Malang. Walaupun tidak ada jadwal khusus dalam membagikan konten di Instagram, namun media sosial sekolah TK Permata Iman 2 selalu rutin dalam membagikan konten setiap bulannya, seperti konten peringatan hari besar, kegiatan rutin sekolah, prestasi siswa, bahkan ucapan kepada siswa yang telah diterima di SD.

Hal serupa juga ditemukan dalam penelitian yang dilakukan oleh Imanda dan rekan-rekannya terkait pendampingan pemanfaatan media sosial Instagram sebagai sarana promosi sekolah dalam upaya meningkatkan *school branding*. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa para guru PAUD yang sebelumnya belum memiliki pemahaman mengenai digital marketing mulai menunjukkan ketertarikan untuk mempelajari bidang tersebut. Selain itu, peserta juga mengalami peningkatan keterampilan dalam teknik pengeditan gambar maupun video sesuai kebutuhan promosi, sehingga kemampuan tersebut dapat dimanfaatkan sebagai media pemasaran sekolah melalui *platform* media sosial (Imanda et al., 2024).

terdahulu lainnya yang dilakukan oleh Praceka, dkk berawal dari penemuan masalah yaitu tidak adanya langkah *branding* oleh pengelola PAUD Annisa Serang, sehingga hal inilah yang melatar belakangi untuk melakukan pendampingan kepada guru dengan memanfaatkan Instagram. Kegiatan tersebut mencakup pengenalan konsep *branding*, pembelajaran teknik pengeditan sederhana melalui aplikasi pada telepon genggam, hingga praktik mengunggah konten, menyusun *caption*, serta menentukan penggunaan *hashtags* yang sesuai pada *platform* Instagram. Hasilnya dari empat guru, beberapa sudah ada yang bisa mengikuti arahan dengan baik. Namun, beberapa lainnya masih membutuhkan waktu pelatihan penggunaan media sosial Instagram lebih lanjut untuk mereview materi agar bisa lebih dipahami (Praceka et al., 2023).

Penelitian berikutnya yang dilakukan oleh Natalina dan Hanum menunjukkan pemanfaatan Instagram sebagai sarana penyebaran informasi edukatif kepada masyarakat. Dalam rangka memperingati Pekan Sarapan Nasional tahun 2023, TK Tri Insani Permata Pekanbaru menyelenggarakan kegiatan kampanye sarapan sehat dalam bentuk lomba pembuatan video yang melibatkan siswa dengan pendampingan orang tua, khususnya ibu. Video hasil karya peserta kemudian diunggah melalui akun Instagram TK Tri Insani Permata Pekanbaru agar informasi yang disampaikan dapat menjangkau masyarakat yang lebih luas. Kegiatan tersebut diikuti oleh 14 siswa dengan penilaian video terbaik didasarkan pada kemampuan peserta dalam menampilkan menu makanan bergizi lengkap beserta porsi yang sesuai, sedangkan kategori video favorit ditentukan berdasarkan jumlah *likes* terbanyak. Berdasarkan hasil kegiatan tersebut, dapat disimpulkan bahwa kampanye melalui media sosial Instagram mampu meningkatkan pengetahuan masyarakat, terutama para ibu, mengenai pentingnya menu sarapan dengan gizi seimbang (Natalina & Hanum, 2024).

Penelitian memiliki tujuan guna membuktikan bahwa upaya manajemen humas untuk memanfaatkan Instagram dapat menjadi metode efektif untuk media promosi sekolah TK Permata Iman 2 kepada masyarakat luas. Dengan menggunakan Instagram untuk keperluan sekolah secara rutin, diharapkan tidak hanya sebagai sarana menyampaikan kegiatan, namun juga menarik wali murid dan peserta didik baru untuk melakukan pendaftaran di sekolah.

## **METODE**

Penelitian memiliki tujuan guna memahami manajemen humas dalam memanfaatkan Instagram sebagai upaya promosi sekolah TK Permata Iman 2 yang beralamatkan di Jl. Ikan Kakap No. 90, Tunjungsekar, Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur. Penelitian ini dilaksanakan pada awal bulan Oktober hingga awal bulan November 2024. Pengumpulan data penelitian melalui observasi, wawancara terstruktur dan dokumentasi.

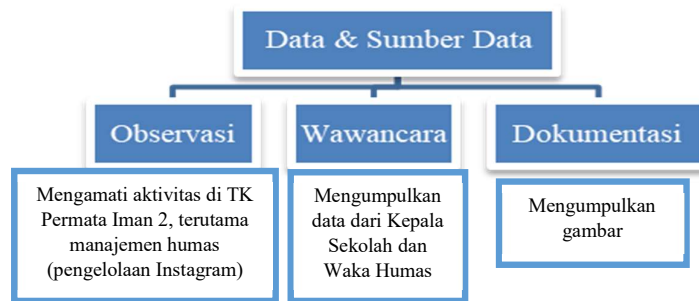
Dalam penelitian ini, peneliti berupaya menggambarkan berbagai fakta dan temuan berdasarkan kondisi yang berlangsung secara alami tanpa adanya manipulasi ataupun rekayasa tertentu, sehingga penelitian ini dikategorikan sebagai penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan alamiah. Menurut Sugiyono yang dikutip dalam Sarafudin, penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk mengkaji suatu fenomena pada kondisi natural, berbeda dengan penelitian eksperimen yang dilakukan dalam situasi terkontrol. Dalam pendekatan ini, peneliti berperan sebagai instrumen utama, sedangkan proses pengumpulan data dilakukan melalui teknik triangulasi atau penggabungan berbagai sumber dan metode. Analisis data dilaksanakan secara induktif, sementara hasil penelitian lebih diarahkan pada pemaknaan mendalam terhadap fenomena yang diteliti dibandingkan pada upaya generalisasi secara luas (Safarudin et al., 2023).

Tujuan utama dalam suatu penelitian adalah memperoleh data yang relevan dengan fokus kajian. Oleh karena itu, data dan sumber data dalam penelitian ini dihimpun melalui teknik observasi, wawancara, serta dokumentasi. Observasi dilakukan dengan cara peneliti melakukan pengamatan secara langsung berdasarkan kriteria dan indikator yang telah ditetapkan sebelumnya (Jailani, 2023). Peneliti melaksanakan observasi melalui pengamatan secara cermat dan mendalam terhadap berbagai aktivitas yang berkaitan dengan manajemen humas TK Permata Iman 2, terutama pada pengelolaan media sosial Instagram.

Wawancara terstruktur merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui komunikasi langsung atau tatap muka antara peneliti selaku pewawancara dengan narasumber sebagai pihak yang memberikan jawaban, di mana sebelumnya peneliti telah menetapkan secara jelas informasi yang ingin diperoleh dalam proses wawancara tersebut (Darmawan et al., 2021). Peneliti melangsungkan wawancara dengan Kepala Sekolah serta Waka Humas di TK Permata Iman 2.

Data pada tahap akhir diperoleh melalui teknik dokumentasi. Teknik ini dilakukan dengan cara menghimpun serta mengkaji berbagai dokumen yang berkaitan dengan penelitian, baik berupa dokumen tertulis maupun dokumen elektronik. Data hasil dokumentasi yang telah terkumpul kemudian dianalisis, dikomparasikan, dan diintegrasikan sehingga menghasilkan suatu kajian yang tersusun secara sistematis (Darmawan et al., 2021). Dalam penelitian ini, proses dokumentasi dilaksanakan melalui pengambilan gambar atau tangkapan layar pada media sosial Instagram sekolah.

Teknik analisis dan pengolahan data dalam penelitian ini mengacu pada model yang dikembangkan oleh Miles dan Huberman, yang meliputi tiga tahapan kegiatan yang berlangsung secara simultan, yaitu reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan (Annisa & Mailani, 2023).



Gambar 1. Peta Konsep Sumber Data

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara, pemanfaatan media sosial Instagram pada tahap awal dipengaruhi oleh minimnya kegiatan promosi sekolah serta letak sekolah yang berada berdekatan dengan beberapa lembaga PAUD lainnya, ditambah di sekitar sekolah cukup banyak bangunan perumahan yang mana mayoritas penduduk atau orang tua bukan berasal dari kota Malang melainkan pendatang dari luar kota. Dengan banyaknya pilihan sekolah PAUD, membuat para orang tua disekitar sekolah bingung untuk memilihkan anaknya sekolah PAUD yang terbaik. Sedangkan TK Permata Iman 2 dalam melakukan promosi kurang efektif. Ketika TK Permata Iman 2 melakukan promosi dengan media *banner* atau spanduk di beberapa titik yang sudah ditentukan yaitu di pinggir jalan, Banner yang dipasang juga kerap tertutupi oleh banner milik lembaga lain pada hari berikutnya, sehingga menimbulkan tumpang tindih kepentingan promosi antara TK Permata Iman 2 dan sekolah lainnya. Kondisi tersebut kemudian mendorong munculnya gagasan untuk memanfaatkan media sosial Instagram sebagai sarana promosi sekolah, yang mulai digunakan oleh TK Permata Iman 2 sejak 14 Agustus 2017.

Promosi yang dilakukan oleh TK Permata Iman 2 melalui pemanfaatan media sosial Instagram menunjukkan hasil yang cukup signifikan. Jumlah peserta didik yang pada awalnya relatif sedikit mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Jika pada awal tahun ajaran 2010 jumlah peserta didik masih berada pada kisaran puluhan anak, maka pada tahun ajaran 2023–2024 meningkat hingga mencapai ratusan peserta didik. Peningkatan tersebut tidak terlepas dari konsistensi sekolah dalam mengunggah dokumentasi berbagai kegiatan yang disertai penyampaian literasi dan informasi secara menarik, sehingga mampu membangun ketertarikan masyarakat untuk menyekolahkan anaknya di TK Permata Iman 2. Berdasarkan data per 13 Desember 2024, akun Instagram TK Permata Iman 2 tercatat memiliki 2.011 pengikut, mengikuti 433 akun, memuat 1.463 unggahan, serta memiliki 12 sorotan konten.



Gambar 1. Tampilan Profil Instagram TK Permata Iman 2

Adapun berdasarkan hasil observasi, perencanaan yang dilakukan TK Permata Iman 2 dalam memanfaatkan media sosial Instagram, yaitu menunjuk Waka Humas dan Tim sebagai pengelola media sosial Instagram. Kepala sekolah merancang dan memberikan *jobdesk* Waka Humas. Selanjutnya, Wakil Kepala Humas menjalankan perannya dengan memberikan penugasan kepada Tim Humas serta

menjalin koordinasi bersama kepala sekolah dalam merumuskan ide-ide pengembangan media Instagram. Dalam konteks peningkatan jumlah pengikut (*followers*), strategi yang diterapkan tidak hanya berorientasi pada orang tua peserta didik, tetapi juga menjangkau masyarakat secara lebih luas, khususnya yang berada di lingkungan sekitar TK Permata Iman 2. Upaya perluasan jangkauan tersebut dilakukan melalui pemanfaatan fitur tagar (*hashtag*) dan penandaan lokasi pada setiap konten berupa foto maupun video yang diunggah. Pada tahap implementasi, proses diawali oleh Wakil Kepala Humas yang melakukan dokumentasi terhadap berbagai peristiwa atau momen yang memiliki nilai naratif dan informatif. Selanjutnya, hasil dokumentasi tersebut melalui proses penyuntingan menggunakan aplikasi digital guna meningkatkan kualitas visual dan estetika konten. Setelah itu, disusun narasi literasi yang relevan sebagai *caption* untuk memperkuat pesan yang disampaikan melalui foto atau video tersebut. Tahapan berikutnya mencakup penambahan tagar serta informasi lokasi pengambilan gambar atau video untuk memperluas jangkauan audiens. Sebagai tahap akhir, tautan unggahan kemudian dibagikan ke dalam grup paguyuban wali murid sebagai bentuk diseminasi informasi sekaligus memperoleh umpan balik dari pihak terkait.

Seiring perkembangan waktu, TK Permata Iman 2 mulai mengoptimalkan penggunaan media Instagram untuk memperkuat hubungan antara orang tua dan sekolah. Media tersebut tidak hanya digunakan untuk mengunggah kegiatan peserta didik, tetapi juga menampilkan berbagai prestasi siswa, seperti perolehan kejuaraan maupun penerimaan di Sekolah Dasar. Setelah foto atau video diunggah pada akun Instagram sekolah, pihak TK Permata Iman 2 kemudian membagikan kembali konten tersebut ke grup paguyuban wali murid melalui *WhatsApp*. Melalui cara ini, orang tua dapat memberikan respons berupa like maupun komentar sebagai bentuk umpan balik. Hal tersebut menimbulkan rasa senang dan bangga bagi orang tua ketika prestasi atau momen penting anak mereka diabadikan dan dipublikasikan melalui akun Instagram resmi sekolah.



Gambar 2. Tampilan Unggahan Instagram TK Permata Iman 2, Foto Siswa yang Telah Diterima di SD dan Komentar dari Wali Murid

Berdasarkan gambar mengenai postingan di Instagram TK Permata Iman 2 pada hari Sabtu 2 Desember 2023, dapat dilihat bahwa terdapat beberapa anak yang telah diterima di SD. Tim Humas mempublikasi aktivitas tersebut dengan redaksional literasi yang menarik dan ringkas. Literasi berupa ucapan selamat kepada anak-anak yang berhasil diterima di SD. Orang tua atau audiens media sosial dapat berperan serta mendukung dengan memberikan *like* dan komentar. Dalam Gambar memperlihatkan jumlah *likes* sebanyak 50, kemudian akun @tikavanila yang merupakan orang tua dari salah satu siswa, memberikan komentar berupa ucapan terima kasih pada pendidik “*Terimakasih bimbingannya miss.*” Tulisnya. (Instagram, @permataimandua). Dari postingan tersebut, TK Permata Iman 2 melabeli foto dengan tagar berupa #permataimandua #sekolahmalang #mplstk #tkislam #paudmalang #tkmalang #sekolahparajuara #dinaspendidikankotamalang #ppdb20242025. Terdapat label tersebut bertujuan agar mempermudah akses pengguna lain dalam mencari laber serupa.

Selain itu, tampilan dari *feed* Instagram TK Permata Iman 2 menunjukkan siswa yang diterima di sekolah dasar bangga terhadap pencapaian mereka. Anak-anak tampak bahagia dengan memberikan pose terbaik mereka. Melalui postingan ini, TK Permata Iman 2 memberikan dukungan berupa mengunggah foto dan pemberian ucapan selamat kepada siswa yang telah diterima di jenjang berikutnya.



Gambar 3. Tampilan Unggahan Instagram TK Permata Iman 2, Foto Siswa Berprestasi dan Komentar dari Wali Murid

Berdasarkan gambar postingan di Instagram TK Permata Iman 2 pada hari Selasa 14 November 2023, dapat dilihat foto anak berprestasi yang memperoleh kejuaraan dalam *event* perlombaan. Tim Humas menyampaikan informasi kegiatan tersebut melalui literasi singkat dan padat yang berisi apresiasi berupa ucapan selamat serta motivasi kepada peserta didik yang berhasil meraih juara. Konten ini juga membuka ruang interaksi bagi orang tua maupun pengguna Instagram lainnya untuk memberikan dukungan melalui fitur *like* dan komentar. Pada unggahan tersebut tampak akun *@anibramantya*, sebagai orang tua siswa, menyampaikan ucapan terima kasih kepada pendidik dengan kalimat, “*Terimakasih banyak supportnya miss P12.*” (Instagram, *@permataimandua*). Selain itu, postingan tersebut juga memperoleh respons dari pengguna lain, dengan total 16 tanda suka (*likes*).

Berdasarkan temuan gambar dari postingan Instagram TK Permata Iman 2 menunjukkan momen penting di mana siswa yang berprestasi menerima penghargaan di sekolah dasar. Dalam postingan tersebut menunjukkan senyum bahagia anak-anak yang bangga dengan pencapaian mereka, serta dari dukungan guru dan teman-teman mereka. Postingan ini bukan hanya berguna sebagai pengumuman kepada khalayak namun juga menjadi cara guna mengapresiasi upaya dan kerja keras siswa selama belajar di TK Permata Iman 2. TK Permata Iman 2 telah berhasil menjangkau orang tua dan masyarakat luas melalui Instagram, mempromosikan citra positif sekolah dan menginspirasi siswa lainnya.



Gambar 4. Tampilan Unggahan Instagram TK Permata Iman 2, Cuplikan Video Kegiatan Outing Class dan Komentar dari Wali Murid

Berdasarkan gambar postingan di Instagram TK Permata Iman 2 pada hari Selasa 24 November 2023, dapat dilihat postingan video anak-anak sangat ceria karena terlibat aktif mengikuti kegiatan *outing class* ke Sui Farm. Tim Humas mempublikasikan aktivitas tersebut menggunakan literasi dan redaksional yang padat, menarik, dan ringkas. Literasi tersebut berupa ungkapan kegembiraan mengikuti kegiatan *outing class* di *Sui Farm*. Orang tua hingga pengguna lainnya dalam memberikan dukungan dengan *like* hingga komentar. Dalam tersebut memperlihatkan akun *@syaviramartha*, yakni orang tua salah satu siswa, menuliskan ungkapan kegembiraan dan ucapan terima kasih pada pendidik “*Happy to see our kids growing and exploring. Thank you miss and @permataimandua.*” Tulisnya. (Instagram, *@permataimandua*). Kemudian akun *@septiawahyu* memberikan tanda emoticon bentuk hati sebagai bentuk ungkapan sayang kepada anaknya dan juga sekolah TK Permata Iman 2. Sedangkan pada unggahan tersebut juga memiliki *feedback* lainnya, total ada 72 *likes*.

Adanya komentar wali murid yang menyertai unggahan di atas menunjukkan dorongan dan antusiasme mereka terhadap kegiatan sekolah, yang terlihat dari ungkapan kebanggaan atas perkembangan setiap anak mereka. Keadaan tersebut mempertegas bahwa sekolah dan orang tua telah melakukan kerja sama dengan baik untuk membuat pembelajaran menyenangkan dan bermanfaat bagi anak-anak. Ini juga menunjukkan bahwa kegiatan luar kelas merupakan bagian penting dari pendidikan holistik di TK Permata Iman 2.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan media Instagram berperan dalam meningkatkan kedekatan hubungan antara pihak sekolah dan orang tua. Hal ini terlihat dari aktivitas tim Humas sekolah yang secara konsisten mengunggah informasi kegiatan dalam bentuk foto maupun video, sehingga orang tua dapat memantau perkembangan kegiatan peserta didik melalui akun Instagram sekolah. Selain itu, interaksi juga terbangun secara timbal balik melalui kolom komentar yang berisi dialog singkat, yang pada akhirnya mendorong orang tua untuk lebih aktif dalam memberikan bimbingan kepada anak di rumah secara optimal. Kondisi ini semakin diperkuat ketika peserta didik meraih prestasi, baik dalam perlombaan maupun ketika diterima di jenjang sekolah dasar, yang kemudian didokumentasikan dan dipublikasikan melalui Instagram, sehingga menumbuhkan rasa bangga serta meningkatkan kepercayaan orang tua terhadap pihak sekolah. Dengan demikian, Instagram dapat dipahami sebagai media yang efektif dalam mempererat serta menjaga hubungan harmonis. Manajemen humas merupakan rangkaian kegiatan komunikasi yang dikelola oleh suatu organisasi secara terencana, mulai dari tahap perencanaan, pelaksanaan, pengkajian, hingga evaluasi (Bastian & Anggraeni, 2021).

Dalam lingkungan lembaga pendidikan, pengelolaan manajemen yang baik menjadi suatu kebutuhan penting yang harus diperhatikan (Arifin et al., 2024). Sejalan dengan hal tersebut, pengelolaan humas di institusi pendidikan juga perlu dipersiapkan secara sistematis karena memiliki keterkaitan langsung dengan masyarakat. Melalui kegiatan ini, lembaga pendidikan berupaya membangun pemahaman publik dengan memperkenalkan lembaga beserta program-program yang dijalankan secara lebih luas dan terarah.

Manajemen humas dalam pendidikan anak usia dini (PAUD) memiliki peranan yang sangat penting dalam membangun hubungan yang harmonis, baik antara lembaga pendidikan maupun masyarakat, khususnya orang tua atau wali murid. (Sumarmi et al., 2023). Menurut Mardiyah manajemen humas bertujuan untuk menciptakan persepsi positif terhadap lembaga pendidikan melalui komunikasi yang efektif dan keterlibatan aktif orang tua (Mardiyah et al., 2023). Hal ini mencakup perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi kegiatan kehumasan yang dapat meningkatkan kualitas layanan PAUD dan mendukung perkembangan holistik peserta didik. Sehingga manajemen humas tidak hanya berfokus pada citra sekolah, namun juga berkontribusi pada keberhasilan pendidikan anak melalui pemberian dukungan yang lebih luas.

Yani (2023) memandang bahwa manajemen humas merupakan suatu proses pengelolaan hubungan yang terjalin antara sekolah, orang tua, dan masyarakat, yang keberadaannya berperan dalam mendukung kelancaran kegiatan di lingkungan sekolah. Pandangan tersebut kemudian dipertegas oleh (Istikaroh, 2019) yang menjelaskan bahwa manajemen humas dalam lembaga pendidikan adalah serangkaian kegiatan yang dirancang secara terarah untuk memperoleh simpati dari masyarakat luas, khususnya pihak-pihak yang memiliki keterkaitan dengan sekolah, melalui berbagai upaya dalam membangun hubungan yang harmonis dengan masyarakat. Sejalan dengan itu, Mulyono & Yuliasuti menambahkan bahwa simpati masyarakat dapat dibentuk melalui pelaksanaan kegiatan-kegiatan sekolah yang terencana dengan baik, disertai upaya berkelanjutan dalam membangun citra positif lembaga pendidikan guna mendukung keberlangsungan hubungan yang baik dengan masyarakat di masa yang akan datang (Mulyono & Yuliasuti, 2024).

Manajemen humas pada dasarnya dilaksanakan dengan tujuan yang jelas dan terarah, sehingga setiap program yang direncanakan memiliki pedoman dalam pelaksanaan serta bentuk realisasi yang sesuai. Keberadaan tujuan tersebut menjadi acuan dalam mengarahkan seluruh aktivitas humas di lembaga pendidikan. Adapun tujuan manajemen humas tersebut meliputi upaya mengenalkan sekolah kepada masyarakat secara lebih luas, memperoleh dukungan dari berbagai pihak baik dalam bentuk finansial maupun dukungan moral, serta menyediakan informasi yang berkaitan dengan program-program sekolah dan kegiatan lainnya. Selain itu, manajemen humas juga bertujuan untuk merancang program yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat, serta membangun kerja sama yang harmonis antara

orang tua, pihak sekolah, dan masyarakat dalam rangka mendukung keberhasilan pendidikan peserta didik (Maimunah & Mardiah, 2019).

Dalam pelaksanaan manajemen humas, proses operasional diawali dengan penetapan tujuan yang ingin dicapai, yang dapat dirumuskan dalam bentuk tujuan jangka pendek maupun jangka panjang sesuai kebutuhan lembaga. Setelah itu, ditentukan sasaran program kehumasan secara lebih spesifik, apakah ditujukan kepada orang tua, masyarakat tertentu, atau melibatkan seluruh unsur sekolah seperti guru, tenaga kependidikan, peserta didik, serta dukungan masyarakat secara luas. Tahap berikutnya adalah penyusunan program kehumasan yang dirancang secara terstruktur, dengan kejelasan mengenai siapa pelaksana kegiatan, lokasi, waktu pelaksanaan, mekanisme kegiatan, serta sumber pembiayaan yang digunakan, sehingga arah program menjadi lebih terukur dan sistematis. Selanjutnya, program yang telah direncanakan diimplementasikan sesuai dengan desain yang telah ditetapkan sebelumnya. Setelah tahap pelaksanaan, dilakukan evaluasi sebagai langkah penting untuk menilai ketercapaian program, mengidentifikasi kekurangan, serta melakukan perbaikan secara berkelanjutan, sehingga pengelolaan humas dapat terus dikembangkan dan disesuaikan dengan tujuan yang telah ditetapkan (Jannah & Setiawan, 2022).

Menurut (Bastian & Anggraeni, 2021), hubungan masyarakat pada dasarnya mencakup berbagai bentuk media yang dimanfaatkan untuk menyampaikan informasi atau publikasi agar suatu lembaga dapat lebih dikenal oleh masyarakat. Dalam praktiknya, media humas tidak hanya dipahami sebagai sarana komunikasi semata, tetapi juga sebagai alat yang digunakan untuk membangun kemitraan dengan masyarakat melalui berbagai bentuk media, baik cetak maupun elektronik. Secara umum, media dan alat humas pendidikan dapat dikelompokkan ke dalam tiga jenis. Pertama, media visual, yang meliputi majalah, kliping, papan pengumuman, serta surat. Pada jenjang TK/RA, media visual juga dapat berupa buku tata tertib dan peraturan PAUD, pamflet yang memuat profil lembaga seperti sejarah, fasilitas pembelajaran, catatan perkembangan, hingga rapor peserta didik. Kedua, media audio, seperti radio, pengeras suara, *tape recorder*, serta kegiatan wawancara dan tanya jawab. Dalam konteks TK/RA, bentuk implementasinya dapat berupa kunjungan rumah, pertemuan orang tua, maupun pemanggilan wali murid. Ketiga, media audio visual yang mencakup video, film, rapat, diskusi, dan bentuk kegiatan lainnya (Munastiwi, 2019). Berdasarkan uraian tersebut, dapat dipahami bahwa pada dasarnya setiap media yang memungkinkan terjadinya proses komunikasi dapat dimanfaatkan sebagai sarana hubungan masyarakat, termasuk berbagai aplikasi media sosial. Media sosial bahkan menawarkan kemudahan yang lebih tinggi karena dapat digunakan secara efisien tanpa terbatas oleh ruang dan waktu.

Pada era modern, Instagram menjadi salah satu media sosial yang sangat populer karena menawarkan fitur berbagi foto dan video yang mudah digunakan serta menarik secara visual. Istilah Instagram sendiri berasal dari dua kata, yaitu "*insta*" dan "*gram*". Kata "*insta*" merujuk pada makna instan, yang menggambarkan proses pengolahan serta pengunggahan foto yang dapat dilakukan dengan cepat dan praktis, sedangkan "*gram*" dimaknai sebagai pengiriman informasi yang tersampaikan secara efektif. Menurut Mahendra, Instagram merupakan *platform* berbagi foto dan video singkat yang memungkinkan pengguna untuk mengambil gambar, menerapkan filter digital, serta membagikannya ke berbagai media sosial lainnya (Mahendra, 2017).

Instagram merupakan salah satu media sosial yang resmi diluncurkan pada 6 Oktober 2010 dan dikembangkan oleh Mike Krieger serta Kevin Systrom melalui perusahaan *Burbn, Inc.* Perkembangannya kemudian berlanjut ketika *Facebook* mengakuisisi Instagram dengan nilai hampir 1 miliar dolar Amerika Serikat pada 9 April 2012. Seiring waktu, Instagram mengalami pertumbuhan yang signifikan dan menjadi salah satu *platform* yang banyak digunakan untuk berbagi foto maupun video. Data menunjukkan bahwa pada Oktober 2021 jumlah pengguna Instagram mencapai 91,01 juta, meskipun mengalami penurunan dibandingkan Agustus 2021 yang mencapai 98,06 juta pengguna, dengan dominasi pengguna berada pada rentang usia 18–24 tahun (Annur, 2021). Selain itu, menurut Ambarsari, Instagram juga memiliki fungsi sebagai media penyebaran informasi kepada khalayak luas, termasuk informasi pendidikan seperti materi pembelajaran maupun pengetahuan umum yang bermanfaat bagi masyarakat (Ambarsari, 2021).

Dalam perkembangannya, Instagram tidak hanya berfungsi sebagai media untuk membagikan foto dan video, tetapi juga telah meluas menjadi sarana yang digunakan untuk mengamati perubahan tren dalam bidang bisnis dan perdagangan, mengikuti figur publik, memperoleh berbagai informasi maupun berita, serta menjalin komunikasi dengan pengguna lain melalui interaksi komentar pada

unggahannya yang dibagikan. *Platform* ini juga memiliki dua sisi dampak, yaitu positif dan negatif. Dari sisi positif, Instagram dapat dimanfaatkan sebagai media pembelajaran serta sebagai akses terhadap akun-akun edukatif yang menyajikan berbagai materi pengetahuan yang bermanfaat bagi penggunaannya (Rohmah, 2019).

Adapun hubungan interaksi antara guru dengan wali murid sangat esensial guna meningkatkan pertumbuhan pendidikan anak. Dalam proses pendidikan, kerja sama yang baik dapat menghasilkan komunikasi yang efektif, yang menghasilkan kepercayaan dan dukungan satu sama lain. Suryani mengatakan bahwa peran serta wali murid dalam aktivitas pendidikan, seperti pertemuan teratur dan berkomunikasi melalui berbagai *platform*, berkontribusi positif terhadap perkembangan akademik dan karakter anak (Suryani, 2023). Selain itu, kerja sama ini dapat membantu siswa dalam mengatasi tantangan di sekolah maupun di rumah, dan memperkuat proses belajar mengajar sehingga anak menjadi pribadi yang pantang menyerah. Akibatnya, sinergi antara orang tua dan guru bukan sekadar menumbuhkan semangat murid bagi pembelajaran, namun juga memperkuat nilai-nilai moral dan sosial yang penting bagi pertumbuhan mereka (Asyahidah et al., 2021).

### SIMPULAN

Dari sejumlah analisis tersebut, kesimpulan yang dihasilkan menjelaskan bahwa penggunaan Instagram yang menjadi sarana *branding* dan komunikasi di TK Permata Iman 2 sudah tepat, namun pelaksanaannya memerlukan perencanaan matang guna menghadapi tingginya persaingan antar lembaga PAUD. Secara mendasar, tidak efektifnya metode promosi konvensional menuntut sekolah untuk bertransformasi dalam membangun citra publik guna menarik minat calon wali murid baru. Dilihat dari caranya, penggunaan *platform* Instagram dinilai sangat efektif karena mampu menyajikan dokumentasi kegiatan dan prestasi siswa secara visual yang mudah diakses serta dipercaya oleh masyarakat. Dari sisi manfaatnya, kebijakan penggunaan media sosial ini menjadi strategi kunci dalam memperkuat hubungan dengan para pemangku kepentingan. Penggunaan ini bukan sebatas menjadi sarana promosi, namun untuk menumbuhkan rasa memiliki serta komunikasi yang baik antara wali murid dengan pihak sekolah.

### UACAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dalam penyusunan artikel ini, khususnya kepada pihak TK Permata Iman 2 Malang yang telah bersedia menjadi lokasi penelitian serta memberikan data dan informasi yang dibutuhkan. Apresiasi juga disampaikan kepada para informan yang telah meluangkan waktu dalam proses wawancara, serta kepada semua pihak yang turut berkontribusi sehingga penelitian mengenai pemanfaatan media sosial Instagram dalam manajemen humas ini dapat terselesaikan dengan baik dan memberikan manfaat bagi pengembangan hubungan antara sekolah dan orang tua.

### REFERENSI

- Ambarsari, Z. (2021). Penggunaan Instagram sebagai media pembelajaran bahasa dan sastra Indonesia pada Era 4.0. *Prosiding Seminar Nasional Pembelajaran Bahasa Dan Sastra Indonesia (SemNas PBSI)-3*, 81–86.
- Annisa, I. S., & Mailani, E. (2023). Analisis faktor penyebab kesulitan siswa dalam pembelajaran tematik dengan menggunakan metode Miles dan Huberman di kelas IV SD Negeri 060800 Medan Area. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(2), 6460–6477.
- Arifin, N., Damopolii, M., & Hasan, M. (2024). Implementasi Website Sebagai Sistem Informasi Manajemen Pendidikan Pada Sekolah Islam Terpadu (SIT) Al-Hikmah Amanah Ummah Maros. *An-Nadzir: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 2(01), 14–25.
- Asyahidah, N. L., Furnamasari, Y. F., & Dewi, D. A. (2021). Peran guru dan orang tua dalam meningkatkan kecerdasan moral pada anak. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(3), 7357–7361.
- Bastian, A. B. F. M., & Anggraeni, W. (2021). Optimalisasi Pemanfaatan Media Instagram Dalam Meningkatkan Hubungan Orang tua dan Sekolah di Kelompok Bermain Al-Azki Purwokerto. *Kiddo: Jurnal Pendidikan Islam Anak Usia Dini*, 2(2), 128–142.
- Darmawan, D., Sudrajat, I., Maulana, M. K. Z., & Febriyanto, B. (2021). Perencanaan Pengumpulan Data sebagai Identifikasi Kebutuhan Pelatihan Lembaga Pelatihan. *Journal of Nonformal Education and Community Empowerment*, 71–88.

- Feroza, C. S., & Misnawati, D. (2020). Penggunaan media sosial instagram pada akun@yhoophii\_official sebagai media komunikasi dengan pelanggan. *Jurnal Inovasi*, 14(1), 32–41.
- Handayani, A., & Widiawati, K. (2021). Promosi Sekolah Masa Pandemi Melalui Media Sosial Dalam Penerimaan Siswa Pada SDIT Qurrota A'yun Cikarang Barat. *Jurnal Mahasiswa Bina Insani*, 6(1), 11–22.
- Imanda, R., Setiawaty, S., Bariah, C., Miranda, H., & Matondang, H. R. (2024). Pendampingan Desain Media Digital Promosi Sebagai Strategi Peningkatan School Branding Pada Kelompok Guru TK dan PAUD Pusat Kegiatan Gugus (PKG) Delima Kabupaten Bireuen. *Mejuajua: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 4(2), 225–230.
- Istikaroh, A. (2019). Model Kepemimpinan Berkarakter dalam Konteks Manajemen Hubungan Masyarakat di Lembaga Pendidikan. *Jurnal Kependidikan*, 7(1), 1–16.
- Jailani, M. S. (2023). Teknik pengumpulan data dan instrumen penelitian ilmiah pendidikan pada pendekatan kualitatif dan kuantitatif. *IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1–9.
- Jannah, D. F., & Setiawan, R. (2022). Evaluasi Implementasi Program PAUD Holistik Integratif. *Jurnal Obsesi: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 6(6), 7163–7172.
- Maharani, R. R., Utami, H. O., & Setiyadi, B. (2024). Strategi Perencanaan Manajemen Hubungan Masyarakat dalam Meningkatkan Mutu Sekolah serta Membangun Peran Masyarakat dalam Lembaga Pendidikan. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 24(3), 2622–2626.
- Mahendra, B. (2017). Eksistensi Sosial Remaja Dalam Instagram (Sebuah Perspektif Komunikasi). *Jurnal Visi Komunikasi*, 16(1), 151–160.
- Maimunah, M., & Mardiah, M. (2019). Peranan Hubungan Masyarakat Di Sekolah. *Al-Afkar: Manajemen Pendidikan Islam*, 7(2), 81–103.
- Mardiyah, M., Fauzi, M. I. F., Hasriyah, F., Humaira, N., & Kisman, A. (2023). Peran Manajemen Humas dalam Upaya Pencitraan Lembaga Pendidikan. *An-Nadzir: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 1(02), 135–144.
- Mudin, M., Pratidina, G., & Kusumadinata, A. A. (2023). Bentuk Promosi Sekolah Dalam Penerimaan Peserta Didik Baru. *Karimah Tauhid*, 2(5), 1520–1531.
- Mulyono, R., & Yuliastuti, D. (2024). Manajemen Strategi Pada Hubungan Masyarakat Sebagai Bidang Garap Manajemen Pendidikan. *Pendas: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar*, 9(1), 212–222.
- Munastiwi, E. (2019). Islamic Education in Indonesia and Malaysia: Comparison of Islamic Education Learning Management Implementation. *Jurnal Pendidikan Islam*, 8(1), 1–26.
- Natalina, S. L., & Hanum, F. N. (2024). Kampanye Sarapan Bergizi Seimbang Melalui Media Instagram dalam Rangka Pekan Sarapan Nasional 2023 di TK Tri Insani Permata Kota Pekanbaru. *Madaniya*, 5(3), 984–991.
- Praceka, P. A., Handrianto, D., & Putra, Y. G. (2023). Pemanfaatan Instagram sebagai Media Branding di PAUD Annisa Serang. *Komunitas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2).
- Rohmah, L. N. (2019). Pengaruh Instagram Online Store Dan Konformitas Terhadap Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 7(3).
- Safarudin, R., Zulfamanna, Z., Kustati, M., & Sepriyanti, N. (2023). Penelitian kualitatif. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(2), 9680–9694.
- Sumarmi, S., Astuti, I., & Muadin, A. (2023). Peran Manajemen Humas dalam Pelibatan Orang Tua di Lembaga Pendidikan Anak Usia Dini. *Journal on Education*, 6(1), 10595–10607.
- Suryani, E. (2023). Implementasi Kolaborasi Guru Dan Orang Tua Dalam Pembelajaran 5.0: Strategi dan Tantangan Dalam Konteks Sekolah Dasar. *Jurnal Kependidikan*, 8(1), 89–95.