

EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL TERHADAP PENERIMAAN PESERTA DIDIK BARU DI SMP MUHAMMADIYAH 4 SURABAYA TAHUN AJARAN 2024/2025

Edy Sulistiyawan , Laili Rahmi, Febri Fidyantaka

Program Studi Magister Manajemen Universitas PGRI Adi Buana, Surabaya,
Indonesia

lailirahmi1982@gmail.com

ABSTRAK

Keanekaragaman media sosial saat ini berpengaruh pada penerimaan peserta didik baru di SMP Muhammadiyah 4 Surabaya. Sekolah harus melakukan inovasi dalam hal promosi. Oleh karena itu penyampaian visi misi dalam media sosial menjadi salah satu alternatif alat yang dapat mempengaruhi peningkatan peserta didik baru di lembaga pendidikan SMP Muhammadiyah 4 Surabaya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas media sosial terhadap penerimaan peserta didik baru. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif melalui riset lapangan dengan metode observasi dan wawancara secara digital (*google form*). Metodologi penelitian yang digunakan teknik *non-probability sampling* dengan prosedur *convenience sampling* melalui pendekatan diskriptif kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya perkembangan peningkatan penerimaan peserta didik baru. Rekomendasi penelitian ini adalah tetap memanfaatkan media sosial dalam teknik pemasaran lembaga pendidikan.

Kata kunci: Efektivitas, media sosial, penerimaan peserta didik baru

PENDAHULUAN

Beragam media sosial mengalami perkembangan seiring dengan percepatan teknologi dan informasi sekarang ini. Media sosial yang saat ini sudah banyak dikenal masyarakat diantaranya *instagram, facebook, X (twitter), tumblr, path, telegram, whatsapp, tiktok*, dan masih banyak lagi.

Berbagai kalangan masyarakat tidak bisa terlepas dari gawai yang didalamnya salah satunya penggunaan media sosial dengan berbagai tujuan. Media sosial yang banyak diakses adalah Whatsapp sebesar 88,79% dan sebesar 84,8% adalah pengguna Instagram dengan durasi akses 8 jam 36 menit per hari (Kominfo, 2022). Persentase masyarakat usia 5 tahun ke atas

yang mengakses media sosial sekitar 74,05% (BPS, 2022). Sekolah adalah salah satu komunitas masyarakat yang merupakan paling banyak mengakses media sosial.

Sekolah mempunyai visi dan misi yang direncanakan oleh komunitas sekolah bersama instansi terkait. Sekolah merupakan lembaga pendidikan yang mengenal visi dan misi tersebut kepada masyarakat, sebagai sarana untuk mencapai tujuan pendidikan nasional. Sebagai lembaga non-profit, sekolah harus mampu dikenal oleh masyarakat supaya penyampaian visi dan misi dapat tercapai sesuai target. Untuk mampu dikenal oleh masyarakat, tentunya sekolah harus mampu melakukan terobosan pemasaran yang inovatif dan kreatif.

Seiring perkembangan teknologi, dalam melakukan pemasaran lembaga pendidikan, sekolah menggunakan sarana media sosial agar menarik dan dipilih oleh masyarakat. Pemanfaat media sosial sebagai sarana promosi akan membantu secara mudah untuk seluruh kalangan masyarakat saat ini. Promosi menjadi sesuatu yang harus dilakukan terutama oleh lembaga pendidikan yang didirikan oleh masyarakat (sekolah swasta).

SMP Muhammadiyah 4 Gadung Surabaya, merupakan sekolah swasta yang didirikan oleh masyarakat yang dikelola oleh Persyarikatan Muhammadiyah di kecamatan Wonokromo. Banyaknya persaingan antara lembaga pendidikan swasta menuntut SMP Muhammadiyah 4 Gadung Surabaya untuk melakukan promosi agar menjadi pilihan terbaik oleh masyarakat.

Berdasarkan uraian tersebut, maka peneliti bermaksud melakukan penelitian mengenai “Efektivitas Media Sosial terhadap Penerimaan Peserta Didik Baru di SMP Muhammadiyah 4 Gadung Surabaya Tahun Ajaran 2024/2025”

LANDASAN TEORI

Promosi sekolah merupakan salah satu strategi yang wajib dilakukan oleh lembaga pendidikan terutama yang didirikan oleh masyarakat. Promosi sekolah bisa berupa konten visi dan misi, program kegiatan, keunggulan,

atau pelayanan prima yang dimiliki oleh lembaga pendidikan tersebut. Promosi dapat dilakukan secara langsung, seperti dari mulut ke mulut oleh peserta didik atau orangtua/wali dari lembaga tersebut. Selain itu promosi dapat juga dilakukan dengan berbagai media dan sarana teknologi.

Media sosial merupakan salah satu sarana komunikasi yang berbasis teknologi untuk saling mengenal dan berinteraksi dengan banyak orang serta berbagai pihak (Moriansyah, 2015). Media sosial telah banyak berkembang macam dan tujuannya saat ini, seperti *instagram*, *facebook*, *X (twitter)*, *tumblr*, *path*, *telegram*, *whatsapp*, *tiktok*, dan masih banyak lagi.

METODOLOGI PENELITIAN

Subjek penelitian tersebut adalah siswa kelas 7, 8, dan 9 di SMP Muhammadiyah 4 Gadung Surabaya yang menggunakan media sosial, seperti *instagram*, *facebook*, *tiktok*, *youtube*, dan lainnya. Objek penelitiannya adalah media promosi Penerimaan Peserta Didik Baru SMP Muhammadiyah 4 Gadung Surabaya, terutama *instagram*, *youtube*, dan *tiktok*. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh siswa kelas 7, 8, dan 9 sejumlah 270 anak. Peneliti mengambil data sebanyak 143 anak dari total populasi yang mengisi survei secara lengkap.

Metode pengambilan sampel menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan prosedur *convenience sampling*. Teknik *non-probability sampling* merupakan metode pengambilan sampel berdasarkan pada ketersediaan elemen dan kemudahan untuk mendapatkannya (Sugiyono, 2021).

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif melalui riset lapangan dengan metode observasi dan wawancara secara digital (*google form*).

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Hasil dari survei digital dengan menggunakan fitur *google form* dari responden sebanyak 143 anak dari siswa kelas 7, 8, dan 9, selanjutnya didapatkan data dengan ditampilkan dalam beberapa grafik/diagram.

Melalui pertanyaan : “Menurut kalian, agar SMP Muhammadiyah 4 lebih dikenal masyarakat, melalui media sosial?”, dapat digambarkan dalam diagram berikut :

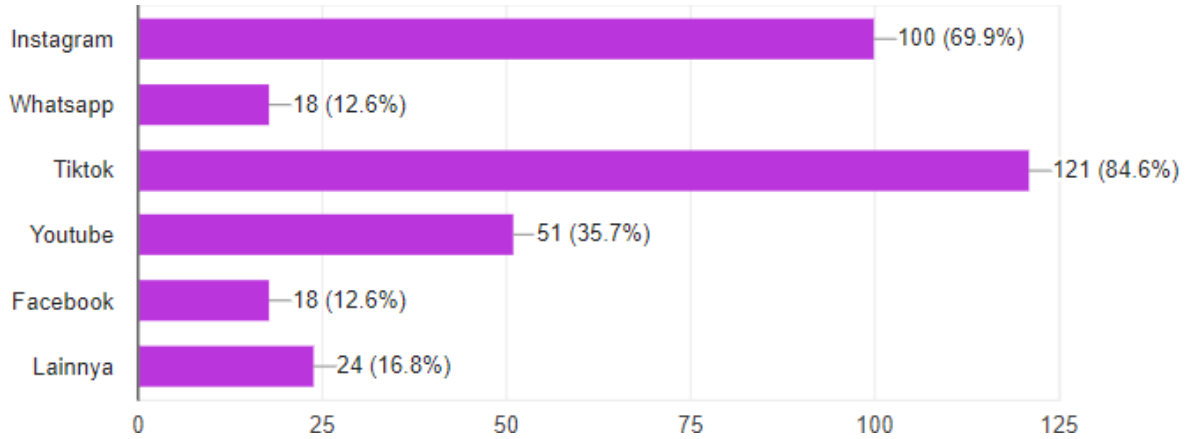


Diagram 1. Hasil survei media sosial yang layak untuk promosi

Dari diagram 1 tersebut, media sosial yang efektif agar SMP Muhammadiyah 4 dikenal oleh masyarakat adalah Tiktok dengan 84,6%, selanjutnya yang kedua adalah instagram dengan 69,9%. Disusul oleh media sosial lainnya seperti whatsapp, youtube, facebook, dan lainnya yang memperoleh persentase dibawah 50%.

Sedangkan pada pertanyaan : “Menurut kalian, konten media sosial (IG, Youtube, Tiktok, Facebook, WA) yang dimiliki SMP Muhammadiyah 4, sudah efektif dalam PPDB tahun 2024-2025?”, digambarkan dalam diagram berikut:

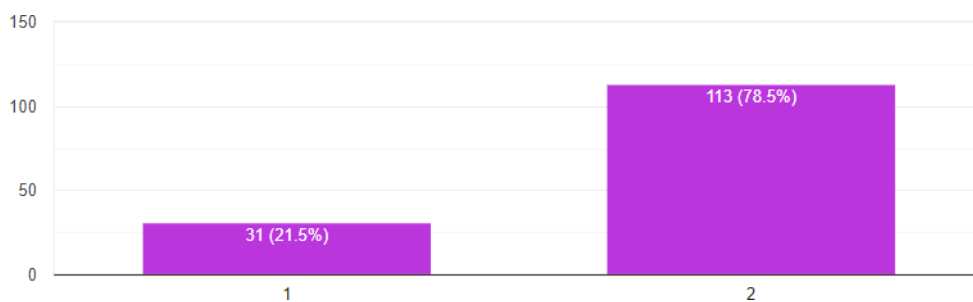


Diagram 2. Hasil survei konten media sosial

Dari diagram 2 tersebut, diperoleh hasil bahwa konten media sosial yang dimiliki oleh SMP Muhammadiyah 4, sudah efektif dalam PPDB tahun ajaran 2024/2025, dengan hasil 78,5% menjawab “Sudah” dan sebesar 21,5% menjawab “Belum”.

Penelitian ini membuktikan bahwa terdapat pengaruh yang positif terhadap variabel peranan media sosial terhadap Penerimaan Peserta Didik Baru (PPDB) di SMP Muhammadiyah 4 Gadung Surabaya tahun ajaran 2024/2025. **Hal tersebut dapat dibuktikan dengan jumlah siswa yang sudah mendaftar sampai saat ini, sejumlah 50 anak.**

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa media sosial menjadi salah satu sarana promosi yang baik untuk meningkatkan jumlah penerimaan peserta didik baru, terutama aplikasi *Tiktok* dan *Instagram*. Namun media sosial lainnya juga akan tetap digunakan seperti *whatsapp*, *youtube*, dan *facebook*. Lebih lanjut akan menjadi tantangan sampai akhir penutupan PPDB tahun 2024/2025, terhadap jumlah perolehan siswa baru di SMP Muhammadiyah 4 Gadung Surabaya.

DAFTAR PUSTAKA

Data dan Informasi Aplikasi Informatika. 2022. Kominfo. Jakarta
Habibah dan Hidayati, 2023. Pemanfaatan Media Sosial dalam Upaya

Meningkatkan Penerimaan Siswa Baru di SMA Swasta. Artikel. *Academy of Education Journal* : Vol. 14 No. 1 Tahun 2023. Universitas Ahmad Dahlan. Yogyakarta.

Rahman, Jain. Pengaruh Media Sosial Bagi Proses Belajar Siswa. Artikel.

Kemenag. Jakarta.

Rosnayanti. 2021. Pengaruh Penggunaan Media Sosial, Peran orang Tua dan Motivasi Guru Terhadap Prestasi Belajar Siswa UPT SMP Negeri 1 Kepulauan Selayar. Tesis. Program Studi Magister Manajemen. PPS STIE Nobel Indonesia.

Statistik Telekomunikasi Indonesia. 2022. Katalog 8305002. Badan Pusat Statistik (BPS). Jakarta.

Wahyuni, Dewi. 2022. Strategi Promosi Sekolah melalui Media Sosial di SMP IT Cendikia Tulang Bawang. Skripsi. Manajemen Pendidikan Islam Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Walisongo. Semarang.

Sugiyono. 2021. Statistik Untuk Penelitian. Bandung : Alfabeta.