

Pendampingan Edukatif dalam Mengelola Media Sosial sebagai Sarana Branding OSIS SMPN 05 Lumajang

***Putri Nadiyahatul Firdausi¹, Afiqotus Salimah², Babun Lutfiatul Hasanah³,
Saiful Ridho⁴**

^{1,2,3} Universitas Islam Syarifuddin Lumajang, Indonesia

⁴ PT Kelumajang Siber Media, Lumajang, Indonesia

*e-mail : putrinadiyahatul@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas pengurus OSIS SMPN 05 Lumajang dalam mengelola media sosial sebagai sarana branding sekolah melalui program pendampingan edukatif. Latar belakang penelitian ini adalah belum optimalnya pemanfaatan media sosial OSIS sebagai alat komunikasi publik dan pencitraan sekolah, yang ditandai dengan kurangnya konsistensi, kualitas konten, serta strategi komunikasi digital. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi selama proses pendampingan. Hasil pendampingan menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam empat aspek utama: terbentuknya Tim Media Sosial OSIS, penyusunan kalender konten yang terstruktur, peningkatan kualitas desain visual dan narasi unggahan, serta meningkatnya frekuensi dan keterlibatan audiens di media sosial OSIS. Program pendampingan ini membekali siswa dengan keterampilan teknis dan pemahaman strategis mengenai manajemen media sosial, komunikasi digital, serta prinsip dasar public relations. Temuan penelitian ini menegaskan bahwa pendampingan edukatif yang terarah dan partisipatif efektif dalam memperkuat peran OSIS sebagai agen komunikasi sekolah berbasis digital, sekaligus meningkatkan citra positif sekolah di mata publik.

Kata kunci: Pendampingan Edukatif, Media Sosial, Branding Sekolah, OSIS, Literasi Digital

1. PENDAHULUAN

Organisasi Siswa Intra Sekolah (OSIS) merupakan salah satu wadah pembinaan karakter dan kepemimpinan siswa yang memiliki peran strategis dalam mendukung berbagai kegiatan sekolah, baik di bidang akademik maupun non-akademik. Keberadaan OSIS tidak hanya menjadi media pengembangan diri bagi siswa, tetapi juga menjadi representasi dari citra dan identitas sekolah di hadapan masyarakat. Dalam konteks pendidikan modern, OSIS tidak lagi hanya berperan dalam pelaksanaan kegiatan internal, tetapi juga berperan sebagai agen komunikasi sekolah yang mampu menyampaikan pesan positif kepada publik luas melalui berbagai media, termasuk media sosial (Firmansyah, 2020).

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat telah mengubah cara individu dan institusi berinteraksi serta menyampaikan informasi. Media sosial kini menjadi salah satu alat komunikasi paling efektif dan berpengaruh dalam membangun citra lembaga, termasuk lembaga pendidikan. Menurut Nasrullah (2015), media sosial bukan sekadar sarana berbagi informasi, tetapi juga ruang interaksi sosial yang dapat membentuk opini publik, memperkuat identitas,

dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap suatu institusi. Dalam konteks sekolah, media sosial dapat berfungsi sebagai media branding yang kuat apabila dikelola dengan strategi yang tepat.

Pentingnya branding sekolah melalui media sosial menjadi semakin relevan di era digital saat ini. Sekolah-sekolah yang mampu menampilkan citra positif di dunia maya akan lebih mudah menarik perhatian masyarakat, calon siswa, serta memperkuat kepercayaan publik terhadap mutu pendidikannya. Media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Facebook memberikan peluang besar bagi lembaga pendidikan untuk menampilkan aktivitas, prestasi, serta nilai-nilai sekolah secara kreatif dan komunikatif. Namun, peluang ini tidak dapat dimanfaatkan secara optimal apabila pengelolaan media sosial dilakukan tanpa perencanaan dan strategi yang matang (Trilling & Fadel, 2009).

Hasil observasi awal di SMPN 05 Lumajang menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial oleh OSIS masih belum maksimal. Akun resmi OSIS di platform Instagram, misalnya, menunjukkan aktivitas yang tidak konsisten, baik dari segi frekuensi unggahan maupun kualitas konten. Sementara itu, akun TikTok yang dikelola siswa cenderung digunakan secara sporadis tanpa memperhatikan kesesuaian dengan visi, misi, dan nilai sekolah. Kondisi ini menunjukkan bahwa kemampuan literasi digital dan pemahaman terhadap komunikasi publik di kalangan pengurus OSIS masih terbatas. Hal ini berdampak pada rendahnya efektivitas media sosial sebagai alat komunikasi publik dan sarana branding sekolah.

Kelemahan dalam pengelolaan media sosial OSIS dapat disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain kurangnya pelatihan yang berfokus pada pengembangan keterampilan komunikasi digital, belum adanya struktur tim khusus yang bertanggung jawab terhadap media sosial, serta belum tersedianya panduan strategi komunikasi yang terarah. Selain itu, minimnya kesadaran akan pentingnya etika digital, narasi komunikatif, dan konsistensi visual turut memengaruhi kualitas konten yang dihasilkan (Rahmawati, 2021). Padahal, literasi digital menjadi salah satu kompetensi penting yang harus dimiliki siswa dalam menghadapi era komunikasi modern, di mana informasi dapat menyebar dengan sangat cepat dan memengaruhi persepsi publik (Potter, 2019).

Dalam konteks ini, OSIS memiliki potensi besar untuk menjadi perpanjangan tangan sekolah dalam memperkuat citra institusi pendidikan di ruang digital. Pengurus OSIS yang aktif dan kreatif dapat menjadi jembatan komunikasi antara sekolah dan masyarakat melalui konten-konten positif yang mencerminkan aktivitas, prestasi, dan nilai karakter siswa. Oleh karena itu, dibutuhkan intervensi edukatif yang dapat memberikan pemahaman menyeluruh kepada pengurus OSIS mengenai cara mengelola media sosial secara strategis, kreatif, dan sesuai etika komunikasi publik (Siregar, 2023).

Pendampingan edukatif menjadi pendekatan yang relevan untuk mengatasi persoalan tersebut. Melalui kegiatan pendampingan, pengurus OSIS tidak hanya diberi pelatihan teknis dalam pembuatan konten digital, tetapi juga pemahaman konseptual tentang strategi komunikasi digital, perencanaan konten, serta prinsip dasar public relations. Pendekatan ini memungkinkan siswa untuk belajar secara partisipatif, di mana mereka dapat langsung terlibat dalam proses perencanaan, produksi, hingga evaluasi konten media sosial sekolah (Wulandari & Setiawan, 2022).

Pendekatan partisipatif juga mendukung pengembangan soft skill seperti kolaborasi, kreativitas, tanggung jawab, dan berpikir kritis. Melalui proses pendampingan yang berkelanjutan, siswa akan terbiasa bekerja dalam tim, berbagi ide, serta mengambil keputusan berdasarkan analisis kebutuhan komunikasi sekolah. Kegiatan ini sekaligus menumbuhkan rasa kepemilikan terhadap media sosial OSIS dan meningkatkan motivasi mereka untuk menjaga konsistensi serta kualitas konten (Hidayat, 2021).

Secara konseptual, pendampingan edukatif yang dilakukan dalam penelitian ini mencakup tiga dimensi utama: (1) penguatan kapasitas teknis dalam desain grafis dan manajemen konten, (2) peningkatan kemampuan konseptual dalam memahami prinsip komunikasi publik dan branding sekolah, serta (3) pembentukan tim media sosial OSIS yang terstruktur dan berkelanjutan. Pendampingan ini juga diharapkan mampu menciptakan sistem kerja yang lebih profesional dalam pengelolaan akun media sosial OSIS, termasuk pembuatan kalender konten, penentuan gaya komunikasi visual, serta evaluasi performan.

Penelitian pengabdian masyarakat ini dilatarbelakangi oleh kesadaran bahwa keberhasilan program komunikasi digital di sekolah sangat bergantung pada partisipasi aktif siswa sebagai pelaksana. Dengan membekali mereka keterampilan praktis dan pemahaman strategis, sekolah dapat membangun budaya komunikasi yang positif dan adaptif terhadap perkembangan teknologi. Selain itu, kegiatan ini juga dapat menjadi contoh model pengembangan kompetensi digital siswa di tingkat sekolah menengah pertama, yang sejalan dengan tujuan pendidikan abad ke-21 untuk melahirkan generasi yang literat digital, kreatif, dan bertanggung jawab (Trilling & Fadel, 2009).

Tujuan utama dari kegiatan ini adalah meningkatkan kapasitas pengurus OSIS SMPN 05 Lumajang dalam mengelola media sosial sebagai sarana branding sekolah melalui program pendampingan edukatif. Program ini dirancang agar siswa dapat memahami pentingnya perencanaan konten, penggunaan media sosial yang bijak, serta penerapan prinsip komunikasi publik yang efektif. Lebih jauh, kegiatan ini diharapkan dapat memberikan manfaat ganda, baik bagi siswa sebagai individu yang memperoleh pengalaman belajar kontekstual, maupun bagi sekolah yang mendapatkan dukungan nyata dalam membangun citra positif di ruang digital.

Dari sisi akademik, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan literatur mengenai penguatan kapasitas komunikasi digital di lembaga pendidikan. Dengan memadukan pendekatan kualitatif deskriptif, penelitian ini menelaah proses pendampingan secara komprehensif, mulai dari perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi hasil kegiatan. Hal tersebut untuk menunjukkan bagaimana intervensi edukatif dapat menjadi strategi efektif dalam memperkuat peran OSIS sebagai agen komunikasi sekolah berbasis digital.

Dengan demikian, kegiatan pendampingan edukatif ini tidak hanya berfokus pada peningkatan kemampuan teknis siswa dalam mengelola media sosial, tetapi juga menjadi upaya strategis dalam menanamkan nilai-nilai profesionalisme, tanggung jawab sosial, dan etika komunikasi digital di kalangan generasi muda. Melalui melibatkan aktif pengurus OSIS dalam proses ini, diharapkan terbentuk generasi siswa yang adaptif, visioner, dan berdaya saing tinggi dalam menghadapi

tantangan era digital, sekaligus mampu menjadi duta positif bagi sekolahnya di ruang publik virtual.pertama.

2. METODE

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan tujuan memahami secara mendalam proses serta hasil pendampingan edukatif dalam pengelolaan media sosial sebagai sarana branding OSIS SMPN 05 Lumajang. Pendekatan ini dipilih karena mampu menggambarkan fenomena secara alami dan holistik berdasarkan realitas yang terjadi di lapangan. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat memperoleh data yang bersifat naratif dan kontekstual, sehingga interpretasi terhadap hasil pendampingan menjadi lebih komprehensif dan bermakna.

Penelitian dilaksanakan melalui serangkaian tahapan yang melibatkan proses observasi, wawancara mendalam, serta dokumentasi terhadap aktivitas pendampingan dan praktik pengelolaan media sosial oleh pengurus OSIS. Observasi dilakukan untuk melihat secara langsung bagaimana pelaksanaan pendampingan berlangsung, termasuk interaksi antara pendamping dan peserta serta dinamika yang muncul selama proses pembelajaran digital. Wawancara mendalam digunakan untuk menggali pandangan, pengalaman, dan refleksi dari para peserta pendampingan, baik dari sisi siswa OSIS maupun guru pembina. Teknik dokumentasi meliputi pengumpulan bukti visual seperti unggahan media sosial, foto kegiatan, serta laporan hasil pendampingan yang mencerminkan perkembangan keterampilan dan strategi branding digital.

Subjek penelitian terdiri atas pengurus OSIS SMPN 05 Lumajang yang terlibat langsung dalam kegiatan pendampingan serta guru pembina OSIS yang memiliki peran dalam supervisi dan pembimbingan kegiatan tersebut. Pemilihan informan dilakukan secara purposive dengan mempertimbangkan keterlibatan aktif dan relevansi pengalaman mereka terhadap topik penelitian. Peneliti bertindak sebagai instrumen utama yang berperan dalam mengumpulkan, menafsirkan, dan menganalisis data berdasarkan konteks sosial yang berkembang di lapangan.

Proses analisis data dilakukan secara interaktif dan berkesinambungan sejak tahap pengumpulan data hingga penarikan kesimpulan. Langkah-langkah analisis meliputi reduksi data, penyajian data, serta penarikan dan verifikasi kesimpulan sesuai dengan model analisis Miles dan Huberman. Reduksi data dilakukan dengan menyeleksi informasi yang relevan terkait proses pendampingan dan hasil pengelolaan media sosial. Penyajian data disusun dalam bentuk deskriptif naratif yang menggambarkan perubahan sikap, peningkatan kemampuan, serta hasil konkret dalam praktik branding digital OSIS. Selanjutnya, penarikan kesimpulan dilakukan secara reflektif dengan memaknai temuan-temuan di lapangan dan menghubungkannya dengan teori yang digunakan dalam tinjauan pustaka.

Untuk menjaga keabsahan data, penelitian ini menerapkan teknik triangulasi sumber dan metode. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi dari berbagai informan, sedangkan triangulasi metode dilakukan dengan memadukan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi. Dengan demikian, hasil penelitian diharapkan memiliki validitas tinggi dan dapat dipercaya sebagai gambaran nyata dari proses pendampingan edukatif yang dilakukan.

Metode kualitatif deskriptif ini memungkinkan peneliti tidak hanya mendeskripsikan kegiatan pendampingan secara faktual, tetapi juga memahami makna di balik proses tersebut. Melalui analisis yang mendalam, penelitian ini diharapkan mampu menjelaskan bagaimana pendampingan edukatif dapat meningkatkan kemampuan pengurus OSIS dalam mengelola media sosial secara kreatif dan profesional, serta bagaimana strategi tersebut berdampak terhadap citra positif sekolah di ranah digital.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pendampingan edukatif dalam pengelolaan media sosial OSIS SMPN 05 Lumajang memberikan dampak yang signifikan terhadap kualitas dan konsistensi aktivitas digital organisasi. Hasil pendampingan terlihat dari empat temuan utama, yaitu: terbentuknya Tim Media Sosial OSIS sebagai tim inti pengelola konten, penyusunan kalender konten yang sistematis dan terjadwal, peningkatan kualitas desain visual dan narasi unggahan, serta meningkatnya frekuensi dan keterlibatan audiens dalam aktivitas unggahan di media sosial OSIS. Keempat aspek ini menjadi indikator keberhasilan proses pendampingan yang dilakukan secara kolaboratif, berkelanjutan, dan berbasis literasi digital.

3.1. Terbentuknya Tim Media Sosial OSIS

Sebelum kegiatan pendampingan edukatif dilaksanakan, OSIS SMPN 05 Lumajang sebenarnya telah memiliki struktur organisasi yang lengkap. Namun, pengelolaan media sosial belum menjadi fokus utama, dan belum ada tim khusus yang menangani secara intensif aspek konten digital. Melalui program pendampingan, dilakukan penguatan struktur dengan menambahkan beberapa anggota baru yang memiliki minat dan bakat dalam bidang desain grafis dan produksi konten digital. Penambahan ini dilakukan secara selektif melalui pengamatan langsung terhadap siswa yang aktif serta menunjukkan ketertarikan dalam dunia digital kreatif. Pendampingan dilakukan dengan pendekatan partisipatif dan kolaboratif, di mana pendamping berperan sebagai fasilitator, bukan pengarah tunggal. Hal ini sejalan dengan pandangan Muslich (2011), bahwa “pendampingan yang efektif adalah proses edukatif yang menumbuhkan inisiatif dan kemandirian peserta.” Selain itu, pendekatan ini memperkuat konsep student empowerment seperti dijelaskan oleh Homaidi et al. (2024), di mana siswa dilibatkan secara langsung dalam pengambilan keputusan organisasi berbasis digital. Dengan terbentuknya tim khusus ini, pengelolaan akun media sosial OSIS menjadi lebih terstruktur dan terfokus, dibandingkan sebelumnya yang cenderung sporadis dan tidak konsisten.

Hasilnya, terbentuklah tim media sosial OSIS yang terdiri dari lima orang siswa dengan pembagian tugas yang jelas, mencakup perencanaan konten, produksi visual, pengelolaan caption dan narasi, hingga penjadwalan unggahan di platform Instagram dan TikTok. Dengan pembentukan tim yang lebih fokus dan terarah ini, pengelolaan media sosial OSIS menjadi lebih efektif, terorganisir, dan mampu merepresentasikan wajah sekolah secara digital dengan lebih baik.

3.2. Penyusunan Kalender Konten

Penyusunan kalender konten digital sebagai dasar manajemen media sosial yang terencana dan berkelanjutan. Penyusunan ini dimulai dengan pelatihan tentang pentingnya perencanaan konten, dilanjutkan dengan praktik membuat kalender menggunakan Google Sheets dan template mingguan. Kalender konten berisi rencana unggahan harian/mingguan yang mencakup jenis konten (informasi, promosi, edukasi, hiburan), platform yang digunakan (Instagram dan TikTok), waktu tayang, serta penanggung jawab konten.

Langkah ini diambil untuk menghindari unggahan yang bersifat sporadis dan tidak memiliki arah komunikasi yang jelas. Sebelumnya, akun media sosial OSIS sering tidak aktif dalam waktu yang lama atau hanya memuat informasi kegiatan besar tanpa narasi atau branding yang kuat. Dengan adanya kalender konten, tim OSIS dapat mengelola waktu secara lebih efektif dan memastikan konten tetap relevan dan konsisten.

Dalam proses penyusunan, pendamping memperkenalkan konsep content pillar atau pilar konten yang menjadi tema utama unggahan, seperti: Pilar Edukasi: tips belajar, motivasi siswa, kutipan inspiratif; Pilar Dokumentasi: foto dan video kegiatan OSIS/sekolah; Pilar Interaksi: polling, Q&A, shout-out untuk siswa berprestasi dan Pilar Branding: pengenalan nilai dan visi OSIS serta SMPN 05 Lumajang

Model ini sejalan dengan hasil penelitian Apriliyanti et al. (2024) yang menekankan bahwa struktur konten yang terencana dapat memperkuat personal branding organisasi serta meningkatkan kepercayaan audiens terhadap akun resmi sekolah. Mereka juga mencatat bahwa siswa lebih antusias ketika dilibatkan dalam proses kreatif yang memiliki jadwal dan tanggung jawab yang jelas.

Dampaknya, setelah kalender konten diterapkan, keteraturan unggahan meningkat, dan tim OSIS tidak lagi bekerja secara mendadak atau dadakan dalam membuat konten. Selain itu, guru pembina dan kepala sekolah lebih mudah memantau dan memberi masukan karena rencana konten telah terdokumentasi dengan baik. Hal ini memperkuat kolaborasi antara siswa dan pembimbing, sesuai dengan pendekatan edukatif yang bersifat dialogis dan reflektif sebagaimana dikemukakan oleh Muslich (2011).

3.3. Peningkatan Kualitas Desain dan Narasi

Proses pendampingan edukatif ini adalah peningkatan kualitas desain visual dan narasi pada setiap konten yang diunggah oleh Tim Media Sosial OSIS SMPN 05 Lumajang. Sebelum pendampingan, unggahan OSIS cenderung bersifat sederhana dan minim estetika: foto yang diambil seadanya, tidak melalui proses editing, serta narasi yang kurang menarik, tidak komunikatif, bahkan terkadang hanya berupa caption singkat tanpa pesan yang kuat.

Melalui proses pelatihan yang terstruktur, siswa dilatih menggunakan aplikasi desain grafis berbasis daring seperti Canva Edu dan CapCut Edu. Pelatihan mencakup teknik dasar desain (komposisi, kontras warna, tipografi), serta penggunaan elemen visual seperti logo OSIS dan warna identitas sekolah untuk memperkuat konsistensi brand. Selain itu, siswa juga diperkenalkan pada prinsip-prinsip dasar visual storytelling, yakni bagaimana menyampaikan pesan dengan cara yang menarik, komunikatif, dan mengundang respons audiens.

Peningkatan narasi juga menjadi fokus utama. Siswa dilatih menyusun caption yang bersifat inspiratif, edukatif, dan komunikatif. Narasi tidak hanya memberi informasi kegiatan, tetapi juga menyisipkan nilai-nilai seperti kebersamaan, kepemimpinan, kedisiplinan, dan semangat kolaborasi. Hal ini mengubah media sosial OSIS dari sekadar tempat dokumentasi menjadi media komunikasi publik yang membawa misi edukatif dan branding sekolah.

Sebagaimana dikemukakan oleh Kotler & Keller (2016), dalam proses branding, “pesan yang dikemas secara visual dan naratif dengan kuat akan lebih mudah diingat dan memengaruhi persepsi publik.” Temuan ini juga selaras dengan hasil penelitian Qarlina et al. (2023), yang menekankan bahwa “konten yang menarik secara visual dan naratif meningkatkan minat dan kepercayaan audiens terhadap institusi pendidikan.”

3.4. Peningkatan Aktivitas Unggahan

Salah satu dampak paling nyata dari program pendampingan edukatif ini adalah peningkatan aktivitas unggahan pada akun media sosial OSIS SMPN 05 Lumajang, baik dari segi frekuensi, keberagaman konten, maupun keterlibatan audiens. Sebelum adanya pendampingan, akun OSIS cenderung pasif, dengan rata-rata hanya satu unggahan per minggu yang bersifat dokumentatif dan tidak terencana. Setelah pendampingan berjalan selama tiga minggu, tim media sosial berhasil meningkatkan frekuensi unggahan menjadi rata-rata 3 kali per minggu.

Jenis konten yang diunggah pun menjadi lebih beragam dan strategis. Tidak hanya dokumentasi kegiatan sekolah, tetapi juga konten edukatif seperti “Tips Belajar Efektif”, “Quotes Motivasi”, hingga “Profil Pengurus OSIS”, yang disusun dengan desain menarik dan narasi yang komunikatif. Selain itu, siswa juga mulai memanfaatkan fitur-fitur seperti Instagram Stories dan Polling untuk meningkatkan interaksi dengan pengikut. Hal ini membuktikan bahwa literasi media sosial yang ditanamkan dalam pendampingan telah memberikan dampak nyata terhadap kreativitas dan partisipasi siswa dalam membangun citra digital sekolah.

Peningkatan kuantitas dan kualitas aktivitas unggahan ini menunjukkan keberhasilan proses pendampingan dalam mendorong siswa menjadi pengguna media sosial yang aktif, produktif, dan reflektif. Sebagaimana diungkapkan oleh Kawedar et al. (2024) “pendampingan yang terarah mampu mengubah siswa dari sekadar pengguna menjadi pengelola konten yang sadar etika dan strategi komunikasi digital.” Hal ini juga sejalan dengan temuan Homaidi et al. (2024) bahwa keberhasilan branding media sosial sekolah sangat dipengaruhi oleh konsistensi unggahan serta partisipasi aktif siswa dalam pengelolaannya.

Hasil pendampingan ini memperkuat pandangan bahwa media sosial, bila dikelola secara strategis, mampu menjadi sarana Public Relations (PR) sekolah yang efektif. Dalam perspektif teori Public Relations dua arah simetris dari James E. Grunig, pendekatan ini menekankan pentingnya komunikasi timbal balik antara institusi dan publiknya. Pendampingan ini memberikan ruang bagi OSIS untuk belajar tidak hanya menyampaikan pesan, tetapi juga memahami audiens dan merespons interaksi yang terjadi di media sosial. Dengan meningkatkan keterampilan teknis dan strategis, OSIS mampu membangun brand identity sekolah melalui media sosial. Hal ini sejalan dengan teori branding dalam komunikasi organisasi, yang menyatakan bahwa identitas organisasi dapat diperkuat melalui narasi yang konsisten, visual yang representatif, dan komunikasi yang inspiratif.

Masalah ketidakaktifan akun Instagram sebelumnya menunjukkan belum adanya strategi komunikasi yang jelas. Melalui pelatihan, OSIS memahami pentingnya konsistensi komunikasi (kunci dalam teori komunikasi digital), dan mulai merancang konten secara terjadwal dengan pesan yang terarah. Pendampingan edukatif ini juga selaras dengan kebutuhan abad ke-21, yaitu penguasaan literasi digital. OSIS yang aktif dan terampil dalam mengelola media sosial secara profesional akan menjadi agen perubahan (agent of change) dalam menciptakan citra sekolah yang positif, kreatif, dan unggul di mata publik.

4. KESIMPULAN

Media sosial memiliki potensi besar sebagai alat komunikasi strategis dan sarana branding sekolah apabila dikelola dengan pendekatan yang tepat. Pendampingan selama tiga minggu berhasil membekali pengurus OSIS dengan pemahaman serta keterampilan teknis dan strategis dalam mengelola akun Instagram dan TikTok secara lebih konsisten, terstruktur, dan profesional.

Beberapa pencapaian penting meliputi penambahan siswa di tim media sosial, penyusunan kalender konten sebagai pedoman unggahan, peningkatan kualitas visual dan narasi konten, serta peningkatan aktivitas unggahan dengan variasi jenis konten yang lebih relevan dan menarik. Perubahan ini menunjukkan bahwa OSIS telah mampu mengimplementasikan prinsip-prinsip dasar Public Relations, khususnya pendekatan dua arah simetris, dalam praktik pengelolaan media sosialnya.

Dengan demikian, program pendampingan edukatif ini tidak hanya meningkatkan literasi digital pengurus OSIS, tetapi juga memperkuat peran mereka sebagai representasi sekolah dalam membangun citra positif di ruang publik digital. Ke depan, keberlanjutan pengelolaan media sosial yang terencana dan terarah akan menjadi kunci untuk menjadikan OSIS sebagai agen strategis dalam komunikasi dan branding institusi pendidikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriliyanti, R., Noor, R. A., Fibriyanita, F., & Fiorentina, A. (2024). Edukasi membangun personal branding di media sosial bagi siswa OSIS SMK 2 Banjarmasin. *Jurnal Pengabdian Eksplorasi Humaniora*, 2(1). <https://doi.org/10.20527/ekshum.v2i1.10>
- Firmansyah, D. (2020). Etika penggunaan media digital dalam pendidikan Islam. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, 5(1), 33–45.
- Hidayat, M. (2021). Implementasi Tri Dharma Perguruan Tinggi dalam pengabdian masyarakat berbasis literasi digital. *Jurnal Pengabdian Nusantara*, 3(2), 88–97.
- Ibrahim, Homaidi, M., Arifin, Z., & Jannah, R. (2024). Strategi branding image berbasis media sosial dalam mengembangkan reputasi positif di Madrasah Aliyah Manbaul Ulum. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 8.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>

- Kawedar, N. I., Pratiwi, N. S., Rahmawati, N., Nur, R., Prasetyo, R. A., Alqodri, R. R., & Malikhah, N. (2024). Pendampingan penggunaan sosial media bagi siswa sebagai realisasi kode etik keteladanan guru. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Digital*, 4(1).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management*. Pearson Education.
- Muslich, M. (2011). *Melaksanakan PTK itu mudah*. Bumi Aksara.
- Nasrullah, R. (2015). *Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Ngaba, A. L., & Taunu, E. S. H. (2021). Peranan organisasi siswa intra sekolah (OSIS) dalam pembentukan karakter siswa SMA Negeri. *Satya Widya*, 36(2), 125–132. <https://doi.org/10.24246/j.sw.2020.v36.i2.p125-132>
- Potter, W. J. (2019). *Media literacy* (9th ed.). SAGE Publications.
- Qarlina, C. D., Purwanto, & Wulandari, F. (2023). Pengaruh media sosial sebagai alat promosi terhadap minat peserta didik di SMA Batik Surakarta. *Technomedia Journal*, 8(1SP), 82–91. <https://doi.org/10.33050/tmj.v8i1SP.2054>
- Rahmawati, S. (2021). Fotografi sebagai media komunikasi visual dalam pendidikan. *Jurnal Seni dan Edukasi*, 5(1), 32–41.
- Setiyadi, B., & Idrus, A. (2022). Pelatihan public relation untuk membangun citra positif sekolah. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(4).
- Siregar, A. (2023). Tantangan literasi digital generasi muda dalam menghadapi hoaks. *Jurnal Literasi Digital Indonesia*, 2(1), 25–38.
- Suryosubroto, B. (2009). *Proses belajar mengajar di sekolah*. Rineka Cipta.
- Trilling, B., & Fadel, C. (2009). *21st century skills: Learning for life in our times*. Jossey-Bass.
- Wulandari, D., & Setiawan, I. (2022). Pelatihan fotografi jurnalistik sebagai media pengembangan kreativitas siswa. *Jurnal Pengabdian Kreatif*, 4(1), 12–21.*