

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Sekolah Islam Terpadu Ukhuwah Banjarmasin

Sekolah Islam Terpadu (SIT) Ukhuwah Banjarmasin bernaung di bawah Yayasan Ukhuwah Kalimantan Selatan yang resmi berdiri pada 26 Oktober 1993. Pendirian institusi ini diprakarsai oleh tiga tokoh utama, yakni Muhammad Ihsanuddin, Sri Adi Nugroho, dan Istiadi Heri Wioko, serta disahkan melalui Akta Notaris Faries Zein, S.H. Nomor 29. Dalam perjalanannya, yayasan ini memegang teguh kebijakan mutu untuk menjadi “Pelopor Sekolah Islam Terpadu di Wilayah Kalimantan bagi Terbentuknya Generasi yang Berakhlak, Berprestasi, Mandiri, dan Berwawasan Lingkungan”.

Selama lebih dari tiga dekade eksistensinya hingga tahun 2016, estafet kepemimpinan Yayasan Ukhuwah telah diamanahkan kepada enam ketua yang berbeda. Secara berurutan, posisi tersebut pernah dijabat oleh Ust. Irfan, S.T., Ust. H. Rudi Anwar Luthfi, Ust. H. Rafi'i Baderi, Lc., Ust. H. Choesnoel Djohari, S.E. (alm), Ust. H. Haryanto, S.E., dan Ust. Sirajuddin Habibi, S.T.

Pada enam tahun pertama kiprahnya, yayasan ini lebih memusatkan pergerakannya di bidang sosial kemasyarakatan dan dakwah. Program-program yang digulirkan meliputi majelis taklim, kajian keislaman di area kampus, masjid, dan musala, serta penerbitan buletin dakwah. Pada masa perintisan tersebut,

operasional yayasan berpusat di sekretariat yang bertempat di Musala Al-Hikmah, Jalan Dahlia, Banjarmasin.

Berangkat dari komitmen untuk membangun generasi terdidik, Yayasan Ukhuwah mulai merintis berbagai jenjang pendidikan formal dan non-formal dari tahun ke tahun:

- a. 1999: Langkah awal di bidang pendidikan dimulai dengan mendirikan TK IT Ukhuwah 1 di Jl. Cempaka Putih (Kebun Bunga, Banjarmasin Timur) dan TK IT Ukhuwah 2 di Jl. Dahlia (Kebun Sayur, Banjarmasin Barat).
- b. 2001: Mendirikan jenjang pendidikan dasar, yaitu SD IT Ukhuwah yang berlokasi di Jl. Banua Anyar, Banjarmasin Timur. Sekolah ini diresmikan secara langsung oleh Wali Kota Banjarmasin kala itu, H. Sofyan Arpan (alm).
- c. 2003 & 2004: Melengkapi struktur Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD) IT Ukhuwah Banjarmasin dengan membentuk Kelompok Bermain (KB) IT pada tahun 2003, disusul dengan pendirian Tempat Penitipan Anak (TPA) IT pada tahun 2004.
- d. 2005: Menandai kemandirian infrastruktur, Yayasan Ukhuwah merampungkan pembangunan gedung di atas lahan miliknya sendiri yang terletak di Jl. Bumi Mas Raya, Kompleks Bumi Handayani XII A, Pemurus Baru, Banjarmasin Selatan. Lokasi ini kemudian menjadi pusat kegiatan pendidikan hingga sekarang.

- e. 2007: Membuka jenjang menengah dengan mendirikan SMP IT Ukhuwah di lokasi yang sama (Jl. Bumi Mas Raya). Peresmian dilakukan oleh Wali Kota Banjarmasin, H. A. Yudhi Wahyuni.
- f. 2011: Membentuk Madrasah Tahfizh Ukhuwah guna menguatkan kompetensi hafalan Al-Qur'an para siswa.
- g. 2013: Menggenapi jenjang pendidikan menengah atas dengan mendirikan SMA IT Ukhuwah. Kehadiran sekolah ini diresmikan oleh Wali Kota Banjarmasin, H. Muhidin.
- h. 2018: Yayasan Ukhuwah mulai melebarkan sayap ke luar Kota Banjarmasin. Pada 10 April 2018, melalui kerja sama dengan Yayasan Hidayatul Qur'an dan Teknologi Banjarbaru, didirikanlah SMP IT Hidayatul Quran Boarding School. Sekolah yang beralamat di Jl. Guntung Harapan, Kel. Guntung Manggis, Kec. Landasan Ulin, Banjarbaru ini diresmikan secara formal pada 11 September 2018 oleh Wali Kota Banjarbaru, Drs. H. Najmi Adhani, M.Si.

Seluruh rangkaian ekspansi dan pencapaian ini menegaskan posisi Yayasan Ukhuwah sebagai institusi pendidikan yang dinamis, tangguh, dan terus berkembang demi memenuhi kebutuhan pendidikan Islam berkualitas bagi masyarakat. Untuk menopang ekosistem pendidikan yang semakin masif tersebut, yayasan pun terus memperkuat tata kelola kelembagaannya melalui penyesuaian dan penyempurnaan struktur organisasi.¹

¹ Profil Yayasan Ukhuwah Kalimantan Selatan.

2. Struktur Sekolah Islam Terpadu Ukhuwah Banjarmasin

Efektivitas pengelolaan berbagai amal usaha pendidikan di SIT Ukhuwah didukung oleh struktur organisasi yang memiliki alur komando dan koordinasi yang jelas. Struktur tersebut menempatkan pengurus yayasan di tingkat puncak, yang dalam pelaksanaan teknis pendidikannya dimandatkan kepada Direktur Pendidikan untuk membawahi serta mengelola manajerial di setiap unit pendidikan secara spesifik. Adapun rincian struktur kepengurusan tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1 Struktur Pengurus Yayasan Ukhuwah Kalimantan Selatan

No.	Nama	Jabatan
1.	H. Sirajuddin Habibi, S.T.	Ketua Yayasan
2.	H. Haryanto, S.E.	Wakil Ketua Yayasan
3.	Amin Hidayat	Sekretaris
4.	H. Hilmi Hasan, S.E.	Bendahara
5.	Dr. H. Khairani, M.Pd.I.	Direktur Pendidikan
6.	Abdurrahman, M.Pd.	Wakil Direktur Pendidikan
7.	Syaiful Mukmin, S.Pd.I	Direktur SDM
8.	H. Bejo Riyanto, M.Pd.	Direktur Operasional

Sumber: Dokumen Struktur Organisasi Yayasan Ukhuwah Kalimantan Selatan Periode 2023-2027

Tabel 4.2 Struktur Direktorat Pendidikan Sekolah Islam Terpadu Banjarmasin

No.	Nama	Jabatan
1.	Dr. H. Khairani, M.Pd.I.	Direktur Pendidikan
2.	Abdurrahman, M.Pd.I.	Wakil Direktur Pendidikan
3.	Yunia Ningsih, S.E.	Staf Direktur
4.	Iwan Rudini S.Kom.	Supervisor Humas IT
5.	Said Abdur Razak Fachruddin Noor Fachir, S.H., M.Kn.	Ketua Rumah Amal Ukhuwah
6.	Muhammad Rachman, S.Sos.	Staf Rumah Amal Ukhuwah
7.	Hadijah Mariana, S.Pd.I., S.Pd.	Kepala PAUD IT Ukhuwah
8.	Syaiful Rahman, S.Pd.I.	Kepala SDIT Ukhuwah
9.	Abdul Muhshi, S.Ag., S.Pd., M.Pd.I.	Kepala SDIT Ukhuwah 2
10.	Sri Astuti, S.Pd.	Kepala SMPIT Ukhuwah
11.	Khairul Hadi, S.Pd.	Kepala SMAIT Ukhuwah
12.	Saidi, M.Pd.	Kepala SMPIT HQBS

13.	Syaipullah, S.Pd.	Kepala Madrasah Tahfizh & Penjamin Mutu Al-Quran Ukhuwah
-----	-------------------	--

Sumber: Dokumen Struktur Direktorat Pendidikan Sekolah Islam Terpadu Ukhuwah Kalimantan Selatan Periode 2023-2027

Tabel 4.3 Struktur Humas IT Sekolah Islam Terpadu Ukhuwah Banjarmasin

No.	Nama	Jabatan
1.	Iwan Rudini S.Kom.	Supervisor Humas IT
2.	Krisna Indra Jaya	Staf Humas 1
3.	Muhammad Syahda Wardana	Staf Humas 2
4.	Endang Supriyatna	Staf IT

Sumber: Dokumen Struktur Humas IT Sekolah Islam Terpadu Ukhuwah Kalimantan Selatan Periode 2023-2027

3. Visi dan Misi Sekolah Islam Terpadu Ukhuwah Banjarmasin

Sebagai lembaga induk, Sekolah Islam Terpadu Ukhuwah Banjarmasin memiliki rumusan visi dan misi yayasan yang menjadi payung filosofis bagi seluruh amal usaha pendidikannya. Adapun rumusan visi dan misi yayasan adalah:

a. Visi Yayasan

Menyelenggarakan pendidikan berkualitas dan mandiri.

b. Misi Yayasan

- 1) Membentuk lembaga pendidikan tingkat Penitipan Anak, Kelompok Bermain, Taman Kanak-kanak, Sekolah Dasar, Sekolah Lanjut Tingkat Pertama, Sekolah Menengah Atas, dan Perguruan Tinggi yang menerapkan Konsep Pendidikan Islam Terpadu.
- 2) Menjadikan lembaga pendidikan sebagai basis dakwah dengan mengupayakan siswa menjadi da'i dan berprestasi tinggi.

3) Membentuk lembaga sosial yang secara aktif memberikan pelayanan kepada masyarakat.

4) Berupaya mendirikan lembaga-lembaga usaha penopang pendidikan.

Secara tataran operasionalnya, identitas Sekolah Islam Terpadu Ukhuwah Banjarmasin merupakan sebuah ekosistem yang menaungi berbagai jenjang pendidikan. Setiap unit pendidikan memiliki otonomi untuk merumuskan visi dan misi spesifik yang disesuaikan dengan tahap perkembangan dan akademik peserta didik, namun tetap terintegrasi dengan kebijakan mutu yayasan. Rincian turunan visi tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.4 Visi dan Misi Masing-Masing Unit Sekolah Islam Terpadu Ukhuwah Banjarmasin

No.	Jenjang Pendidikan	Visi Sekolah	Misi Sekolah
1.	PAUD IT	Meluluskan siswa-siswi yang berakhlak, berprestasi, mandiri, dan berwawasan lingkungan	- Menanamkan karakter mulia sejak dini - Menyiapkan siswa memasuki jenjang pendidikan dasar - Melatih kemandirian anak sejak dini - Membangun pembiasaan kepedulian terhadap lingkungan
2.	SDIT 1 & 2	Meluluskan siswa yang berakhlak, berprestasi, mandiri, dan berwawasan lingkungan	- Melaksanakan sistem pendidikan IMTAQ dan IPTEK. - Menumbuhkan potensi siswa dan semangat berprestasi warga sekolah. - Membangun dan menguatkan

			budaya karakter. - Menumbuhkan kesadaran dan kepedulian terhadap lingkungan.
3.	SMP IT	Meluluskan siswa-siswi yang berakhlak, berprestasi, mandiri, dan berwawasan lingkungan	- Melaksanakan sistem pendidikan IMTAQ dan IPTEK - Mewujudkan generasi pemimpin yang berprestasi dan unggul - Menyelenggarakan kegiatan yang menumbuhkan kemandirian siswa - Membangun dan menguatkan budaya karakter - Menciptakan lingkungan nyaman, kondusif dan islami
4.	SMA IT	Meluluskan siswa-siswi yang berakhlak, berprestasi, mandiri, dan berwawasan lingkungan	- Mengembangkan Akhlak dan Kepribadian Siswa Berdasarkan Nilai-Nilai Islami - Membangun Budaya Akademik pada Siswa - Menerapkan Konsep Berpikir Kritis dalam Layanan Pendidikan - Menumbuhkan Pola Sikap Kemandirian dalam Budaya Sekolah - Menginovasi

			Budaya Lingkungan yang Sehat, Bersih dan Lestari
5.	SMP IT HQBS	Meluluskan Siswa yang Qur'ani, Berakhlak Mulia, dan Terampil	- Menjadi lembaga dakwah berbasis pendidikan - Menerapkan pendidikan berwawasan qur'ani - Membina kepribadian berakhlak mulia - Menumbuhkan keterampilan teknologi berbasis qur'an dan sunnah - Mengembangkan keterampilan kehidupan yang berkesinambungan

Sumber: Profil Sekolah Islam Terpadu Ukhuwah Kalimantan Selatan

4. Fasilitas Sekolah Islam Terpadu Ukhuwah Banjarmasin

Keberadaan sarana dan prasarana yang lengkap merupakan perwujudan dari komitmen Sekolah Islam Terpadu Ukhuwah dalam menyediakan ekosistem pendidikan yang holistik bagi peserta didik. Dalam perspektif manajemen jasa pendidikan, fasilitas merupakan aset strategis yang secara langsung memengaruhi tingkat kepercayaan orang tua siswa sebagai konsumen pendidikan.² Adapun rincian sarana dan prasarana di SIT Ukhuwah Banjarmasin antara lain:

² Evi Zulfiah, dkk, "Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan dalam Meningkatkan Minat Masyarakat Masuk Sekolah Dasar Islam Terpadu", dalam *Ideguru: Jurnal Karya Ilmiah Guru*, Vol.8, No.3, September 2023, 416.

Tabel 4.5 Fasilitas Sekolah Islam Terpadu Ukhuwah Banjarmasin

No.	Unit Pendidikan	Fasilitas
1.	PAUD IT	- Ruang Kelas - Ruang Guru - Kantor - Toilet Siswa & Guru - Halaman Bermain Indoor & Outdoor (Playground) - Perpustakaan - Tempat Wudhu - Gedung Perlengkapan - Layanan Bimbingan & Konseling - UKS - Wastafel - Ruang Bayi - Ruang Balita - Ruang Makan/Saji - Toilet Umum - Alat Peraga - Taman - Kolam Renang
2.	SDIT 1 & 2	- Ruang Kelas - Ruang Guru - Kantor - Toilet Siswa & Guru - Perpustakaan - Layanan Bimbingan & Konseling - Kantin Sekolah - Aula - Lapangan Olahraga - Lapangan Upacara - Mushalla - Taman - Lab. Komputer - Wastafel dan Air Minum
3.	SMPIT	- Ruang Kelas - Ruang Guru - Kantor - Gedung Serbaguna - Perpustakaan - Toilet Siswa & Guru - UKS - Layanan Bimbingan & Konseling - Masjid - Taman - Kolam Ikan Hias

		- Lab. Komputer - Lab. Bahasa - Perangkat Ajar Al-Qur'an (Metode UMMI) - Lapangan Olahraga - Kantin Sekolah - Ukhuwah Mart - Gelanggang Olahraga (GOR)
4.	SMAIT	- Ruang Kelas - Ruang Guru - Kantor - Gedung Asrama (Putra & Putri) - Gedung Serbaguna - Lapangan Olahraga - Ruang Pertemuan - Media dan Alat Peraga Pembelajaran - Ruang OSIS - Kantin Sekolah - Ukhuwah Mart - Layanan Bimbingan dan Konseling - UKS - Perpustakaan - Lab. Komputer - Lab. IPA
5.	SMP IT HQBS	- Ruang Kelas - Ruang Guru - Kantor - Gedung Asrama (Putra & Putri) - Ruang Makan - UKS - Masjid - Perpustakaan - Layanan Bimbingan dan Konseling - Lapangan Olahraga - Lapangan Upacara - Lab. Komputer - Lab. IPA

Sumber: Profil Sekolah Islam Terpadu Ukhuwah Kalimantan Selatan

Di samping sarana prasarana akademik, Sekolah Islam Terpadu Ukhuwah juga memfasilitasi ruang kerja khusus bagi unit Humas IT. Fasilitas ini bertindak sebagai pusat produksi konten visual dengan kelengkapan sebagai berikut:

Tabel 4.6 Fasilitas Humas IT Sekolah Islam Terpadu Ukhuwah Banjarmasin

No.	Spesifikasi Perangkat	Jenis Perangkat
1.	Perangkat Kerja (<i>Workstation</i>)	- Komputer/PC - <i>Software</i> (CorelDraw, Canva, Adobe Premier Pro)
2.	Perangkat Dokumentasi	- Kamera DSLR dan Mirrorless - Lensa Kamera - Stabilizer - Drone - Tripod
3.	Perangkat Audio	- Mikrofon Wireless - Mikrofon Clip-On
4.	Penyimpanan Data	- Harddisk - Flashdisk - Google Drive
5.	Jaringan	- WiFi
6.	Ruangan	- Meja dan Kursi Supervisor - Meja dan Kursi Tim Kreatif - Ruang Tamu - Buku Profil SIT Ukhuwah

Sumber: Hasil Observasi Peneliti di Ruang Humas IT Sekolah Islam Terpadu Ukhuwah Banjarmasin

5. Rekapitulasi Guru, Tenaga Pendidik, dan Siswa Sekolah Islam Terpadu Ukhuwah Banjarmasin

Sebagai salah satu institusi pendidikan Islam terpadu terbesar di Kalimantan Selatan, Sekolah Islam Terpadu Ukhuwah Banjarmasin memiliki skala operasional manajerial yang sangat luas. Hingga saat penelitian ini dilaksanakan, ekosistem SIT Ukhuwah tercatat menaungi ribuan peserta didik yang tersebar di jenjang PAUD, SD, SMP, hingga SMA, baik di cabang Banjarmasin maupun *boarding school* di Banjarbaru. Untuk melayani skala pendidikan yang masif tersebut, yayasan didukung oleh ratusan Pendidik dan Tenaga Kependidikan (PTK) profesional.

Tabel 4.7 Data Siswa, Guru, Tendik Sekolah Islam Terpadu Ukhuwah Banjarmasin

No.	Unit Pendidikan	Siswa		Guru		Tendik	
		Lk	Pr	Lk	Pr	Lk	Pr
1.	PAUD IT	56	44	0	11	0	1
2.	SDIT 1 & 2	353	283	11	38	2	3
3.	SMPIT	233	245	8	18	10	20
4.	SMAIT	257	260	7	25	5	1
5.	SMP HQBS	129	125	9	8	2	4
Total		1028	957	35	100	19	29

Sumber: Data Pokok Pendidikan (DAPODIK) Direktorat Jenderal Pendidikan Anak Usia Dini, Pendidikan Dasar dan Pendidikan Menengah Tahun 2026

Berdasarkan rekapitulasi data demografi lembaga, Sekolah Islam Terpadu (SIT) Ukhuwah mengelola skala operasional pendidikan yang sangat masif. Tercatat, total keseluruhan peserta didik dari jenjang PAUD IT hingga menengah atas mencapai 1.985 siswa. Untuk menunjang optimalisasi layanan akademik dan administratif bagi ribuan siswa tersebut, Sekolah Islam Terpadu Ukhuwah didukung oleh sumber daya manusia yang memadai, yakni sebanyak 135 orang guru serta 48 orang tenaga kependidikan. Besarnya entitas pendidik dan peserta didik ini menjadi bukti konkret luasnya jangkauan layanan yayasan, yang pada gilirannya menuntut unit Humas untuk mengelola arus informasi dan *visual branding* lembaga secara terstruktur dan profesional.

6. Media Sosial Sekolah Islam Terpadu Ukhuwah Banjarmasin

Sekolah Islam Terpadu Ukhuwah memanfaatkan platform media sosial sebagai alat utama dalam pelaksanaan kegiatan kehumasan digital. Platform-platform tersebut difungsikan oleh tim Humas IT untuk mendistribusikan program sekolah, layanan pendidikan, serta dokumentasi kepada masyarakat luas,

khususnya wali murid dan calon peserta didik. Adapun rincian akun media digital SIT Ukhuwah adalah sebagai berikut:

Tabel 4.8 Media Sosial Sekolah Islam Terpadu Ukhuwah Banjarmasin

No.	Platform	Nama Akun	Jumlah Statistik
1.	Instagram	sit_ukhuwahbjm	3.814 Pengikut
2.	Facebook	SIT Ukhuwah	1.668 Pengikut
3.	Youtube	SIT Ukhuwah	1.820 Pelanggan
4	Website	https://situkhuwah.sch.id/	116.581 Pengunjung

Sumber: Data Humas IT Sekolah Islam Terpadu Ukhuwah Banjarmasin (28 April 2026)

Secara keseluruhan, ketersediaan dan keaktifan berbagai akun media sosial resmi tersebut membuktikan bahwa SIT Ukhuwah telah mengimplementasikan sistem kehumasan berbasis digital. Pengelolaan seluruh platform ini diintegrasikan di bawah pengawasan unit Humas guna memastikan bahwa setiap informasi dan publikasi visual yang didistribusikan kepada masyarakat memiliki standar kualitas dan konsistensi yang sesuai dengan kebijakan mutu lembaga. Kesiapan infrastruktur digital inilah yang menjadi landasan operasional terjadinya pergeseran fungsi kehumasan, yang proses transformasinya akan dianalisis secara mendalam pada bab pembahasan.

B. Penyajian Data

1. Inovasi Humas SIT Ukhuwah Berbasis Preferensi Generasi Baru

a. Respons Institusi terhadap Transisi Perilaku Konsumen

Perkembangan pola komunikasi publik di SIT Ukhuwah Banjarmasin dipengaruhi oleh perubahan karakteristik orang tua siswa yang saat ini didominasi oleh Generasi Milenial dan Generasi Z. Pada masa awal berdirinya, kepercayaan masyarakat terhadap SIT Ukhuwah dibangun melalui komunikasi konvensional yang mengandalkan *Word of Mouth* (WOM). Reputasi sekolah berkembang dari

testimoni para wali murid yang saling berbagi pengalaman mengenai kualitas pendidikan di SIT Ukhuwah. Pola komunikasi dari mulut ke mulut tersebut menjadi instrumen utama dalam membangun citra sekolah di tengah masyarakat. Sebagaimana dijelaskan oleh Ust. Rustomo:

"Banyak wali murid yang masuk ke sini karena istilah orang Banjar itu 'Ujar si anu, anak si anu sekolah di sini bagus banar bacaan mengajinya, bagus jua akhlaknya'. Pernyataan dari mulut ke mulut inilah yang menjadi bukti paling kuat bagi orang tua zaman dulu bahwa kualitas SIT Ukhuwah memang tidak diragukan lagi".³

Strategi komunikasi berbasis rekomendasi lisan tersebut dinilai efektif karena sesuai dengan karakteristik orang tua dari Generasi X yang cenderung menerima informasi berdasarkan pengalaman orang lain, otoritas, maupun pengaruh lingkungan sosial. Namun demikian, pihak manajemen SIT Ukhuwah mengamati adanya perubahan perilaku yang cukup signifikan seiring bergantinya generasi orang tua siswa. Orang tua yang berasal dari Generasi Milenial dan Generasi Z memiliki kecenderungan lebih aktif dalam mencari informasi secara mandiri. Mereka tidak lagi sepenuhnya bergantung pada rekomendasi lisan, melainkan melakukan verifikasi melalui berbagai sumber digital sebelum menentukan pilihan sekolah. Ust. Rustomo menjelaskan:

"Sekarang orang tua memang masih saling mengabarkan lewat mulut ke mulut, tapi bedanya, kalau dulu mereka langsung percaya, kalau sekarang mereka melakukan cek dulu di internet. Mereka baca beritanya, lalu buka Google Maps untuk lihat bangunan... Karena mencari informasi sekarang semudah itu, kami pun mulai melakukan perubahan".⁴

³ Wawancara dengan Ust. Rustomo, 23 April 2026, Ruang Humas SIT Ukhuwah Banjarmasin.

⁴ Wawancara dengan Ust. Rustomo, 23 April 2026, Ruang Humas SIT Ukhuwah Banjarmasin.

Perubahan perilaku tersebut kemudian menjadi dasar bagi Unit Humas IT SIT Ukhuwah untuk menyesuaikan strategi komunikasinya. Berdasarkan hasil penelitian lapangan, media sosial tidak lagi sekadar dimanfaatkan sebagai sarana dokumentasi kegiatan sekolah, tetapi telah berkembang menjadi etalase digital yang menampilkan identitas sekaligus kredibilitas institusi kepada masyarakat.

Ust. Iwan Rudini, S.Kom., selaku Supervisor Humas IT, menjelaskan:

"Realitanya, orang tua saat ini mayoritas menghabiskan waktu mereka dengan pola komunikasi yang sudah sepenuhnya berpindah ke media sosial. Saat ini, kecenderungannya adalah ketika orang tua ingin mencari sekolah, langkah pertama yang mereka lakukan adalah mencari akun Instagram-nya untuk melihat-lihat kualitasnya secara visual. Jika mereka merasa cocok, barulah muncul ketertarikan".⁵

Penyesuaian yang dilakukan institusi tidak hanya terlihat pada aspek komunikasi dan promosi, tetapi juga pada modernisasi layanan administrasi sekolah. Salah satu langkah yang ditempuh adalah mengubah sistem penerimaan peserta didik baru dari mekanisme berbasis dokumen fisik menjadi layanan daring yang terintegrasi. Pada tahap awal implementasinya, proses digitalisasi sempat menghadapi beberapa kendala, terutama berkaitan dengan kemampuan sebagian orang tua dalam menggunakan teknologi digital. Akan tetapi, kondisi tersebut berangsur membaik seiring meningkatnya literasi digital para orang tua. Sebagaimana disampaikan oleh Ust. Iwan:

"Masa transisi dari sistem manual ke digital ini memang sempat mengalami kendala teknis... Namun, dalam dua tahun terakhir, kendala tersebut sudah sangat berkurang karena karakteristik orang tua saat ini didominasi oleh Generasi Milenial yang sudah sangat melek teknologi".⁶

⁵ Wawancara dengan Ust. Iwan Rudini, 16 April 2026, Ruang Humas SIT Ukhuwah Banjarmasin.

⁶ Wawancara dengan Ust. Iwan Rudini, 16 April 2026, Ruang Humas SIT Ukhuwah Banjarmasin.

Berdasarkan temuan penelitian tersebut, inovasi yang dilakukan oleh manajemen humas SIT Ukhuwah menunjukkan adanya respons strategis terhadap perubahan ekosistem informasi di bidang pendidikan. Pemahaman terhadap karakteristik dan perilaku orang tua dari generasi baru menjadi landasan dalam menggeser pola komunikasi lembaga dari pendekatan konvensional menuju strategi *Cyber Public Relations*. Transformasi ini dilakukan untuk menjawab tuntutan masyarakat akan keterbukaan informasi, kemudahan akses layanan, serta komunikasi yang lebih efektif sesuai dengan dinamika era digital.

b. Perluasan Promosi Institusi ke Platform Digital

Sebelum memanfaatkan ekosistem digital secara optimal, aktivitas kehumasan di SIT Ukhuwah lebih banyak dilakukan melalui pendekatan promosi konvensional. Pada masa ketika internet belum menjadi media utama penyebaran informasi, strategi promosi sekolah, khususnya menjelang Seleksi Penerimaan Murid Baru (SPMB), masih mengandalkan media cetak sebagai sarana komunikasi kepada masyarakat.

Dalam pelaksanaannya, sekolah tidak hanya mencetak materi promosi, tetapi juga menyusun pola distribusi yang terencana agar informasi dapat menjangkau masyarakat secara luas. Salah satu strategi yang digunakan adalah penyebaran brosur lintas jenjang pendidikan serta penitipan materi promosi di berbagai fasilitas publik. Mengenai strategi tersebut, Ust. Rustomo menjelaskan:

"Setiap musim SPMB kami mengandalkan brosur cetak... Distribusinya sampai ke kantor-kantor kecamatan, puskesmas, kantor desa... Strateginya begini, kami lihat dulu, misal ada sekolah yang hanya ada jenjang TK, maka kami titipkan brosur pendaftaran SD di sana. Kami edarkan ke

mana-mana, termasuk dititipkan melalui orang tua siswa yang sudah ada di sini."⁷

Selain menggunakan brosur, SIT Ukhuwah juga secara rutin memanfaatkan media cetak melalui pemasangan iklan di surat kabar regional. Yayasan mengalokasikan anggaran khusus untuk membeli ruang iklan berbayar sebagai media promosi sekolah. Menurut Ust. Rustomo, penggunaan surat kabar pada masa itu didasarkan pada kebiasaan masyarakat yang masih menjadikan koran sebagai sumber informasi utama.

"Selain brosur, kami dulu juga masuk iklan koran, seperti di Banjarmasin Post... Kenapa koran? Karena dulu orang belum punya HP yang ada internetnya, jadi sumber informasi utama ya membaca koran. Orang tua zaman dulu itu kalau berlangganan koran... di sanalah mereka menemukan informasi pendaftaran SIT Ukhuwah."⁸

Jika ditinjau dari perspektif manajemen komunikasi, pola kehumasan tersebut menunjukkan karakteristik model *Public Information*, yaitu komunikasi satu arah di mana lembaga berperan sebagai penyampai informasi kepada masyarakat. Meskipun mampu menjangkau khalayak luas, pendekatan ini memiliki keterbatasan karena pihak sekolah tidak memiliki indikator yang jelas untuk mengukur efektivitas promosi, seperti jumlah pembaca iklan atau penerima brosur yang akhirnya melakukan pendaftaran.

Memasuki era perkembangan teknologi digital, efektivitas promosi konvensional mulai mengalami penurunan. Di sisi lain, biaya pemasangan iklan di media cetak terus meningkat sehingga dinilai kurang efisien dibandingkan manfaat yang diperoleh. Kondisi tersebut mendorong manajemen untuk

⁷ Wawancara dengan Ust. Rustomo, 23 April 2026, Ruang Humas SIT Ukhuwah Banjarmasin.

⁸ Wawancara dengan Ust. Rustomo, 23 April 2026, Ruang Humas SIT Ukhuwah Banjarmasin.

mengevaluasi kembali strategi promosi yang digunakan dan mulai mengurangi penggunaan media cetak.

Perubahan arah strategi promosi tersebut dijelaskan oleh Ust. Rustomo sebagai berikut:

"Kami kurangi cetakan brosur, dan kami kurangi durasi iklan di koran karena biaya pasang iklan koran itu semakin lama semakin mahal. Sejak saat itulah kami fokuskan promosi ke media sosial. Dimulai dari Facebook di tahun 2013, lalu sekitar tahun 2018 kami mulai aktif di Instagram, dan yang terbaru YouTube."⁹

Meskipun demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa proses transisi menuju pemanfaatan media digital tidak berlangsung secara instan. Pada periode awal sekitar tahun 2010 hingga 2013, platform seperti Facebook dan Blogger sebenarnya telah digunakan oleh sekolah, tetapi pemanfaatannya masih sangat sederhana dan belum dikelola secara sistematis sebagai media hubungan masyarakat.

Kondisi tersebut dikonfirmasi oleh Ust. Iwan Rudini, S.Kom., yang pada saat itu masih berperan sebagai tenaga pendidik sebelum bergabung dengan unit Humas pada tahun 2019. Beliau menjelaskan bahwa media sosial sekolah awalnya hanya berfungsi sebagai tempat penyimpanan dokumentasi kegiatan.

"Setahu saya, kondisi dulu memang sudah punya media sosial, cuma penggunaannya masih terbatas untuk sekadar arsip foto-foto kegiatan saja. Pemasaran kita pun masih sangat konvensional... Alhamdulillah saat saya masuk (Humas) di tahun 2019, fondasi digitalnya sudah ada... Jadi, tugas saya bersama tim saat itu tinggal melanjutkan dan mulai merapikan agar lebih konsisten."¹⁰

⁹ Wawancara dengan Ust. Rustomo, 23 April 2026, Ruang Humas SIT Ukhuwah Banjarmasin.

¹⁰ Wawancara dengan Ust. Iwan Rudini, 16 April 2026, Ruang Humas SIT Ukhuwah Banjarmasin.

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa fungsi media sosial di SIT Ukhuwah mengalami perubahan secara bertahap. Platform yang semula hanya digunakan sebagai dokumentasi kegiatan kemudian dikembangkan menjadi media promosi sekaligus sarana komunikasi publik yang lebih aktif. Pengelolaan media digital mulai diarahkan secara lebih profesional ketika pihak sekolah menyadari pentingnya penyajian informasi visual untuk membangun citra dan meningkatkan daya tarik lembaga di mata masyarakat.

SIT Ukhuwah sendiri dikenal sebagai pelopor penerapan sistem *Full Day School* di Provinsi Kalimantan Selatan sejak tahun 2001. Sistem tersebut dirancang untuk memberikan layanan pendidikan sekaligus pengawasan terhadap peserta didik selama orang tua bekerja, termasuk pembiasaan ibadah dan pembinaan karakter. Di tengah semakin banyaknya sekolah yang menerapkan konsep serupa, status sebagai pelopor menjadi salah satu keunggulan yang dimiliki oleh SIT Ukhuwah.

Manajemen kemudian menilai bahwa berbagai keunggulan tersebut akan lebih mudah dipahami masyarakat apabila disampaikan melalui konten visual di media digital dibandingkan hanya melalui informasi tertulis pada brosur atau iklan cetak. Oleh karena itu, media sosial dimanfaatkan sebagai sarana untuk memperkenalkan berbagai keunggulan sekolah kepada masyarakat yang lebih luas. Mengenai hal tersebut, Ust. Rustomo menyampaikan:

"Pada tahun 2001, satu-satunya sekolah di Kalimantan Selatan yang menerapkan sistem *Full Day School* hanya SIT Ukhuwah... Inilah alasan mengapa kami harus mengemas semua keunggulan itu ke dalam visual di media sosial. Dulu jangkauan kami hanya di sekitar Banjarmasin, tapi

berkat transformasi ke media sosial saat ini, siswa kami banyak yang datang dari berbagai provinsi di luar Kalimantan Selatan."¹¹

Berdasarkan keseluruhan temuan tersebut, dapat dipahami bahwa perubahan dari sistem kehumasan konvensional menuju *Cyber Public Relations* di SIT Ukhuwah merupakan bagian dari strategi manajerial yang disesuaikan dengan perkembangan teknologi dan perubahan perilaku masyarakat. Transformasi tersebut tidak hanya bertujuan meningkatkan efisiensi penggunaan anggaran promosi, tetapi juga untuk memperluas jangkauan komunikasi serta menyampaikan keunggulan sekolah secara lebih efektif melalui media digital. Dengan demikian, ruang komunikasi yang sebelumnya terbatas pada wilayah lokal kini berkembang menjadi komunikasi yang mampu menjangkau masyarakat lintas daerah.

c. Optimalisasi SDM melalui Perluasan Tupoksi dalam Pembentukan Tim Media

Upaya inovasi dalam pengelolaan *Cyber Public Relations* yang dirancang oleh manajemen pada akhirnya harus diwujudkan melalui implementasi yang nyata di lapangan. Strategi adaptasi media digital tidak akan berjalan optimal apabila tidak didukung oleh sumber daya manusia (SDM) yang mampu menerjemahkan kebijakan tersebut ke dalam praktik kerja sehari-hari. Berdasarkan hasil penelitian, pola pengelolaan SDM di SIT Ukhuwah memiliki karakteristik yang cukup unik jika dibandingkan dengan organisasi formal pada umumnya.

¹¹ Wawancara dengan Ust. Rustomo, 23 April 2026, Ruang Humas SIT Ukhuwah Banjarmasin.

Sebagai lembaga pendidikan swasta yang mengedepankan efisiensi dan fleksibilitas organisasi, SIT Ukhuwah tidak mengembangkan media digital melalui pembentukan struktur baru ataupun perekrutan tenaga eksternal dalam jumlah besar. Sebaliknya, yayasan memilih memanfaatkan potensi pegawai yang sudah ada dengan cara melakukan rotasi tugas serta penyesuaian peran sesuai kebutuhan lembaga yang terus berkembang.

Strategi tersebut diwujudkan melalui perluasan tugas pokok dan fungsi (tupoksi) yang bersifat dinamis. Tidak adanya Surat Keputusan (SK) khusus untuk jabatan humas bukan berarti fungsi kehumasan tidak berjalan, melainkan menunjukkan bahwa budaya kerja di SIT Ukhuwah lebih menekankan pada fleksibilitas pembagian tugas. Sebagaimana disampaikan oleh Ust. Rustomo, penempatan personel di lingkungan SIT Ukhuwah selalu disesuaikan dengan kebutuhan organisasi yang muncul.

"Di sini intinya menyesuaikan kebutuhan. Ketika ada permasalahan atau kebutuhan baru di sekolah, lalu ada SDM yang bisa menanganinya, maka ia akan diberikan tupoksi tersebut sesuai adaptasinya. Secara khusus SK-nya memang tidak ada. Jadi posisi kami di sini sering di-roll (diputar) saja. Misalnya saya sendiri, sebelumnya saya menangani Humas, lalu sekarang di-roll menangani bagian SDM. Semuanya murni menyesuaikan kebutuhan lembaga."¹²

Pernyataan tersebut menggambarkan bahwa pengelolaan SDM di SIT Ukhuwah mengedepankan kemampuan adaptasi organisasi dalam memanfaatkan sumber daya yang dimiliki sesuai perkembangan kebutuhan. Fleksibilitas tersebut tidak terlepas dari status SIT Ukhuwah sebagai lembaga pendidikan swasta yang berada di bawah naungan yayasan mandiri. Dibandingkan sekolah negeri yang

¹² Wawancara dengan Ust. Rustomo, 15 Juni 2026, Ruang Humas SIT Ukhuwah Banjarmasin.

umumnya memiliki prosedur administratif lebih kompleks, yayasan memiliki keleluasaan lebih besar dalam mengatur SDM maupun alokasi anggaran sehingga proses pengambilan keputusan dapat dilakukan dengan lebih cepat.

"Kalau kita bandingkan dengan sekolah negeri, sistemnya tentu berbeda. Di negeri, setiap pembentukan tim baru biasanya wajib disertai SK resmi karena itu berkaitan langsung dengan administrasi pencairan dana dari pemerintah. Kalau kita di swasta, yayasan punya otonomi sendiri untuk mengatur SDM dan anggarannya. Selama pimpinan yayasan melihat ada kebutuhan mendesak dan ada anggarannya, kita bisa langsung mengeksekusi program tanpa harus tersandera oleh birokrasi SK yang berlapis. Kecepatan bergerak inilah yang kita jaga."¹³

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa tidak adanya nomenklatur khusus "Humas" dalam struktur organisasi bukanlah bentuk pengabaian terhadap administrasi kelembagaan, melainkan bagian dari upaya menjaga efisiensi birokrasi. Dari sisi legalitas, seluruh pegawai tetap berada di bawah payung hukum SK Pegawai Tetap Yayasan. Dengan dasar tersebut, pimpinan memiliki kewenangan untuk melakukan redistribusi tugas sesuai kebutuhan tanpa harus menerbitkan SK baru setiap kali muncul program atau kebijakan baru.

"Untuk urusan legalitas, kita tetap punya aturan dan pijakan yang jelas. Payung hukum utama bagi setiap staf di sini adalah SK Pegawai Tetap dari Yayasan. Nah, di bawah payung SK tersebut, pimpinan memiliki hak prerogatif. Jadi, kalau pimpinan melihat ada potensi pada diri pegawai untuk mengelola media atau Humas, pimpinan tinggal memberikan penugasan langsung. Payung utamanya tetap sebagai pegawai yayasan, namun area tugasnya bisa terus diperluas sesuai dengan instruksi pimpinan dan kebutuhan lembaga saat itu."¹⁴

Kebijakan tersebut terlihat pada penunjukan Ust. Iwan Rudini, S.Kom. sebagai Supervisor Humas IT. Penugasan tersebut bukan melalui proses

¹³ Wawancara dengan Ust. Rustomo, 15 Juni 2026, Ruang Humas SIT Ukhuwah Banjarmasin.

¹⁴ Wawancara dengan Ust. Rustomo, 15 Juni 2026, Ruang Humas SIT Ukhuwah Banjarmasin.

rekrutmen baru, melainkan berdasarkan pengalaman beliau di SIT Ukhuwah serta kompetensi teknis yang telah dimiliki dalam pengelolaan media digital sekolah. Secara administratif, status kepegawaiannya tetap mengacu pada SK Pegawai Tetap Yayasan melalui Surat Keputusan Ketua Yayasan Ukhuwah Nomor 339/SK-PPT/YS-UKH/VII/2025 yang menetapkan dirinya sebagai pegawai yayasan bidang pendidikan sejak 1 Juni 2013,¹⁵ sementara tugas di bidang humas diberikan sebagai bentuk penyesuaian terhadap kebutuhan organisasi.

Menurut penuturan Ust. Iwan, perpindahan tugasnya ke bagian humas terjadi seiring berkembangnya kebutuhan pengelolaan media digital di lingkungan SIT Ukhuwah.

"Saya sendiri mulai bergabung di SIT Ukhuwah ini sejak tahun 2013, tapi waktu itu tugas saya masih mengajar di unit SD dan SMA, belum di bagian Humas. Baru di tahun 2019 saya resmi ditarik ke unit Humas. Alhamdulillah saat saya masuk, fondasi digitalnya sudah ada. Jadi tugas saya bersama tim saat itu tinggal melanjutkan dan mulai merapikan agar lebih konsisten."¹⁶

Pengembangan media digital tersebut juga diikuti dengan bertambahnya jumlah personel yang terlibat dalam tim humas. Awalnya, pengelolaan publikasi sekolah dilakukan oleh satu orang saja. Namun, meningkatnya kebutuhan konten digital mendorong yayasan untuk mengoptimalkan pegawai internal yang memiliki kompetensi di bidang multimedia sehingga terbentuk tim yang lebih solid.

"Dulu di awal-awal perintisan, formasi tim tidak langsung sebesar sekarang. Sebelumnya kan Ust. Rustomo meng-handle publikasi sendirian. Kemudian saat saya masuk di tahun 2019, saya berpartner dengan Ust.

¹⁵ Dokumen SK Tentang Unit Tugas Pegawai Tetap Yayasan Ukhuwah Kalimantan Selatan Tahun Ajaran 2025/2026.

¹⁶ Wawancara dengan Ust. Iwan Rudini, 16 April 2026, Ruang Humas SIT Ukhuwah Banjarmasin.

Syahda. Seiring berjalannya waktu dan meningkatnya kebutuhan visual, yayasan melihat ada Ust. Krisna Indra Jaya di unit PAUD yang punya kompetensi mumpuni di bidang desain grafis. Akhirnya beliau ditarik dan dinaikkan ke tingkat yayasan untuk bergabung di tim Humas IT."¹⁷

Seiring berkembangnya tim tersebut, pembagian tugas juga semakin terstruktur sesuai dengan keahlian masing-masing personel. Supervisor Humas IT berperan sebagai penghubung antara kebijakan pimpinan dengan pelaksanaan teknis di lapangan, sementara setiap anggota tim memiliki tanggung jawab yang berbeda sesuai spesialisasi yang dimiliki.

"Posisi saya sebagai Supervisor di sini berfungsi sebagai jembatan yang meneruskan kebijakan dari atasan (Direktur) kepada staf tim untuk dieksekusi secara teknis. Unit Humas IT sendiri terdiri dari empat personil dengan spesialisasi masing-masing: Ust. Krisna bertanggung jawab pada desain grafis seperti flyer, pamflet, dan spanduk, Ust. Syahda berfokus pada produksi video dan proses editing, serta Ust. Endang yang bertugas sebagai teknisi pendukung."¹⁸

Pembagian peran tersebut juga tampak dalam pengelolaan media sosial lembaga. Konten visual statis untuk Instagram dan Facebook dikelola oleh personel yang memiliki keahlian desain grafis, sedangkan produksi video untuk YouTube ditangani oleh staf yang memiliki kompetensi di bidang videografi dan penyuntingan.

Hasil observasi lapangan turut memperkuat temuan tersebut. Dalam aktivitas sehari-hari, peneliti tidak menemukan sekat birokrasi yang kaku di antara anggota tim media. Seluruh personel bekerja secara kolaboratif sesuai bidang keahlian masing-masing, namun tetap saling mendukung ketika diperlukan.¹⁹ Pola

¹⁷ Wawancara dengan Ust. Iwan Rudini, 16 April 2026, Ruang Humas SIT Ukhuwah Banjarmasin.

¹⁸ Wawancara dengan Ust. Iwan Rudini, 16 April 2026, Ruang Humas SIT Ukhuwah Banjarmasin.

¹⁹ *Observasi Peneliti*, Ruang Humas SIT Ukhuwah Banjarmasin, 16 April 2026.

kerja seperti ini membuat proses produksi konten digital berlangsung lebih efektif sekaligus memperlihatkan tingginya fleksibilitas organisasi dalam mengelola sumber daya yang dimiliki.

Jika dilihat dari perspektif administrasi, tidak adanya nomenklatur humas dalam struktur formal mungkin dianggap sebagai kelemahan. Namun, dari perspektif SIT Ukhuwah, kondisi tersebut justru menjadi keunggulan karena memungkinkan organisasi bergerak lebih cepat dalam merespons perubahan. Yayasan dapat mengalihkan personel yang memiliki kompetensi sesuai tanpa harus melalui prosedur birokrasi yang panjang.

Pada akhirnya, pembentukan tim media di SIT Ukhuwah lahir dari kesamaan visi pimpinan dalam memperkuat komunikasi publik melalui media digital. Tim tersebut dibangun dari pegawai internal yang telah memahami budaya organisasi sehingga mampu menghasilkan konten yang sesuai dengan karakter dan identitas sekolah. Dengan demikian, inovasi di bidang kehumasan tidak selalu harus diwujudkan melalui pembentukan struktur organisasi baru, tetapi dapat dilakukan melalui optimalisasi sumber daya manusia yang telah dimiliki.

Secara keseluruhan, strategi optimalisasi SDM melalui perluasan tupoksi menunjukkan kemampuan adaptasi kelembagaan dalam menghadapi perkembangan komunikasi digital. Fleksibilitas organisasi menjadi modal penting untuk menjembatani kebijakan yayasan dengan implementasi teknis di lapangan. Tim media yang terbentuk kemudian menjadi penggerak utama dalam proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, hingga pengawasan produksi konten digital yang mendukung penguatan citra SIT Ukhuwah di ruang siber. Temuan ini

menunjukkan bahwa keberhasilan operasional tim humas lebih banyak ditopang oleh kompetensi, loyalitas, dan kemampuan adaptasi pegawai dibandingkan dengan kekakuan struktur birokrasi formal.

2. Pengelolaan Produksi Konten Visual dan Modernisasi Citra SIT Ukhuwah Banjarmasin

a. Perencanaan (*Planning*) dalam Strategi Konten

Fungsi perencanaan (*planning*) menjadi tahap awal yang sangat menentukan dalam siklus manajemen kehumasan di SIT Ukhuwah. Inovasi media promosi dari media cetak menuju platform digital turut mengubah cara humas menyusun strategi komunikasi. Perencanaan tidak lagi hanya berfokus pada penyusunan jadwal publikasi, tetapi juga diarahkan untuk merancang konten visual yang mampu merepresentasikan identitas lembaga, nilai-nilai yang dipegang, serta berbagai keunggulan yang ingin diperkenalkan kepada masyarakat.

Ust. Iwan Rudini, S.Kom., selaku Supervisor Humas IT, menjelaskan bahwa produksi foto dan video yang dipublikasikan melalui media sosial tidak hanya berfungsi sebagai dokumentasi kegiatan sekolah. Konten visual tersebut dimanfaatkan sebagai media komunikasi untuk membangun citra positif sekaligus menjawab berbagai persepsi yang berkembang di tengah masyarakat. Beliau mengungkapkan:

"Target utama kami dalam memproduksi konten bukan sekadar menyampaikan informasi kegiatan, melainkan sebagai upaya komunikasi kepada publik. Konten kami juga bertujuan untuk menjawab persepsi atau stigma tertentu di masyarakat, misalnya anggapan bahwa SIT Ukhuwah adalah sekolah yang mahal. Melalui video dan foto, kami ingin menunjukkan bahwa biaya tersebut berbanding lurus dengan kualitas

lulusan yang dihasilkan. Kami menonjolkan keunggulan spesifik seperti program Al-Qur'an yang telah mencetak lebih dari 100 hafidz."²⁰

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa proses perencanaan konten di SIT Ukhuwah disusun secara terarah dengan mempertimbangkan tujuan komunikasi yang ingin dicapai. Konten yang dipublikasikan tidak hanya berisi informasi kegiatan, tetapi juga dirancang untuk membangun pemahaman masyarakat mengenai nilai dan kualitas pendidikan yang ditawarkan. Melalui strategi tersebut, tim humas berupaya mengubah persepsi tentang tingginya biaya pendidikan menjadi pandangan bahwa biaya tersebut merupakan investasi yang sepadan dengan kualitas akademik maupun pembinaan karakter dan keagamaan yang diterima peserta didik.

Pelaksanaan perencanaan konten di SIT Ukhuwah juga didukung oleh mekanisme Briefing Koordinasi Harian yang bersifat dinamis dan responsif, sehingga tidak hanya bergantung pada evaluasi bulanan yang bersifat formal. Berdasarkan dokumen *Notulensi Koordinasi Harian Humas IT Yayasan Ukhuwah* selama bulan Mei 2026, briefing ini dipimpin langsung oleh Direktur Pendidikan, Dr. H. Khairani, M.Pd.I., setiap pukul 07.30 WITA di Ruang Humas IT sebelum kegiatan pembelajaran dimulai. Kegiatan tersebut diikuti oleh Supervisor Humas IT bersama seluruh staf kreatif dan tim teknis sebagai forum untuk menyusun arah publikasi sekolah yang akan dilaksanakan pada hari itu.²¹

Dalam briefing tersebut, perencanaan konten dibagi ke dalam dua kategori, yaitu perencanaan terjadwal dan perencanaan insidental. Untuk agenda

²⁰ Wawancara dengan Ust. Iwan Rudini, 16 April 2026, Ruang Humas SIT Ukhuwah Banjarmasin.

²¹ Dokumentasi Notulensi Koordinasi Harian Humas Yayasan Ukhuwah Kalimantan Selatan Bulan Mei 2026.

yang telah dijadwalkan dalam kalender akademik, tim humas mengevaluasi kesiapan peliputan berbagai kegiatan utama sekolah, seperti Khataman Imtihan SDIT, Manasik Haji PAUD IT, hingga Haflah Siswa Kelas 12 SMA IT. Pembagian tugas dilakukan secara rinci sesuai kebutuhan, misalnya penugasan khusus untuk dokumentasi video, fotografi, maupun pembuatan materi publikasi seperti flyer.

Di sisi lain, briefing harian juga menjadi ruang untuk merespons berbagai agenda yang muncul secara tiba-tiba. Misalnya, pada briefing tanggal 6 Mei 2026, Direktur Pendidikan menginstruksikan pembuatan flyer ucapan belasungkawa atas wafatnya ulama lokal, Kyai Husin Nafarin, sekaligus flyer ucapan Milad untuk Gubernur yang harus dipublikasikan pada hari yang sama. Contoh lainnya terjadi pada 20 Mei 2026 ketika tim segera menyusun rencana publikasi ucapan selamat atas pelantikan Sekretaris Daerah Kota Banjarmasin. Praktik ini menunjukkan bahwa perencanaan konten di SIT Ukhuwah tidak hanya mengikuti agenda yang telah disusun sebelumnya, tetapi juga mampu beradaptasi secara cepat terhadap berbagai momentum dan isu yang berkembang di masyarakat, sehingga strategi komunikasi yang dijalankan menjadi lebih fleksibel dan relevan.

Kemampuan tim humas dalam merencanakan konten secara cepat dan menyesuaikan diri dengan berbagai situasi menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan di SIT Ukhuwah bersifat adaptif terhadap dinamika yang berkembang di masyarakat. Berbagai momentum aktual dapat segera direspons melalui mekanisme briefing harian sehingga proses publikasi tidak terhambat oleh prosedur administratif yang panjang.

Di samping fleksibilitas tersebut, tim humas tetap memiliki sistem penjadwalan sebagai acuan dalam mengelola konten-konten yang bersifat rutin. Kerangka penjadwalan atau *content calendar* disusun untuk menjaga konsistensi distribusi informasi sekaligus memastikan keseimbangan jenis konten yang dipublikasikan. Namun, berdasarkan hasil wawancara, pola penjadwalan tersebut tidak bersifat tetap, melainkan terus disesuaikan dengan kebutuhan organisasi serta perkembangan strategi pengelolaan media sosial. Ust. Iwan menjelaskan bahwa pada tahun 2023 tim Humas pernah menerapkan pola publikasi berdasarkan tema harian, sebagaimana beliau sampaikan berikut:

"Mengenai penjadwalan konten, pada tahun 2023 kami sempat menerapkan sistem jadwal harian, seperti senin ceria, selasa bahasa, hingga jum'at berkah. Namun, saat ini kami tidak lagi menggunakan pola tersebut karena kami selalu berusaha menyesuaikan strategi dengan kebutuhan setiap tahunnya."²²

Perubahan tersebut menunjukkan adanya evaluasi terhadap sistem pengelolaan konten yang sebelumnya digunakan. Pola penjadwalan harian dinilai kurang fleksibel karena membatasi ruang kreativitas tim dalam memproduksi konten dan berpotensi membuat fokus bergeser pada jumlah unggahan dibandingkan kualitas pesan yang ingin disampaikan. Atas dasar itu, tim humas kemudian mengembangkan pendekatan yang lebih adaptif melalui program unggulan yang diberi nama "Lensa Ukhuwah". Mengenai mekanisme pelaksanaannya, Ust. Iwan menjelaskan:

"Dalam dua tahun terakhir, kami mengalihkan fokus pada program unggulan yang disebut Lensa Ukhuwah. Mekanismenya adalah kami menghimpun seluruh dokumentasi kegiatan yang berlangsung selama

²² Wawancara dengan Ust. Iwan Rudini, 16 April 2026, Ruang Humas SIT Ukhuwah Banjarmasin.

sepekan di tingkat yayasan maupun seluruh unit sekolah. Setiap pekan berikutnya, kami merangkum aktivitas tersebut ke dalam bentuk konten carousel (slide gambar). Dengan pola ini, jadwal tayang kami sekarang bersifat lebih tentatif atau fleksibel."²³

Program tersebut menjadi salah satu bentuk inovasi dalam perencanaan konten media sosial SIT Ukhuwah. Berbagai dokumentasi kegiatan dari unit PAUD, SD, SMP, hingga SMA dihimpun menjadi satu rangkaian publikasi visual yang utuh dan terintegrasi. Pola ini memberikan keleluasaan bagi tim media dalam mengelola konten sekaligus menyajikan gambaran menyeluruh mengenai aktivitas yayasan kepada masyarakat.

Implementasi program "Lensa Ukhuwah" juga diperkuat melalui hasil observasi yang dilakukan peneliti terhadap akun media sosial resmi SIT Ukhuwah. Berdasarkan pengamatan tersebut, unggahan dalam format *carousel* secara konsisten digunakan untuk merangkum berbagai kegiatan yang berlangsung selama satu pekan.²⁴ Dokumentasi tersebut menunjukkan bahwa program ini benar-benar diterapkan sebagai pola publikasi rutin, sedangkan bukti visualnya dapat dilihat secara lebih rinci pada bagian lampiran penelitian.

Secara keseluruhan, fungsi perencanaan dalam manajemen kehumasan SIT Ukhuwah telah berkembang dari pendekatan yang bersifat administratif menjadi lebih strategis dan adaptif terhadap perkembangan media digital. Perencanaan tidak lagi dipahami sekadar sebagai proses menyusun jadwal unggahan, tetapi telah menjadi bagian penting dalam merancang komunikasi visual yang mampu memperkuat citra lembaga, mengelola persepsi publik, serta menyatukan berbagai

²³ Wawancara dengan Ust. Iwan Rudini, 16 April 2026, Ruang Humas SIT Ukhuwah Banjarmasin.

²⁴ *Observasi Peneliti*, Media Sosial Instagram SIT Ukhuwah Banjarmasin, 17 April 2026.

aktivitas institusi ke dalam narasi yang konsisten melalui program "Lensa Ukhuwah".

Praktik tersebut menunjukkan adanya penerapan manajemen komunikasi yang lebih maju melalui pengelolaan isu dan penjadwalan konten yang fleksibel. Perencanaan konten di SIT Ukhuwah tidak lagi ditempatkan sebagai tahap akhir untuk mendokumentasikan kegiatan, melainkan diposisikan sejak awal sebagai strategi komunikasi yang dirancang untuk membangun citra lembaga.

Setiap konten visual dipilih dan disusun berdasarkan nilai yang ingin ditampilkan sehingga mampu membentuk narasi branding yang konsisten. Dengan demikian, fungsi perencanaan tidak hanya menghasilkan dokumentasi kegiatan, tetapi juga mengubahnya menjadi aset komunikasi digital yang berperan penting dalam menjaga reputasi dan meningkatkan daya saing SIT Ukhuwah di ruang publik.

b. Pengorganisasian (*Organizing*) dalam Koordinasi Produksi

Setelah tahap perencanaan (*planning*) disusun, tahapan berikutnya dalam siklus manajemen kehumasan adalah pengorganisasian (*organizing*). Pada tahap ini, pengorganisasian tidak hanya dipahami sebagai pembagian struktur organisasi secara formal, tetapi juga mencakup pengaturan alur kerja, pembagian tugas, serta mekanisme koordinasi dalam proses produksi konten visual. Dengan kata lain, fungsi pengorganisasian menjadi dasar bagi tim humas dalam memastikan setiap proses produksi berjalan secara sistematis dan terkoordinasi.

Sebagai lembaga pendidikan yang menaungi beberapa jenjang pendidikan, mulai dari PAUD, SD, SMP, hingga SMA, SIT Ukhuwah memiliki volume

aktivitas yang cukup padat sehingga memerlukan sistem distribusi informasi yang tertata dengan baik. Berdasarkan hasil wawancara, proses pengorganisasian diawali melalui koordinasi rutin yang dilakukan setiap pagi untuk menyamakan persepsi dan menentukan prioritas pekerjaan yang akan dilaksanakan pada hari tersebut. Hal tersebut dijelaskan oleh Ust. Iwan Rudini sebagai berikut:

"Alur koordinasi dimulai setiap pagi melalui briefing bersama Direktur Pendidikan dan Wakil Direktur untuk menetapkan prioritas kerja hari tersebut. Setelah instruksi diterima, saya bersama Ust. Krisna, Ust. Syahda, dan Ust. Endang langsung mendistribusikan tugas agar berjalan sesuai dengan porsi dan tanggung jawab masing-masing di lapangan."²⁵

Kutipan tersebut menunjukkan bahwa pembagian tugas dalam tim media dilakukan melalui koordinasi yang terstruktur. Briefing harian menjadi sarana untuk menentukan agenda prioritas sekaligus membagi tanggung jawab kepada setiap anggota tim sesuai dengan bidang pekerjaannya. Dengan mekanisme tersebut, setiap personel memahami peran masing-masing sehingga pelaksanaan kegiatan di lapangan dapat berlangsung secara efektif.

Setelah pembagian tugas dilakukan, proses pengorganisasian berlanjut pada pengumpulan dokumentasi kegiatan dari seluruh unit pendidikan. Tim Humas IT di tingkat yayasan menerapkan sistem pengumpulan aset visual secara terpusat, di mana setiap unit sekolah bertugas mendokumentasikan kegiatan yang berlangsung di lingkungannya masing-masing sebelum seluruh hasil dokumentasi tersebut dikirimkan kepada tim humas yayasan untuk diolah lebih lanjut. Mengenai mekanisme tersebut, Ust. Iwan Rudini menjelaskan:

²⁵ Wawancara dengan Ust. Iwan Rudini, 16 April 2026, Ruang Humas SIT Ukhuwah Banjarmasin.

"Mekanismenya adalah kami menghimpun seluruh dokumentasi kegiatan yang berlangsung selama sepekan di tingkat yayasan maupun seluruh unit sekolah. Kegiatan dari masing-masing unit sekolah dikelola oleh humas unitnya sendiri, lalu dikirimkan kepada kami di tingkat yayasan untuk disatukan."²⁶

Proses tersebut memperlihatkan adanya sistem koordinasi yang terintegrasi antara humas di tingkat unit sekolah dengan humas yayasan. Setiap unit memiliki tanggung jawab mendokumentasikan kegiatan masing-masing, sedangkan tim humas yayasan berperan sebagai pusat pengumpulan dan pengelolaan seluruh materi visual sebelum dipublikasikan kepada masyarakat.

Pengorganisasian alur kerja ini juga didukung oleh sistem pengelolaan arsip digital yang tertata dengan baik. Seluruh dokumentasi yang telah diperoleh tidak langsung diproses, tetapi terlebih dahulu diamankan dan disimpan dalam basis data bersama agar mudah diakses kembali ketika dibutuhkan. Mengenai proses tersebut, Ust. Krisna Indra Jaya menjelaskan:

"Setelah agenda selesai, seluruh file mentah segera kami pindahkan ke perangkat laptop atau diunggah ke Google Drive sebagai langkah pengamanan data. Semua hasil produksi, baik desain maupun video, kami arsipkan secara rapi di Google Drive berdasarkan folder bulan berjalan."²⁷

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa pengelolaan arsip digital menjadi bagian penting dalam sistem kerja tim media. Penyimpanan file secara sistematis tidak hanya berfungsi sebagai langkah pengamanan data, tetapi juga memudahkan proses pencarian kembali bahan dokumentasi ketika diperlukan untuk proses produksi maupun kebutuhan publikasi lainnya.

²⁶ Wawancara dengan Ust. Iwan Rudini, 16 April 2026, Ruang Humas SIT Ukhuwah Banjarmasin.

²⁷ Wawancara dengan Ust. Krisna Indra Jaya, 16 April 2026, Ruang Humas SIT Ukhuwah Banjarmasin.

Tahap berikutnya adalah proses pengolahan atau penyuntingan (*editing*), di mana pembagian tugas dilakukan secara lebih spesifik sesuai dengan kompetensi masing-masing anggota tim. Pembagian peran ini bertujuan untuk menghindari tumpang tindih pekerjaan sekaligus meningkatkan efektivitas proses produksi konten. Ust. Krisna Indra Jaya menjelaskan pembagian tugas tersebut sebagai berikut:

"Dalam tim kreatif Humas IT, kami memiliki pembagian tugas yang khusus namun tetap fleksibel. Tanggung jawab utama saya berfokus pada desain grafis. Sementara untuk urusan produksi dan editing video, kendali utamanya dipegang oleh Ust. Syahda. Untuk pengelolaan sosmed, saya bertanggung jawab penuh atas manajemen akun Instagram dan Facebook. Sedangkan untuk kanal YouTube, pengelolaannya dilakukan oleh Ust. Syahda."²⁸

Kutipan tersebut memperlihatkan bahwa meskipun setiap anggota memiliki spesialisasi pekerjaan tertentu, sistem kerja yang diterapkan tetap memberikan ruang untuk saling mendukung apabila diperlukan. Pembagian tugas berdasarkan bidang keahlian membuat proses produksi konten menjadi lebih efisien sekaligus menjaga kualitas hasil yang dipublikasikan pada berbagai platform media sosial.

Secara keseluruhan, fungsi pengorganisasian dalam manajemen produksi visual di SIT Ukhuwah menunjukkan adanya sistem kerja yang terintegrasi antara humas unit sekolah dan humas tingkat yayasan. Proses dimulai dari koordinasi harian, pembagian tugas, pengumpulan dokumentasi, pengelolaan arsip digital, hingga pembagian peran dalam proses editing dan publikasi konten.

²⁸ Wawancara dengan Ust. Iwan Rudini, 16 April 2026, Ruang Humas SIT Ukhuwah Banjarmasin.

Mekanisme tersebut membentuk alur kerja yang sistematis sehingga seluruh proses produksi dapat berjalan secara efektif tanpa terjadi tumpang tindih pekerjaan antaranggota tim. Dengan sistem organisasi yang jelas dan didukung oleh pemanfaatan penyimpanan berbasis *cloud*, pengelolaan konten visual di SIT Ukhuwah mampu berjalan lebih efisien serta mendukung upaya pembangunan citra lembaga melalui media digital.

c. Pelaksanaan (*Actuating*) dalam Eksekusi Konten

Fungsi pelaksanaan (*actuating*) merupakan tahap penting ketika seluruh hasil perencanaan dan pengorganisasian diwujudkan menjadi tindakan nyata. Dalam tata kelola *Cyber Public Relations* di SIT Ukhuwah, pelaksanaan tidak hanya dipahami sebagai proses membuat dan mengunggah konten visual, tetapi juga sebagai upaya menerjemahkan nilai-nilai lembaga ke dalam bentuk komunikasi visual yang mudah diterima oleh audiens.

Tahap awal pelaksanaan dimulai dengan menentukan platform distribusi utama. Di tengah banyaknya pilihan media sosial yang tersedia, manajemen SIT Ukhuwah memilih untuk memusatkan pelaksanaan strategi digital pada satu platform yang dianggap paling efektif. Ust. Iwan Rudini menjelaskan alasan pemilihan tersebut:

"Sosial media kami ada Instagram, Facebook, Youtube. Fokus utama kami saat ini adalah platform Instagram. Kami memilih Instagram sebagai media utama karena platform ini merupakan salah satu media sosial dengan tingkat aksesibilitas tertinggi bagi audiens kami. Secara teknis, akun Instagram kami juga telah terintegrasi secara otomatis dengan Facebook. Jadi, setiap kali kami mengunggah konten di Instagram, postingan tersebut akan langsung terbit di Facebook secara bersamaan."²⁹

²⁹ Wawancara dengan Ust. Iwan Rudini, 16 April 2026, Ruang Humas SIT Ukhuwah Banjarmasin.

Dalam mengimplementasikan ide menjadi konten digital, tim humas juga memiliki prioritas terhadap format konten yang akan diproduksi dan disebarluaskan. Pemilihan format tersebut didasarkan pada pemahaman terhadap algoritma media sosial sekaligus kebiasaan orang tua siswa dalam memperoleh informasi secara digital. Mengenai hal tersebut, Ust. Krisna Indra Jaya menyampaikan:

"Sejauh ini, format Flyer dan Dokumentasi Kegiatan tetap menjadi ujung tombak utama kami. Alasan utamanya adalah karena kedua format ini memiliki keterlihatan yang lebih stabil di feed audiens dibandingkan format lainnya. Selain itu, konten dalam bentuk flyer atau foto dokumentasi lebih memudahkan audiens untuk menyimpan informasi tersebut secara cepat sebagai referensi di kemudian hari."³⁰

Dominasi audiens dari kalangan Generasi Milenial dan Gen Z juga menjadi pertimbangan dalam proses produksi konten. Tim humas memahami bahwa dokumentasi kegiatan harus mampu menampilkan kondisi yang autentik sehingga dapat meningkatkan kepercayaan publik. Oleh karena itu, pendekatan yang digunakan lebih mengedepankan prinsip fotografi jurnalistik yang natural. Ust. Krisna menjelaskan:

"Untuk menjaga keaslian konten, kami menerapkan prinsip pengambilan gambar yang natural. Kami memastikan pengambilan sudut pandang (angle) yang tepat... Sebagai contoh, saat mendokumentasikan kegiatan di unit PAUD, kami mencari angle yang menangkap momen anak-anak saat sedang fokus menggambar atau mewarnai secara alami. Kami sama sekali tidak melakukan intervensi atau mengarahkan gaya mereka demi kebutuhan kamera, kami membiarkan mereka beraktivitas apa adanya."³¹

³⁰ Wawancara dengan Ust. Krisna Indra Jaya, 16 April 2026, Ruang Humas SIT Ukhuwah Banjarmasin.

³¹ Wawancara dengan Ust. Krisna Indra Jaya, 16 April 2026, Ruang Humas SIT Ukhuwah Banjarmasin.

Pelaksanaan produksi konten di SIT Ukhuwah juga selalu diiringi dengan penerapan nilai-nilai syariat Islam dalam proses kurasi visual. Bagi tim humas, aspek estetika tidak hanya bertujuan menarik perhatian audiens, tetapi juga menjadi media untuk menampilkan karakter lembaga melalui visual yang sesuai dengan adab Islam. Hal tersebut disampaikan oleh Ust. Krisna sebagai berikut:

"Dalam setiap proses pengambilan gambar, kami menerapkan standar yang ketat, kami memastikan aurat anak tertutup dengan sempurna, posisi peci yang rapi, hingga postur duduk yang sopan sesuai adab. Melalui detail visual tersebut, kami secara otomatis menginformasikan kepada orang-orang mengenai pembentukan karakter dan sikap siswa di SIT Ukhuwah."³²

Selain memperhatikan aspek nilai keislaman, kualitas teknis produksi juga diatur melalui standar operasional tertentu. Tim humas menjaga kualitas desain dengan menetapkan standar resolusi gambar serta penggunaan perangkat lunak yang mendukung identitas visual lembaga. Mengenai hal tersebut, Ust. Krisna menambahkan:

"Terkait resolusi gambar, pada tingkat yayasan (pusat), kami selalu berkomitmen menggunakan standar resolusi terbaik karena didukung oleh perangkat yang sangat memadai. Namun, untuk tingkat unit sekolah, kami harus lebih fleksibel... Dari sisi desain, kami memiliki standar penggunaan software profesional seperti CorelDRAW untuk menjaga kualitas output. Meskipun demikian, kami masih memperbolehkan penggunaan Canva dengan catatan kualitas visualnya tetap tinggi, mendukung resolusi yang baik, dan hasilnya konsisten dengan identitas sekolah."³³

Konsistensi dalam proses produksi tersebut juga terlihat dari hasil

observasi peneliti di lapangan. Selama melakukan pengamatan di ruang Humas IT SIT Ukhuwah, peneliti menyaksikan secara langsung proses penyuntingan desain grafis maupun video yang dilakukan menggunakan perangkat komputer. Tim

³² Wawancara dengan Ust. Krisna Indra Jaya, 16 April 2026, Ruang Humas SIT Ukhuwah Banjarmasin.

³³ Wawancara dengan Ust. Krisna Indra Jaya, 16 April 2026, Ruang Humas SIT Ukhuwah Banjarmasin.

bekerja dengan cermat dalam menyesuaikan resolusi gambar, melakukan *color grading*, serta menempatkan logo sesuai standar identitas visual yayasan sebelum hasil akhir diekspor menjadi konten yang siap dipublikasikan. Seluruh dokumentasi kegiatan editing tersebut telah disajikan pada bagian lampiran penelitian.³⁴

Pelaksanaan produksi konten yang seragam juga didukung oleh penyediaan fasilitas digital terpusat berupa repositori aset yang dapat dimanfaatkan oleh seluruh unit sekolah. Mengenai hal tersebut, Ust. Iwan menjelaskan:

"Kami juga telah menyediakan platform microsite khusus yang berfungsi sebagai repositori aset digital. Di dalam microsite tersebut, tim humas dari seluruh unit dapat mengakses aset-aset standar seperti logo resmi, template pamflet, video bumper, foto-foto jajaran pimpinan, dan elemen desain lainnya."³⁵

Melalui sistem pengelolaan visual yang terstruktur tersebut, SIT Ukhuwah berupaya membangun citra sebagai lembaga pendidikan yang tetap modern meskipun telah berdiri selama puluhan tahun. Ust. Iwan menegaskan tujuan dari strategi visual yang dijalankan:

"Visualisasi yang kami terapkan, seperti penggunaan desain yang clean, video ada ala-ala sinematiknya, adalah cara kami meruntuhkan stigma sekolah tua yang ketinggalan zaman. Kami ingin menunjukkan bahwa kemapanan sekolah selama 3 dekade ini justru menjadi pondasi untuk inovasi di ranah digital yang lebih profesional dibanding sekolah-sekolah baru."³⁶

³⁴ *Observasi Peneliti*, Ruang Humas SIT Ukhuwah Banjarmasin, 16 April 2026.

³⁵ Wawancara dengan Ust. Iwan Rudini, 16 April 2026, Ruang Humas SIT Ukhuwah Banjarmasin.

³⁶ Wawancara dengan Ust. Iwan Rudini, 16 April 2026, Ruang Humas SIT Ukhuwah Banjarmasin.

Tahap pelaksanaan juga mencakup pengelolaan interaksi dengan masyarakat melalui media sosial. Ketika muncul pertanyaan mengenai Sistem Penerimaan Murid Baru (SPMB) maupun informasi layanan sekolah, tim Humas IT menerapkan pembagian tugas melalui sistem desentralisasi informasi. Mengenai mekanisme tersebut, Ust. Krisna menjelaskan:

"Segala bentuk pertanyaan yang masuk melalui kolom komentar maupun Direct Message (DM) yang berkaitan dengan pendaftaran, akan diarahkan langsung ke unit masing-masing melalui admin media sosial unit atau nomor WhatsApp resmi mereka. Jadi, peran kami lebih sebagai penyedia konten dan pengelola akun utama, sementara interaksi pelayanan informasi yang bersifat transaksional dikelola sepenuhnya oleh unit terkait."³⁷

Secara manajerial, pelaksanaan (*actuating*) dalam tata kelola *Cyber Public Relations* SIT Ukhuwah menunjukkan penerapan konsep *value-based execution*, yaitu pelaksanaan yang berlandaskan pada nilai-nilai institusi. Berbagai keputusan operasional, seperti memprioritaskan flyer statis karena mudah disimpan oleh audiens, mempertahankan dokumentasi yang natural untuk membangun kepercayaan publik, menerapkan standar syariat dalam setiap visual, hingga memberikan fleksibilitas penggunaan Canva selama tetap mengikuti pedoman identitas merek, menunjukkan bahwa setiap proses produksi konten memiliki tujuan strategis yang jelas.

Melalui pendekatan tersebut, dapat disintesiskan bahwa SIT Ukhuwah berhasil mengemas pengalaman dan kemapanan lembaga selama tiga dekade ke dalam visual yang bersih, modern, dan relevan dengan perkembangan media digital saat ini. Di sisi lain, penerapan sistem desentralisasi pelayanan melalui

³⁷ Wawancara dengan Ust. Krisna Indra Jaya, 16 April 2026, Ruang Humas SIT Ukhuwah Banjarmasin.

Direct Message (DM) juga membantu tim Humas IT menjaga fokus pada produksi citra dan pengelolaan komunikasi digital tanpa terbebani oleh layanan administrasi maupun proses pendaftaran yang bersifat teknis.

d. Pengawasan (*Controlling*) dalam Evaluasi Konten

Fungsi pengawasan (*controlling*) merupakan tahapan akhir dalam siklus manajemen kehumasan (*Public Relations Management*) di SIT Ukhuwah. Pada tahap ini, pengawasan tidak hanya dipahami sebagai proses menemukan kesalahan dalam pelaksanaan kerja, tetapi lebih diarahkan sebagai evaluasi yang dilakukan secara sistematis untuk menilai apakah seluruh aktivitas publikasi telah berjalan sesuai dengan perencanaan yang telah disusun sebelumnya. Dalam praktik kehumasan digital, keberhasilan suatu program tidak lagi diukur dari banyaknya media promosi yang disebar, melainkan dari seberapa luas jangkauan (*reach*) dan tingkat interaksi (*engagement*) yang diperoleh melalui data analitik media sosial.

Untuk memastikan bahwa publikasi yang dilakukan tetap efektif dan sesuai dengan tujuan komunikasi lembaga, tim Humas IT SIT Ukhuwah menerapkan mekanisme evaluasi melalui dua pendekatan, yaitu analisis data media sosial dan pelaporan secara berjenjang kepada pimpinan. Mengenai mekanisme tersebut, Ust. Iwan Rudini, S.Kom., menjelaskan:

"Dalam mengevaluasi keberhasilan sebuah konten, kami merujuk pada data insight yang disediakan oleh platform media sosial. Namun, proses evaluasi ini tidak hanya berhenti di tim teknis, kami juga melakukan pelaporan secara berkala kepada Direktur Pendidikan. Pihak Direktorat

akan meninjau laporan-laporan tersebut untuk mengevaluasi efektivitas pesan yang disampaikan."³⁸

Data *insight* media sosial menjadi acuan penting bagi tim kreatif dalam menentukan arah pengembangan konten berikutnya. Melalui pemantauan performa secara berkala, tim dapat mengetahui jenis konten yang paling sesuai dengan preferensi audiens sehingga strategi publikasi dapat disesuaikan berdasarkan data yang tersedia. Ust. Krisna Indra Jaya menjelaskan hasil evaluasi tersebut sebagai berikut:

"Berdasarkan pantauan insight kami secara rutin, konten video merupakan format yang paling sukses memancing interaksi tinggi. Audiens cenderung lebih masif membagikan (*share*) konten video, terutama jika di dalamnya menampilkan aktivitas siswa secara langsung. Faktor keterlibatan emosional orang tua menjadi pendorong utama tingginya angka engagement tersebut. Selain video, konten Flyer Prestasi (baik prestasi siswa maupun institusi) juga terbukti menarik minat publik."³⁹

Hasil evaluasi tersebut juga mendorong tim Humas IT untuk terus melakukan inovasi dalam produksi konten. Tidak hanya berfokus pada dokumentasi kegiatan sekolah, mereka juga mencoba menghadirkan konten edukatif yang memberikan nilai tambah bagi audiens. Mengenai hal tersebut, Ust. Krisna menambahkan:

"Menariknya, kami juga pernah melakukan inovasi dengan memproduksi konten edukatif seperti konten sejarah dan konten bahasa. Inisiatif ini ternyata mendapatkan respon positif dan bahkan menjadi tren yang kemudian diikuti oleh instansi pendidikan lain."⁴⁰

³⁸ Wawancara dengan Ust. Iwan Rudini, 16 April 2026, Ruang Humas SIT Ukhuwah Banjarmasin.

³⁹ Wawancara dengan Ust. Krisna Indra Jaya, 16 April 2026, Ruang Humas SIT Ukhuwah Banjarmasin.

⁴⁰ Wawancara dengan Ust. Krisna Indra Jaya, 16 April 2026, Ruang Humas SIT Ukhuwah Banjarmasin.

Selain mengevaluasi performa konten berdasarkan angka statistik media sosial, fungsi pengawasan di SIT Ukhuwah juga mencakup pengelolaan risiko komunikasi dan potensi krisis yang muncul di ruang digital. Meskipun media sosial memberikan ruang terbuka bagi masyarakat untuk menyampaikan pendapat, pola komunikasi yang diterapkan oleh SIT Ukhuwah mampu meminimalkan munculnya keluhan secara terbuka di akun resmi yayasan.

Mengenai hal tersebut, Ust. Iwan menjelaskan:

"Sejauh ini, kami belum pernah menemui komentar negatif atau keluhan dari orang tua yang disampaikan secara terbuka melalui media sosial institusi. Pola komunikasi orang tua di SIT Ukhuwah cenderung bersifat langsung, jika ada hal yang perlu dikomunikasikan atau dikeluhkan, mereka biasanya langsung menghubungi pihak unit sekolah, baik melalui pesan WhatsApp maupun berkomunikasi dengan wali kelas masing-masing."⁴¹

Mekanisme komunikasi tersebut juga diterapkan dalam menghadapi isu-isu yang berkembang di masyarakat sehingga media sosial utama tetap berfungsi sebagai sarana informasi dan publikasi. Ust. Iwan memberikan contoh sebagai berikut:

"Sebagai contoh, pada isu yang sedang hangat saat ini seperti program Makan Bergizi Gratis (MBG), keluhan atau pertanyaan orang tua tidak masuk ke media sosial kami, melainkan langsung ditujukan kepada sosmed terkait, seperti ke bagian SPPG (Satuan Pelayanan PemenuhGizi). Karena alur komunikasi di sekolah kami sudah memiliki kanal khusus untuk setiap layanan, media sosial tetap terjaga sebagai ruang informasi dan publikasi."⁴²

Penerapan evaluasi berbasis analitik tersebut juga diperkuat melalui hasil observasi yang dilakukan peneliti selama proses penelitian berlangsung. Peneliti

⁴¹ Wawancara dengan Ust. Iwan Rudini, 16 April 2026, Ruang Humas SIT Ukhuwah Banjarmasin.

⁴² Wawancara dengan Ust. Iwan Rudini, 16 April 2026, Ruang Humas SIT Ukhuwah Banjarmasin.

menyaksikan secara langsung bagaimana tim Humas IT memanfaatkan *Professional Dashboard* pada akun Instagram resmi SIT Ukhuwah untuk memantau berbagai indikator performa, seperti jangkauan akun (*accounts reached*), interaksi konten (*content interactions*), serta pertumbuhan jumlah pengikut (*follower growth*) dalam periode tertentu. Seluruh data tersebut kemudian dihimpun menjadi laporan evaluasi kinerja media sosial yang disampaikan kepada Direktorat Pendidikan sebagai bahan pengambilan keputusan. Dokumentasi berupa tangkapan layar hasil pemantauan *insight* Instagram tersebut telah dilampirkan pada bagian lampiran penelitian.⁴³

Secara keseluruhan, implementasi fungsi pengawasan (*controlling*) di Humas IT SIT Ukhuwah menunjukkan bahwa proses evaluasi telah dijalankan dengan pendekatan berbasis data (*data-driven decision making*). Penilaian terhadap keberhasilan konten tidak lagi bergantung pada asumsi atau preferensi subjektif, tetapi didasarkan pada hasil analisis performa media sosial, seperti tingginya jumlah *share* pada konten video maupun tingginya interaksi pada konten prestasi. Hasil evaluasi tersebut kemudian menjadi umpan balik bagi penyusunan strategi komunikasi pada periode berikutnya sehingga membentuk siklus perbaikan yang berkelanjutan, mulai dari tahap evaluasi hingga kembali digunakan sebagai dasar dalam proses perencanaan konten.

Dari sisi pengelolaan reputasi, kemampuan SIT Ukhuwah dalam memisahkan kanal pelayanan administrasi dengan media sosial utama juga menjadi bagian penting dari fungsi pengawasan. Pengelolaan keluhan melalui

⁴³ *Observasi Peneliti*, Ruang Humas SIT Ukhuwah Banjarmasin, 16 April 2026.

WhatsApp unit maupun kanal layanan khusus membuat akun Instagram resmi tetap berfungsi sebagai etalase informasi positif yang menampilkan berbagai keunggulan akademik, kegiatan siswa, dan nilai-nilai institusi. Dengan demikian, citra yang telah dibangun melalui proses perencanaan, pengorganisasian, dan pelaksanaan dapat dipertahankan secara konsisten melalui sistem pengawasan yang terstruktur dan berkesinambungan.

3. Penguatan Institutional Branding melalui Standardisasi Konten Visual SIT Ukhuwah Banjarmasin

a. Standardisasi Identitas Visual sebagai Manifestasi Citra Lembaga

Sebagai lembaga pendidikan yang telah berkiprah selama lebih dari tiga dekade, SIT Ukhuwah Banjarmasin menghadapi tuntutan untuk mempertahankan relevansi dan kekuatan citra lembaga di tengah berkembangnya berbagai sekolah baru. Menyadari pentingnya identitas visual dalam membangun dan memperkuat *institutional branding*, manajemen menerapkan standardisasi pada seluruh materi komunikasi visual, baik yang digunakan untuk kebutuhan administrasi maupun publikasi kepada masyarakat.

Upaya standardisasi tersebut diwujudkan melalui penyusunan pedoman identitas visual yang menjadi acuan bagi seluruh unit pendidikan dalam menghasilkan berbagai materi komunikasi. Ust. Iwan Rudini, S.Kom., selaku Supervisor Humas IT, menjelaskan:

"Kami ingin memastikan bahwa siapapun yang melihat konten SIT Ukhuwah, baik itu akun SD, SMP, maupun SMA, mereka langsung tahu bahwa itu adalah bagian dari Yayasan Ukhuwah. Kami sudah menyeragamkan penggunaan elemen utama seperti logo resmi, tipografi, dan komposisi warna. Tidak boleh lagi ada unit sekolah yang memakai

warna atau logo yang berbeda-beda sesuka hati karena itu akan merusak citra premium yang sudah kita bangun".⁴⁴

Berdasarkan hasil observasi peneliti di ruang Humas IT, penerapan standar tersebut didukung oleh penyediaan repositori aset digital yang terpusat melalui platform *microsite*. Seluruh pengelola humas pada masing-masing unit sekolah diwajibkan menggunakan aset visual yang telah disediakan, seperti logo resmi yayasan, templat pamflet, elemen desain, hingga *bumper* video.⁴⁵ Kebijakan ini diterapkan untuk menjaga konsistensi identitas visual sekaligus meminimalkan perbedaan desain yang dapat memengaruhi kualitas citra lembaga di mata masyarakat.

Standardisasi tidak hanya diterapkan pada aspek grafis, tetapi juga mencakup keseragaman dalam penyajian informasi dan tampilan visual setiap konten. Salah satu implementasinya terlihat pada program "Lensa Ukhuwah" yang menjadi format komunikasi visual bersama bagi seluruh unit pendidikan. Mengenai penerapan standar tersebut, Ust. Krisna Indra Jaya menjelaskan:

"Di tingkat yayasan, kami mengontrol secara ketat tata letak dan penggunaan elemen visual pada konten mingguan. Kami memberikan pedoman yang jelas tentang bagaimana menempatkan logo yayasan dan logo unit agar tetap terlihat harmonis. Dengan adanya standar ini, kualitas visual kita jadi lebih terukur dan memiliki karakter yang kuat sebagai sekolah Islam unggulan".⁴⁶

Penerapan standar identitas visual tersebut memberikan dampak yang nyata terhadap profesionalisme penyajian informasi sekolah. Berdasarkan dokumentasi yang diperoleh peneliti, terlihat adanya perubahan yang cukup

⁴⁴ Wawancara dengan Ust. Iwan Rudini, 16 April 2026, Ruang Humas SIT Ukhuwah Banjarmasin.

⁴⁵ *Observasi Peneliti*, Ruang Humas SIT Ukhuwah Banjarmasin, 16 April 2026.

⁴⁶ Wawancara dengan Ust. Krisna Indra Jaya, 16 April 2026, Ruang Humas SIT Ukhuwah Banjarmasin.

signifikan antara materi publikasi pada periode sebelumnya dengan konten yang diproduksi saat ini.

Jika pada masa lalu desain publikasi masih beragam dan belum memiliki pola yang konsisten, maka saat ini seluruh konten telah menampilkan keselarasan warna, komposisi desain yang lebih bersih, serta penggunaan tipografi yang seragam. Konsistensi tersebut memperkuat identitas SIT Ukhuwah sebagai lembaga pendidikan yang profesional, terpercaya, dan memiliki karakter visual yang mudah dikenali oleh masyarakat melalui setiap konten yang dipublikasikan.

b. Penyelarasan Nilai Religius dan Modernitas dalam Konten

Penyelarasan antara nilai-nilai religius dan unsur modernitas menjadi salah satu strategi utama dalam pengelolaan komunikasi visual di SIT Ukhuwah Banjarmasin. Lembaga menyadari bahwa di tengah perkembangan teknologi dan perubahan pola komunikasi masyarakat, identitas sebagai sekolah Islam perlu disampaikan melalui media visual yang tidak hanya menarik secara estetis, tetapi juga mampu membangun kedekatan emosional dengan audiens digital. Atas dasar tersebut, tim Humas IT mengembangkan pola kerja yang menggabungkan kompetensi di bidang industri kreatif dengan penerapan nilai-nilai syariat, sehingga setiap konten visual yang diproduksi dapat merepresentasikan karakter lembaga secara utuh.

Dalam proses produksinya, setiap materi visual melalui tahapan kurasi yang memadukan pertimbangan estetika dengan prinsip-prinsip adab Islami. Langkah ini dilakukan agar tampilan konten yang modern tetap selaras dengan

nilai-nilai keislaman yang menjadi identitas yayasan. Mengenai hal tersebut, Ust.

Krisna Indra Jaya menjelaskan:

"Dalam setiap proses pengambilan gambar, kami menerapkan standar yang ketat, kami memastikan aurat anak tertutup dengan sempurna, posisi peci yang rapi, hingga postur duduk yang sopan sesuai adab. Melalui detail visual tersebut, kami secara otomatis menginformasikan kepada orang-orang mengenai pembentukan karakter dan sikap siswa di SIT Ukhuwah. Bagi kami, visual bukan sekadar soal angle yang bagus, tapi juga soal integritas nilai yang tersampaikan di dalamnya".⁴⁷

Temuan tersebut menunjukkan bahwa nilai-nilai religius tidak hanya diwujudkan dalam aktivitas pendidikan, tetapi juga diterjemahkan ke dalam elemen komunikasi visual yang dapat diamati secara langsung. Berbagai konten yang menampilkan salat berjamaah, kegiatan menghafal Al-Qur'an, maupun interaksi santun antarwarga sekolah dikemas dalam tampilan visual yang menarik sehingga mampu memperlihatkan bahwa karakter religius dapat disampaikan dengan cara yang dinamis dan relevan bagi masyarakat di era digital.

Selain memperkuat identitas religius, SIT Ukhuwah juga mengadopsi berbagai elemen visual modern sebagai bagian dari strategi membangun citra profesional lembaga. Penggunaan teknik penyuntingan video yang halus, *color grading* yang konsisten, serta desain dengan tipografi yang sederhana dan bersih diterapkan untuk menghadirkan kesan bahwa lembaga tetap mampu mengikuti perkembangan zaman. Mengenai tujuan tersebut, Ust. Iwan Rudini, S.Kom., menjelaskan:

"Visualisasi yang kami terapkan, seperti penggunaan desain yang clean, video ada ala-ala sinematiknya, adalah cara kami meruntuhkan stigma sekolah tua yang ketinggalan zaman. Kami ingin menunjukkan bahwa

⁴⁷ Wawancara dengan Ust. Krisna Indra Jaya, 16 April 2026, Ruang Humas SIT Ukhuwah Banjarmasin.

kemapanan sekolah selama 3 dekade ini justru menjadi pondasi untuk inovasi di ranah digital yang lebih profesional dibanding sekolah-sekolah baru. Kita tidak ingin kalah dalam aspek estetika, karena itu adalah pintu masuk pertama kepercayaan orang tua zaman sekarang".⁴⁸

Perpaduan antara unsur religius dan modernitas tersebut kemudian diperkuat melalui sistem pengendalian mutu yang diterapkan secara konsisten. Meskipun setiap unit sekolah memiliki keleluasaan dalam memproduksi konten menggunakan aplikasi seperti Canva, tim Humas IT di tingkat yayasan tetap melakukan proses peninjauan akhir terhadap seluruh materi publikasi. Mekanisme ini bertujuan untuk memastikan bahwa setiap konten tetap sesuai dengan pedoman identitas visual yayasan serta mampu menjaga keseimbangan antara unsur desain modern dan nilai-nilai keislaman yang menjadi karakter lembaga.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, integrasi antara religiusitas dan modernitas memperoleh respons yang positif dari masyarakat. Melalui konten yang menampilkan suasana sekolah secara nyata, tertib, dan aktif, masyarakat tidak hanya memperoleh informasi mengenai kegiatan akademik, tetapi juga dapat memahami budaya sekolah (*school culture*) yang dibangun oleh SIT Ukhuwah. Dengan demikian, lembaga berhasil membangun citra sebagai sekolah Islam yang berpegang teguh pada nilai-nilai religius sekaligus mampu menghadirkan komunikasi visual yang modern, profesional, dan sesuai dengan karakteristik orang tua di era digital. Perpaduan tersebut menjadi pembeda yang memperkuat posisi SIT Ukhuwah, karena nilai keislaman dan inovasi digital tidak diposisikan sebagai dua hal yang saling bertentangan, melainkan sebagai satu kesatuan yang

⁴⁸ Wawancara dengan Ust. Iwan Rudini, 16 April 2026, Ruang Humas SIT Ukhuwah Banjarmasin.

mendukung penguatan identitas dan daya tarik lembaga di tengah persaingan dunia pendidikan.

c. Persepsi Publik terhadap Reputasi Institusi

Reputasi SIT Ukhuwah Banjarmasin sebagai lembaga pendidikan yang berpengalaman dan berkualitas terus diperkuat melalui narasi digital yang dibangun secara konsisten oleh tim Humas IT. Berdasarkan temuan penelitian, pembentukan persepsi publik tidak lagi bergantung sepenuhnya pada rekomendasi dari mulut ke mulut, tetapi semakin dipengaruhi oleh interaksi masyarakat dengan berbagai konten visual yang dipublikasikan melalui media sosial. Dalam hal tersebut, kualitas konten digital menjadi salah satu faktor utama yang membentuk penilaian calon orang tua terhadap kredibilitas dan profesionalisme sekolah.

Hasil observasi menunjukkan bahwa pengelolaan media sosial yang profesional memberikan kontribusi yang besar dalam membangun persepsi positif masyarakat. Berbagai konten visual, baik berupa dokumentasi kegiatan maupun video profil sekolah, berfungsi sebagai bukti nyata (*physical evidence*) yang membantu orang tua menilai kualitas layanan pendidikan yang ditawarkan.

Penyajian informasi secara konsisten, terbuka, dan sesuai dengan kondisi yang sebenarnya menjadi faktor penting dalam membangun kepercayaan publik. Dengan demikian, masyarakat tidak lagi hanya menilai kualitas sekolah melalui media promosi konvensional, tetapi juga melalui tampilan digital sekolah, khususnya di platform seperti Instagram, yang mencerminkan kesiapan lembaga dalam mengikuti perkembangan pendidikan di era modern.

Persepsi masyarakat terhadap reputasi SIT Ukhuwah juga dibentuk melalui konsistensi narasi yang disampaikan dalam setiap publikasi. Konten yang ditampilkan tidak hanya memperlihatkan pencapaian akademik, tetapi juga menggambarkan budaya sekolah yang religius sekaligus adaptif terhadap perkembangan zaman. Konsistensi tersebut memperkuat identitas SIT Ukhuwah sebagai sekolah Islam yang mampu menggabungkan nilai-nilai keislaman dengan inovasi dalam pengelolaan pendidikan.

Kondisi ini turut mengubah cara pandang masyarakat, dari anggapan bahwa sekolah yang telah lama berdiri identik dengan ketertinggalan, menjadi persepsi bahwa sekolah yang berpengalaman justru memiliki kemampuan untuk terus berinovasi. Perubahan persepsi tersebut menunjukkan bahwa strategi komunikasi visual yang diterapkan berhasil mengemas sejarah dan nilai-nilai lembaga dalam bentuk penyampaian yang relevan dengan karakteristik orang tua dari Generasi Milenial dan Generasi Z.

Pengaruh reputasi digital tersebut semakin terlihat pada proses pengambilan keputusan calon orang tua dalam memilih sekolah. Jejak digital yang dibangun melalui media sosial menjadi salah satu sumber informasi utama sebelum mereka menentukan pilihan. Berdasarkan hasil evaluasi tim Humas IT, konten yang menampilkan berbagai prestasi sekolah sering kali memperoleh respons paling positif dan mampu meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap kualitas lembaga. Mengenai hal tersebut, Ust. Iwan Rudini, S.Kom., menjelaskan:

"Hasil evaluasi insight kami menunjukkan bahwa konten yang menampilkan prestasi, baik prestasi siswa maupun institusi, mendapatkan

respon paling positif dan masif dibagikan oleh audiens. Ini menunjukkan bahwa reputasi yang kita bangun melalui konten-konten berkualitas tersebut benar-benar diakui dan diapresiasi oleh masyarakat luas".⁴⁹

Pengalaman serupa juga disampaikan oleh Ust. Krisna Indra Jaya yang menjelaskan bahwa tim kreatif kerap menerima tanggapan langsung dari orang tua mengenai kesan yang mereka peroleh setelah mengikuti berbagai publikasi di media sosial. Menurutnya, penyajian konten yang autentik justru menjadi faktor yang memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap sekolah. Ia menjelaskan:

"Banyak orang tua yang menyampaikan kepada kami secara langsung saat bertemu di sekolah bahwa mereka merasa 'kenal' dengan suasana sekolah setelah sering melihat video-video kegiatan siswa di Instagram. Mereka bilang, apa yang ditampilkan di media sosial terasa nyata, tidak dibuat-buat. Itulah yang menurut saya membuat mereka akhirnya yakin untuk menitipkan anaknya di sini, karena mereka merasa sekolah memang benar-benar menjalankan apa yang dipromosikan".⁵⁰

Berdasarkan hasil penelitian, keberhasilan SIT Ukhuwah dalam membangun persepsi positif masyarakat menunjukkan bahwa strategi komunikasi visual yang dijalankan telah menghasilkan tingkat kepercayaan publik yang kuat. Reputasi lembaga tidak lagi hanya terbentuk melalui pengalaman langsung atau rekomendasi lisan, tetapi juga berkembang menjadi aset digital yang memiliki nilai strategis dalam mendukung keberlangsungan institusi.

Melalui penyajian konten visual yang berkualitas, autentik, dan konsisten, SIT Ukhuwah mampu memperkuat keyakinan masyarakat bahwa kualitas yang ditampilkan di ruang digital sejalan dengan praktik pendidikan yang berlangsung di lingkungan sekolah. Keselarasan tersebut semakin mengukuhkan posisi SIT

⁴⁹ Wawancara dengan Ust. Iwan Rudini, 16 April 2026, Ruang Humas SIT Ukhuwah Banjarmasin.

⁵⁰ Wawancara dengan Ust. Krisna Indra Jaya, 16 April 2026, Ruang Humas SIT Ukhuwah Banjarmasin.

Ukhuwah sebagai lembaga pendidikan Islam yang terpercaya, profesional, serta mampu beradaptasi dengan perkembangan era digital.

C. Analisis Data

1. Inovasi Humas SIT Ukhuwah Berbasis Preferensi Generasi Baru

a. Adaptasi Strategi Kehumasan terhadap Karakteristik Generasi Milenial dan Z

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan pada bab penyajian data, manajemen SIT Ukhuwah Banjarmasin menunjukkan adanya inovasi yang cukup mendasar dalam pengelolaan strategi kehumasan. Pola promosi yang sebelumnya mengandalkan komunikasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) dan media cetak secara bertahap dialihkan menuju komunikasi berbasis digital dengan menempatkan pengembangan konten visual sebagai fokus utama. Perubahan tersebut ditunjukkan melalui pengalokasian sumber daya, waktu, dan anggaran yang lebih besar untuk menghasilkan konten digital yang dirancang secara terencana, konsisten, dan sesuai dengan kebutuhan audiens.

Perubahan strategi tersebut merupakan bentuk penyesuaian organisasi terhadap perkembangan lingkungan komunikasi. Dalam manajemen lembaga pendidikan, perubahan metode komunikasi menjadi bagian dari upaya menjaga relevansi organisasi di tengah perubahan perilaku masyarakat.⁵¹ Lembaga pendidikan tidak lagi hanya dituntut memiliki kualitas layanan yang baik, tetapi juga mampu mengomunikasikan kualitas tersebut melalui media yang sesuai dengan karakteristik masyarakat masa kini. Di tengah persaingan pendidikan di Kota Banjarmasin yang semakin kompetitif dengan hadirnya berbagai sekolah

⁵¹ Alya Syifa Fadilla, dkk, "Peran Strategis Komunikasi Dalam Keberhasilan Manajemen Perubahan Organisasi: Tinjauan Literatur", dalam RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business, Vol. 4, No. 4, Januari 2026.

swasta baru, langkah SIT Ukhuwah untuk mengalihkan fokus dari promosi konvensional menuju komunikasi digital menjadi salah satu bentuk adaptasi strategis terhadap perubahan tersebut.

Pembaruan strategi komunikasi tersebut juga dipengaruhi oleh bergesernya karakteristik masyarakat sebagai pengguna layanan pendidikan. Saat ini, mayoritas calon orang tua peserta didik pada jenjang PAUD hingga SMA berasal dari Generasi Milenial dan Generasi Z. Fenomena ini dapat dijelaskan melalui *Generational Theory* yang menyatakan bahwa setiap generasi memiliki karakteristik, ekspektasi, serta pola konsumsi informasi yang berbeda sebagai konsekuensi dari kondisi sosial dan perkembangan teknologi yang mereka alami pada masa pertumbuhannya.⁵²

Temuan penelitian menunjukkan bahwa karakteristik tersebut tampak jelas dalam perilaku orang tua ketika memilih sekolah. Ust. Rustomo menjelaskan bahwa orang tua dari Generasi X cenderung membangun kepercayaan terhadap suatu lembaga pendidikan melalui rekomendasi keluarga, tetangga, maupun tokoh masyarakat. Dalam budaya masyarakat Banjar, pola tersebut dikenal dengan istilah "ujar si anu", yaitu kecenderungan mempercayai informasi berdasarkan cerita atau pengalaman orang lain. Pada masa itu, reputasi yang terbentuk melalui pengalaman masyarakat dianggap cukup sebagai dasar dalam menentukan pilihan sekolah.

Namun, pola tersebut mengalami perubahan seiring berkembangnya teknologi digital. Orang tua dari Generasi Milenial dan Generasi Z yang termasuk

⁵² Mark McCrindle dan Emily Wolfinger, *The ABC of XYZ: Understanding the Global Generations/ Mark McCrindle*, (New South Wales: UNSW Press, 2014), 24.

kelompok *digital natives* memiliki kecenderungan untuk melakukan penelusuran informasi secara mandiri sebelum mengambil keputusan.⁵³ Mereka tidak lagi menerima informasi secara pasif ataupun hanya mengandalkan rekomendasi lisan. Sebaliknya, mereka melakukan verifikasi melalui berbagai platform digital, seperti membaca ulasan di Google Maps, melihat informasi mengenai tenaga pendidik, hingga menilai kualitas media sosial sekolah, terutama melalui Instagram. Perubahan perilaku tersebut mendorong manajemen SIT Ukhuwah untuk memperkuat strategi komunikasi yang bertumpu pada penyajian bukti visual melalui media digital.

Karakteristik audiens yang lebih responsif terhadap informasi visual dibandingkan uraian teks yang panjang menjadikan komunikasi visual sebagai pendekatan yang semakin penting. Dalam perspektif psikologi komunikasi visual, P.M. Lester menjelaskan bahwa gambar, warna, dan video memiliki kemampuan yang lebih efektif dalam mengurangi keraguan audiens dibandingkan penyampaian informasi dalam bentuk teks. Informasi visual diproses lebih cepat oleh otak sehingga mampu membangun keterlibatan emosional tanpa membutuhkan proses kognitif yang panjang.⁵⁴

Penerapan konsep tersebut terlihat dalam praktik komunikasi yang dilakukan oleh SIT Ukhuwah. Ketika calon orang tua melihat infografis mengenai program 100+ Hafidz, dokumentasi fasilitas PAUD, atau video sinematik yang menampilkan interaksi alami antara siswa dan guru, mereka memperoleh

⁵³ Fitri Handayani dan Fauzi, "Kendala-kendala yang Dihadapi Digital Native dalam Pencarian Informasi", dalam *Jurnal Shaut Al-Maktabah : Jurnal Perpustakaan, Arsip dan Dokumentasi*, Vol. 15, No. 1, Juni 2023, 38.

⁵⁴ Paul Martin Lester, *Visual Communication: Images with Messages*, (Belmont: Thomson Wadsworth, 2006), 120.

gambaran yang lebih konkret mengenai budaya sekolah serta kualitas layanan pendidikan yang ditawarkan. Konten visual tersebut berfungsi sebagai *physical evidence* yang mengubah klaim mengenai kualitas sekolah menjadi bukti nyata yang dapat diamati secara langsung oleh masyarakat melalui prinsip *seeing is believing*.

Selain memperkuat penyampaian informasi, penggunaan komunikasi visual juga menunjukkan bahwa pengelolaan humas di SIT Ukhuwah telah menyesuaikan diri dengan karakter komunikasi pada era Web 2.0. Dalam ekosistem media digital saat ini, audiens cenderung lebih menghargai konten yang autentik dibandingkan materi promosi yang terlalu formal atau tampak direayasa. Konten yang terlihat berlebihan justru berpotensi mengurangi kepercayaan masyarakat.⁵⁵ Oleh karena itu, keputusan tim Humas SIT Ukhuwah untuk mendokumentasikan aktivitas siswa secara alami tanpa banyak pengarahan menjadi bentuk penerapan prinsip jurnalisme visual yang sesuai dengan preferensi audiens digital.

Secara keseluruhan, pembaruan komunikasi dari media cetak menuju komunikasi berbasis visual tidak hanya menunjukkan pergeseran pada media yang digunakan, tetapi juga mencerminkan perubahan paradigma dalam pengelolaan kehumasan lembaga. Fungsi humas yang sebelumnya lebih berorientasi pada penyampaian informasi administratif berkembang menjadi membangun citra, meningkatkan kredibilitas, serta memperkuat hubungan dengan masyarakat.

⁵⁵ Jim Macnamara, "Public communication practices in the Web 2.0-3.0 mediascape: The case for Prevolution", dalam *PRISM: The Journal of Complex Operations*, Vol. 7, No.3, Januari 2010, 3.

Kemampuan manajemen dalam membaca perubahan karakteristik masyarakat, kemudian menerjemahkannya ke dalam strategi komunikasi visual yang menarik, autentik, dan sesuai dengan kebutuhan audiens, menjadi salah satu faktor yang mendukung keberlangsungan SIT Ukhuwah sebagai lembaga pendidikan yang tetap kompetitif di tengah perubahan lingkungan digital. Melalui pengelolaan komunikasi yang adaptif, sekolah mampu mempertahankan reputasi yang telah dibangun sekaligus memperkuat daya tariknya di hadapan generasi baru pengguna layanan pendidikan.

b. Pergeseran Word of Mouth menuju Zero Moment of Truth (ZMOT)

Strategi kehumasan di SIT Ukhuwah Banjarmasin menunjukkan adanya penyesuaian terhadap perubahan pola pengambilan keputusan calon orang tua siswa pada era digital. Berdasarkan hasil penelitian, proses pencarian informasi yang sebelumnya didominasi oleh komunikasi dari mulut ke mulut (*Word of Mouth* atau WOM) kini berkembang menuju pola pencarian informasi digital yang dikenal sebagai *Zero Moment of Truth* (ZMOT). Perubahan tersebut mencerminkan berkembangnya perilaku konsumen jasa pendidikan yang semakin kritis serta memiliki kecenderungan untuk memverifikasi informasi sebelum mengambil keputusan memilih sekolah.

Pada pola komunikasi yang lebih konvensional, *Word of Mouth* menjadi sumber informasi utama dalam membangun kepercayaan masyarakat terhadap suatu lembaga pendidikan.⁵⁶ Dalam budaya masyarakat Banjar, praktik tersebut

⁵⁶ Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, dan Iwan Setiawan, *Marketing 4.0: Bergerak dari Tradisional ke Digital*, terj, ... 56.

dikenal dengan istilah "ujar si anu", yaitu kebiasaan mempercayai informasi berdasarkan pengalaman atau rekomendasi dari keluarga, kerabat, maupun tokoh masyarakat. Temuan penelitian menunjukkan bahwa pola tersebut masih ditemukan, terutama pada orang tua dari Generasi X yang cenderung menjadikan pengalaman orang lain sebagai dasar dalam menilai kualitas sebuah sekolah.

Namun demikian, perilaku tersebut mengalami perubahan pada orang tua dari Generasi Milenial dan Generasi Z. Bagi kelompok ini, rekomendasi lisan tidak lagi menjadi satu-satunya dasar dalam menentukan pilihan sekolah. Informasi yang diperoleh melalui *Word of Mouth* justru diposisikan sebagai langkah awal untuk melakukan penelusuran lebih lanjut melalui berbagai platform digital. Dengan kata lain, rekomendasi dari orang lain berfungsi sebagai pemicu awal, sedangkan keputusan akhir ditentukan setelah mereka memperoleh bukti yang dapat diverifikasi melalui jejak digital sekolah.

Fenomena tersebut sejalan dengan konsep *Zero Moment of Truth* (ZMOT) yang diperkenalkan oleh Jim Lecinski. Konsep ini menjelaskan bahwa sebelum berinteraksi secara langsung dengan suatu produk atau layanan, calon konsumen terlebih dahulu melakukan pencarian informasi melalui internet untuk memastikan kredibilitas dan kualitasnya.⁵⁷

Pada SIT Ukhuwah Banjarmasin, fase ZMOT tampak ketika calon orang tua menelusuri media sosial, membaca ulasan di internet, atau mengamati dokumentasi kegiatan sekolah sebelum memutuskan untuk berkunjung maupun mendaftarkan anaknya. Pada tahap ini, konten visual yang dipublikasikan sekolah

⁵⁷ Jim Lecinski, *Winning the Zero Moment of Truth*, (California: Google Inc., 2011), 15-18.

berperan sebagai *physical evidence* yang membantu masyarakat memverifikasi berbagai informasi mengenai kualitas pembelajaran, fasilitas, prestasi, hingga budaya sekolah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan SIT Ukhuwah mampu mengakomodasi kebutuhan masyarakat akan informasi yang terbuka dan mudah diverifikasi pada fase ZMOT tersebut. Melalui penyajian konten visual yang konsisten, profesional, dan autentik, sekolah memberikan gambaran nyata mengenai aktivitas dan lingkungan pendidikan yang dimiliki. Dengan demikian, reputasi lembaga tidak lagi hanya bergantung pada nama besar yang dibangun melalui rekomendasi lisan, tetapi juga diperkuat oleh kemampuan sekolah menghadirkan bukti visual yang dapat diakses dan dinilai secara langsung oleh masyarakat.

c. Penerapan Cyber Public Relations dalam Komunikasi Kehumasan SIT Ukhuwah

Penerapan *Cyber Public Relations* (*Cyber PR*) di SIT Ukhuwah Banjarmasin menunjukkan adanya perkembangan dalam pengelolaan fungsi kehumasan yang sebelumnya didominasi oleh pola komunikasi konvensional menuju komunikasi digital yang lebih terbuka, interaktif, dan berorientasi pada kebutuhan publik. Berdasarkan temuan penelitian, penerapan *Cyber PR* di SIT Ukhuwah tidak hanya diwujudkan melalui pemanfaatan internet sebagai media penyebaran informasi, tetapi juga sebagai sarana utama untuk membangun hubungan, menjaga kepercayaan, dan memperkuat komunikasi dengan masyarakat secara berkelanjutan.

Dalam praktiknya, fungsi humas di SIT Ukhuwah tidak lagi terbatas pada penyampaian informasi secara satu arah, tetapi berkembang menjadi pengelola komunikasi yang memfasilitasi interaksi dengan masyarakat. Pengelolaan media sosial dilakukan tidak hanya untuk menampilkan berbagai aktivitas dan prestasi sekolah, tetapi juga sebagai ruang komunikasi yang memungkinkan masyarakat memberikan tanggapan, mengajukan pertanyaan, maupun memperoleh informasi secara langsung. Pemanfaatan fitur-fitur interaktif pada platform seperti Instagram dan YouTube mendukung terciptanya komunikasi yang lebih terbuka, sekaligus memberikan kesempatan bagi calon orang tua untuk memperoleh gambaran mengenai kualitas layanan pendidikan sebelum mengambil keputusan.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa penerapan *Cyber PR* di SIT Ukhuwah didukung oleh pengelolaan komunikasi yang terstruktur. Pertanyaan maupun kebutuhan layanan yang bersifat administratif tidak ditangani melalui akun media sosial utama, tetapi diarahkan ke layanan WhatsApp masing-masing unit sekolah. Sementara itu, media sosial yayasan difokuskan sebagai kanal penyampaian informasi, publikasi kegiatan, serta penguatan citra lembaga. Pembagian fungsi tersebut menunjukkan adanya pengelolaan komunikasi yang sistematis sehingga kebutuhan pelayanan publik tetap terpenuhi tanpa mengurangi efektivitas media sosial sebagai sarana komunikasi institusi.

Hal ini sejalan dengan teori penerapan *Cyber PR* yang menunjukkan bahwa SIT Ukhuwah mampu menyesuaikan pola komunikasi dengan perkembangan teknologi dan perubahan perilaku masyarakat. Jika sebelumnya komunikasi lebih banyak berlangsung secara satu arah melalui media

konvensional, kini sekolah memanfaatkan ruang digital untuk membangun komunikasi yang lebih cepat, terbuka, dan responsif. Perubahan tersebut memperlihatkan bahwa lembaga pendidikan yang telah memiliki reputasi kuat tetap perlu mengembangkan strategi komunikasi agar sesuai dengan karakteristik masyarakat pada era digital.⁵⁸

Lebih lanjut, pengelolaan *Cyber PR* di SIT Ukhuwah juga memperlihatkan adanya kolaborasi yang baik antara pimpinan yayasan dan tim humas dalam menghasilkan pesan-pesan komunikasi yang konsisten. Arah kebijakan yang ditetapkan oleh pimpinan diterjemahkan oleh tim humas ke dalam berbagai bentuk konten digital yang sesuai dengan karakteristik audiens.

Kolaborasi tersebut menghasilkan komunikasi yang tidak hanya berfungsi menyampaikan informasi, tetapi juga mampu membangun kedekatan dengan masyarakat melalui penyajian konten yang relevan, informatif, dan autentik. Dengan demikian, penerapan *Cyber Public Relations* di SIT Ukhuwah tidak hanya mendukung penyebaran informasi, tetapi juga berkontribusi terhadap penguatan hubungan antara sekolah dan masyarakat serta meningkatkan daya saing lembaga di tengah perkembangan ekosistem komunikasi digital.

d. Optimalisasi Tata Kelola Sumber Daya Manusia (SDM) Kehumasan SIT Ukhuwah

Dalam kajian manajemen pendidikan, struktur organisasi sekolah umumnya masih didominasi oleh pola birokrasi yang bersifat hierarkis. Pada sistem seperti ini, pembentukan tim baru, rotasi pegawai, maupun penambahan

⁵⁸ Bob Julius Onggo, *Cyber Public Relations*, ... , 1.

tugas biasanya harus didukung oleh legalitas formal berupa Surat Keputusan (SK) yang mengatur secara rinci posisi serta tanggung jawab setiap personel.⁵⁹

Konsekuensinya, ketika lembaga dihadapkan pada perubahan lingkungan yang berlangsung cepat, khususnya di era digital, proses penyesuaian organisasi sering kali membutuhkan waktu yang relatif lama karena harus melalui berbagai prosedur administratif. Namun, hasil penelitian di SIT Ukhuwah Banjarmasin menunjukkan praktik yang berbeda. Lembaga ini mampu mengoptimalkan sumber daya manusia melalui perluasan tugas pokok dan fungsi (tupoksi) secara fleksibel tanpa harus menerbitkan SK baru setiap kali terjadi perubahan kebutuhan organisasi.

Praktik penugasan dan rotasi personel yang dilakukan secara dinamis tersebut dapat dipahami melalui konsep *Agile Management* dan *Dynamic Capability*. Dalam teori organisasi, *Dynamic Capability* mengacu pada kemampuan organisasi untuk mengintegrasikan, mengembangkan, dan merekonfigurasi sumber daya yang dimiliki agar mampu merespons perubahan lingkungan secara cepat dan efektif.⁶⁰

Penerapan konsep tersebut terlihat dari cara yayasan memetakan kompetensi pegawai sebelum menentukan penugasan. Sebagai contoh, Ust. Krisna yang sebelumnya bertugas di unit PAUD kemudian diberikan tanggung jawab pada bidang desain grafis di tingkat yayasan, sedangkan Ust. Iwan dialihkan dari tugas sebagai tenaga pendidik menjadi Supervisor Humas IT.

⁵⁹ Muhammad Ali, dkk "Pendekatan Max Weber: Birokrasi Serta Struktur Kekuasaan Dalam Organisasi Pendidikan Modern". *Jurnal Cahaya Mandalika*, Vol. 3, No. 2, Desember 2023, 2135.

⁶⁰ David J. Teece, dkk, "Dynamic Capabilities and Strategic Management," dalam *Jurnal Strategic Management Journal* Vol. 18, no. 7, December 1997, 516.

Perubahan tersebut didasarkan pada kebutuhan organisasi dan kesesuaian kompetensi yang dimiliki masing-masing individu (*skill-based placement*), bukan semata-mata mengikuti struktur jabatan formal.

Kemampuan pimpinan dalam menempatkan personel sesuai kompetensinya tanpa melalui proses birokrasi yang panjang menunjukkan tingginya fleksibilitas tata kelola organisasi di SIT Ukhuwah. Pendekatan ini memungkinkan lembaga merespons kebutuhan komunikasi digital secara lebih cepat dan adaptif. Dengan menerapkan prinsip-prinsip *Agile Management*, organisasi dapat menyesuaikan pembagian tugas sesuai perkembangan kebutuhan tanpa harus terhambat oleh struktur yang terlalu kaku.

Pola komunikasi yang terbuka mendorong terciptanya *co-creation*, yaitu proses pengembangan ide dan penyelesaian pekerjaan secara kolaboratif tanpa dibatasi oleh sekat struktural yang kaku.⁶¹ Setiap anggota tim berkontribusi sesuai dengan kompetensinya sehingga proses produksi konten dapat berjalan lebih efektif dan terkoordinasi.

Selain itu, kesediaan anggota tim menjalankan tugas di luar tanggung jawab formal menunjukkan adanya budaya kerja yang kolaboratif. Perluasan tupoksi dipandang sebagai upaya bersama untuk memenuhi kebutuhan organisasi, sehingga kerja sama lintas fungsi dapat terjalin dengan baik.

Berdasarkan hasil analisis, tata kelola sumber daya manusia di SIT Ukhuwah Banjarmasin menunjukkan pendekatan yang lebih fleksibel dibandingkan pola birokrasi pendidikan konvensional. Penempatan pegawai

⁶¹ Carl H. Botan dan Maureen Taylor, "Public Relations: State of the Field," *Journal of Communication* 54, no. 4, ... 645–646.

berbasis kompetensi, didukung koordinasi yang efektif, memungkinkan lembaga merespons kebutuhan komunikasi digital secara cepat dan adaptif. Temuan ini menunjukkan bahwa efektivitas fungsi kehumasan tidak hanya ditentukan oleh struktur organisasi yang formal, tetapi juga oleh kemampuan lembaga mengelola kompetensi, kolaborasi, dan pembagian tugas secara dinamis.

2. Pengelolaan Produksi Konten Visual dan Modernisasi Citra SIT Ukhuwah Banjarmasin

a. Efektivitas Perencanaan (Planning) terhadap Visi dan Konten

Fungsi perencanaan (*planning*) menjadi tahap awal yang menentukan dalam pengelolaan kehumasan di SIT Ukhuwah Banjarmasin. Berdasarkan hasil penelitian, proses perencanaan tidak hanya diwujudkan melalui penyusunan jadwal publikasi, tetapi diawali dengan briefing rutin setiap pagi yang melibatkan Direktur Pendidikan, Wakil Direktur, dan tim Humas IT. Melalui forum tersebut, tim menyusun prioritas agenda, mendiskusikan materi publikasi, membagi tugas, serta menyesuaikan kebutuhan komunikasi berdasarkan aktivitas yang akan berlangsung pada hari itu. Pola kerja ini menunjukkan bahwa perencanaan di SIT Ukhuwah bersifat dinamis dan tidak sepenuhnya bergantung pada kalender konten yang telah disusun sebelumnya.

Mekanisme tersebut mencerminkan penerapan *Agile Management*, di mana proses perencanaan dilakukan secara fleksibel melalui koordinasi harian agar organisasi mampu merespons perubahan situasi dengan cepat. Selain menyusun agenda yang telah direncanakan, briefing juga menjadi ruang untuk menentukan respons terhadap berbagai kegiatan insidental yang memerlukan publikasi segera sehingga kualitas dan relevansi informasi tetap terjaga.

Dalam praktiknya, perencanaan konten tidak lagi dipahami sebatas menyusun jadwal unggahan media sosial, tetapi telah berkembang menjadi proses strategis untuk menerjemahkan visi dan misi lembaga ke dalam narasi visual sekaligus membangun persepsi positif masyarakat terhadap sekolah.

Salah satu temuan penelitian menunjukkan bahwa perencanaan konten disusun untuk merespons stigma "sekolah mahal" yang kerap melekat pada sekolah swasta. Alih-alih memberikan penjelasan panjang mengenai biaya pendidikan, tim Humas memilih menampilkan berbagai bukti kualitas layanan melalui konten visual yang terencana, seperti program tahfiz yang telah melahirkan lebih dari 100 hafiz, prestasi siswa, fasilitas sekolah, serta aktivitas pembelajaran dan pembinaan karakter.

Strategi tersebut dapat dijelaskan melalui teori *Brand Identity* dari Aaker dan McLoughlin yang menyatakan bahwa konsumen jasa cenderung menggunakan indikator ciri khas pembeda lembaga diantara lembaga yang lain untuk menilai kualitas layanan.⁶² Dengan memahami pola tersebut, Humas SIT Ukhuwah memfokuskan perencanaan konten pada penyampaian proporsi nilai sekolah agar masyarakat memperoleh gambaran yang lebih konkret mengenai kualitas pendidikan yang ditawarkan. Pendekatan ini juga sejalan dengan konsep *institutional branding* yang menekankan pentingnya menampilkan keunggulan kompetitif sebagai upaya membangun persepsi positif masyarakat.

Proses perencanaan konten di SIT Ukhuwah juga terus disesuaikan dengan perkembangan media digital. Pada tahun 2023, tim Humas sempat menerapkan

⁶² David A. Aaker dan Damien McLoughlin, *Strategic Market Management*, ... 186.

kalender konten bertema harian, seperti *Senin Ceria* atau *Selasa Bahasa*. Namun, pola tersebut kemudian dievaluasi karena dinilai terlalu membatasi kreativitas dan lebih berorientasi pada jumlah unggahan daripada kualitas pesan yang disampaikan.

Sebagai penggantinya, Humas mengembangkan program mingguan Lensa Ukhuwah dalam format *carousel* yang merangkum berbagai kegiatan sekolah selama satu pekan. Format ini memberikan fleksibilitas yang lebih besar dalam menyajikan dokumentasi kegiatan, menjaga konsistensi publikasi, sekaligus menghindari pengulangan konten yang serupa.

Kemampuan beradaptasi tersebut juga terlihat ketika tim humas menyusun konten untuk berbagai agenda insidental, seperti ucapan belasungkawa, peringatan hari nasional, maupun momentum lain yang relevan. Hal ini menunjukkan bahwa fungsi perencanaan tidak hanya berorientasi pada penyusunan jadwal publikasi, tetapi juga pada kemampuan membaca kebutuhan komunikasi organisasi secara cepat dan tepat.

Berdasarkan hasil analisis tersebut, fungsi *planning* dalam pengelolaan komunikasi visual di SIT Ukhuwah telah berkembang dari aktivitas operasional menjadi bagian penting dari strategi komunikasi lembaga. Perencanaan konten tidak lagi dilakukan setelah kegiatan berlangsung, tetapi dirancang sejak awal untuk mendukung *brand positioning*, memperkuat citra sekolah, memberikan informasi yang bernilai bagi masyarakat, serta membangun kepercayaan publik terhadap kualitas pendidikan yang ditawarkan oleh SIT Ukhuwah Banjarmasin.

b. Pengorganisasian (Organizing) melalui Kolaborasi dan Pembagian Tugas

Setelah proses perencanaan ditetapkan, tahapan berikutnya dalam fungsi manajemen kehumasan adalah pengorganisasian (*organizing*). Tahap ini bertujuan mengatur pembagian tugas, koordinasi, serta pemanfaatan sumber daya agar strategi komunikasi yang telah dirancang dapat dijalankan secara efektif. Di SIT Ukhuwah Banjarmasin, fungsi *organizing* menjadi salah satu faktor penting yang mendukung keberlangsungan produksi konten digital secara konsisten.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Humas IT tidak lagi menerapkan pola kerja humas konvensional yang mengandalkan satu orang untuk menangani berbagai tugas sekaligus. Sebaliknya, setiap anggota tim memiliki tanggung jawab yang disesuaikan dengan kompetensi masing-masing sehingga proses produksi konten dapat berjalan lebih fokus dan profesional.

Pola tersebut sejalan dengan prinsip *Division of Work* yang dikemukakan oleh Henri Fayol dan dikembangkan dalam fungsi *organizing* menurut George R. Terry. Pembagian kerja berdasarkan spesialisasi memungkinkan setiap personel berkonsentrasi pada bidang keahliannya sehingga efektivitas kerja meningkat dan kualitas hasil dapat dipertahankan secara konsisten.⁶³

Implementasi prinsip tersebut terlihat dari pembagian tugas di Humas IT SIT Ukhuwah. Ust. Krisna Indra Jaya bertanggung jawab pada desain grafis, seperti pembuatan flyer, pamflet, dan spanduk, sekaligus mengelola akun Instagram dan Facebook. Sementara itu, Ust. Syahda Wardana berfokus pada

⁶³George R. Terry, *Dasar-Dasar Manajemen*, ... 9.

produksi serta penyuntingan video dan pengelolaan kanal YouTube. Pembagian ini dilakukan karena produksi konten visual statis dan audiovisual memerlukan keterampilan teknis yang berbeda.

Meski memiliki pembagian tugas yang jelas, pola kerja di Humas IT tidak bersifat kaku. Kolaborasi antarpersonel tetap menjadi bagian penting dalam menjalankan berbagai program komunikasi. Seluruh anggota tim saling membantu, terutama pada periode dengan intensitas kegiatan yang tinggi seperti Seleksi Penerimaan Murid Baru (SPMB). Dalam kondisi tersebut, Supervisor Humas IT, Ust. Iwan Rudini, berperan mengoordinasikan pembagian tugas agar seluruh proses produksi berjalan sesuai arahan Direktorat Pendidikan dan target komunikasi lembaga.

Berdasarkan hasil analisis, fungsi *organizing* di SIT Ukhuwah menunjukkan bahwa pengelolaan humas telah berkembang menuju sistem kerja berbasis spesialisasi kompetensi. Struktur organisasi tidak hanya berfungsi membagi tugas, tetapi juga mengoptimalkan potensi setiap anggota tim dalam menghasilkan komunikasi visual yang berkualitas. Penerapan prinsip *Division of Work* membentuk sistem kerja yang profesional, kolaboratif, dan adaptif, sehingga mendukung konsistensi kualitas konten digital sekaligus memperkuat pengelolaan humas di era komunikasi digital.

c. Pelaksanaan (Actuating) dalam Menciptakan Konsistensi Visual

Fungsi pelaksanaan (*actuating*) merupakan tahap implementasi dalam siklus manajemen kehumasan (POAC), yaitu proses menerjemahkan perencanaan dan pembagian tugas yang telah disusun sebelumnya menjadi aktivitas produksi

komunikasi visual secara nyata. Pada tahap ini, strategi yang telah dirancang tidak hanya diwujudkan melalui pembuatan dan publikasi konten, tetapi juga melalui upaya menjaga konsistensi identitas visual lembaga di ruang digital.

Dalam praktik Cyber Public Relations di SIT Ukhuwah Banjarmasin, pelaksanaan produksi konten tidak sekadar berfokus pada aspek teknis seperti pengambilan gambar, desain, maupun publikasi media sosial. Lebih dari itu, tahap ini menjadi proses untuk mengemas identitas dan karakter lembaga ke dalam bentuk visual yang mudah dipahami oleh masyarakat. Berdasarkan hasil penelitian, tim Humas IT menerapkan pendekatan pelaksanaan yang menggabungkan kreativitas digital dengan standar komunikasi visual yang telah ditetapkan lembaga.

Salah satu strategi utama dalam tahap pelaksanaan adalah penggunaan dokumentasi yang bersifat natural. Tim kreatif tidak melakukan banyak rekayasa terhadap aktivitas yang didokumentasikan, tetapi berusaha menangkap momen kegiatan sekolah secara apa adanya. Dalam proses pengambilan gambar, peserta didik tetap dibiarkan menjalankan aktivitas seperti biasa, sementara kamera berfungsi sebagai alat untuk merekam suasana dan interaksi yang berlangsung secara alami.

Pendekatan tersebut menjadi penting karena audiens digital saat ini cenderung lebih menghargai konten yang autentik dibandingkan materi promosi yang terlalu dibuat-buat. Dokumentasi yang natural mampu memberikan gambaran yang lebih nyata mengenai aktivitas sekolah sehingga masyarakat dapat melihat kondisi lembaga berdasarkan pengalaman visual yang lebih objektif.

Dengan demikian, konten yang diproduksi tidak hanya berfungsi sebagai media promosi, tetapi juga menjadi representasi nyata dari lingkungan pendidikan yang ditawarkan.

Meskipun mengedepankan kreativitas dan autentisitas, proses produksi tetap melalui tahap kurasi untuk memastikan kualitas dan kesesuaian dengan identitas lembaga. Tim Humas memperhatikan berbagai aspek visual, seperti komposisi gambar, kerapian tampilan, pemilihan momen, serta kesesuaian konten dengan karakter sekolah. Proses kurasi ini dilakukan agar setiap konten yang dipublikasikan memiliki standar yang sama dan mampu memperkuat citra SIT Ukhuwah secara konsisten.

Praktik tersebut menunjukkan penerapan konsep *Brand Identity* yang dikemukakan oleh David A. Aaker, yaitu upaya organisasi dalam membangun identitas merek melalui berbagai elemen yang secara sengaja dikomunikasikan kepada publik.⁶⁴ Pada SIT Ukhuwah, identitas lembaga tidak hanya disampaikan melalui slogan atau informasi tertulis, tetapi juga melalui elemen visual yang ditampilkan dalam setiap konten digital. Dokumentasi kegiatan, suasana pembelajaran, serta aktivitas siswa menjadi bentuk representasi visual yang membantu masyarakat memahami karakter dan kualitas lembaga.

Selain aspek substansi konten, konsistensi visual juga dijaga melalui penerapan standar teknis dalam proses produksi. Tim Humas IT tingkat yayasan memiliki pedoman desain yang menjadi acuan bagi seluruh unit sekolah dalam membuat materi publikasi. Meskipun setiap unit diberikan ruang untuk berkreasi

⁶⁴ David A. Aaker, *Building Strong Brands*, 215.

menggunakan aplikasi seperti Canva, hasil akhir tetap harus mengikuti standar identitas visual yang telah ditentukan.

Upaya menjaga keseragaman tersebut diperkuat dengan penyediaan repositori aset digital melalui microsite internal yang berisi berbagai kebutuhan publikasi, seperti logo resmi, template desain, dan elemen visual lainnya. Sistem ini membantu seluruh unit sekolah menghasilkan konten yang tetap memiliki karakter yang sama meskipun diproduksi oleh personel yang berbeda.

Berdasarkan hasil analisis, fungsi pelaksanaan (*actuating*) dalam tata kelola komunikasi visual SIT Ukhuwah Banjarmasin menunjukkan bahwa keberhasilan komunikasi digital tidak hanya ditentukan oleh jumlah konten yang dipublikasikan, tetapi juga oleh kemampuan lembaga dalam menjaga kualitas dan konsistensi visual. Melalui kombinasi antara dokumentasi yang autentik, proses kurasi, serta penerapan standar identitas visual, SIT Ukhuwah mampu membangun tampilan digital yang profesional, mudah dikenali, dan selaras dengan citra lembaga sebagai institusi pendidikan yang modern dan terpercaya.

d. Pengawasan (Evaluating) Berbasis Data untuk Peningkatan Kualitas

Hasil penelitian di SIT Ukhuwah Banjarmasin menunjukkan adanya sejalan dengan teori Balmer dan Greyser terkait perubahan pola pengawasan menuju sistem evaluasi yang lebih terukur berbasis data.⁶⁵ Tim Humas IT tidak lagi hanya mengandalkan penilaian subjektif, tetapi memanfaatkan data analitik dari platform digital seperti Instagram Insights dan YouTube Analytics untuk

⁶⁵ John M.T. Balmer dan Stephen A. Greyser, "*Corporate marketing: Integrating corporate identity, corporate branding, corporate communications, corporate image and corporate reputation*" ... 730.

melihat performa setiap konten yang dipublikasikan. Beberapa indikator yang menjadi perhatian meliputi jangkauan audiens (*reach*), jumlah tayangan (*impressions*), serta tingkat interaksi (*engagement*) berupa suka, komentar, simpan, dan bagikan.

Data tersebut kemudian digunakan sebagai dasar dalam menentukan strategi konten berikutnya. Konten dengan tingkat respons tinggi akan menjadi bahan pertimbangan untuk dikembangkan kembali, sementara konten yang kurang efektif akan dievaluasi dari sisi konsep, penyajian, maupun penyampaian pesan.

Selain menggunakan analitik media sosial, hasil penelitian juga menemukan bahwa proses evaluasi dilakukan secara berkelanjutan melalui briefing harian bersama tim Humas IT. Dalam forum tersebut, hasil pengamatan terhadap konten yang telah dipublikasikan dibahas untuk mengidentifikasi kekurangan, baik dari aspek desain, caption, maupun respons audiens. Hasil evaluasi tersebut kemudian menjadi masukan bagi anggota tim agar dapat segera ditindaklanjuti dan diterapkan pada produksi konten berikutnya.

Fungsi pengawasan juga berperan dalam menjaga kualitas komunikasi dan mengantisipasi potensi permasalahan di ruang digital. Tim Humas melakukan pemantauan terhadap komentar, pesan langsung, serta respons masyarakat di media sosial untuk mengetahui perkembangan opini publik. Dengan cara ini, potensi kesalahan informasi maupun keluhan dapat segera ditangani sebelum berkembang menjadi persoalan yang lebih besar.

Berdasarkan hasil analisis, fungsi *controlling* dalam pengelolaan Cyber Public Relations di SIT Ukhuwah Banjarmasin menunjukkan bahwa evaluasi

tidak hanya digunakan untuk menilai keberhasilan publikasi, tetapi juga sebagai dasar perbaikan berkelanjutan. Melalui kombinasi antara analisis data digital dan evaluasi rutin melalui briefing harian, tim Humas mampu menjaga kualitas konten, meningkatkan efektivitas komunikasi, serta menyesuaikan strategi publikasi dengan kebutuhan audiens di era digital.

Penerapan fungsi manajemen tersebut menunjukkan bahwa pengelolaan komunikasi visual di SIT Ukhuwah telah berjalan secara sistematis. Setiap tahap, mulai dari perencanaan, pelaksanaan, hingga evaluasi, saling terhubung dalam membangun strategi komunikasi yang konsisten. Dengan pengelolaan yang terstruktur dan berbasis evaluasi, Humas SIT Ukhuwah mampu mempertahankan kualitas penyampaian informasi sekaligus memperkuat citra lembaga di ruang digital.

3. Penguatan Institutional Branding melalui Standardisasi Konten Visual yang Religius dan Modern di SIT Ukhuwah Banjarmasin

a. Mempertahankan Brand Reinforcement Pada SIT Ukhuwah Banjarmasin

Hasil penelitian menunjukkan bahwa SIT Ukhuwah Banjarmasin sebagai lembaga pendidikan yang telah berdiri lebih dari tiga dekade melakukan penguatan pengelolaan humas melalui standardisasi konten visual sebagai bagian dari strategi *brand reinforcement*. Upaya ini tidak diarahkan untuk membangun identitas baru, melainkan mempertahankan citra, nilai, dan kepercayaan yang telah terbentuk agar tetap relevan di tengah perubahan pola komunikasi masyarakat yang semakin digital.

Sejalan dengan teori *brand reinforcement* yang berfokus pada upaya menjaga kekuatan merek agar tetap melekat dalam benak publik. Bagi lembaga

yang telah memiliki reputasi kuat seperti SIT Ukhuwah, tantangan utamanya bukan lagi memperkenalkan nama lembaga, tetapi mempertahankan konsistensi identitas sekaligus memastikan merek tersebut tetap sesuai dengan kebutuhan dan ekspektasi masyarakat. Keller menjelaskan bahwa keberhasilan *brand reinforcement* ditentukan oleh dua aspek utama, yaitu *brand consistency* dan *brand relevance*.⁶⁶

Temuan penelitian menunjukkan bahwa kedua aspek tersebut diwujudkan melalui standardisasi identitas visual di seluruh unit pendidikan. Penggunaan logo resmi, tipografi, warna, dan elemen desain yang seragam menjadi cara lembaga menjaga konsistensi identitas di berbagai media komunikasi. Langkah ini mencerminkan *symbolic reinforcement*, yaitu upaya mempertahankan elemen-elemen visual yang merepresentasikan sejarah, karakter, dan nilai lembaga sehingga identitas SIT Ukhuwah tetap mudah dikenali oleh masyarakat.⁶⁷

Hasil observasi juga memperlihatkan bahwa penyediaan repositori aset digital melalui *microsite* tidak hanya bertujuan mempermudah distribusi file desain, tetapi juga menjadi mekanisme pengendalian kualitas identitas visual. Seluruh unit diwajibkan menggunakan aset resmi yang telah disiapkan sehingga potensi perbedaan tampilan antarunit dapat diminimalkan. Praktik ini sejalan dengan konsep *brand identity* yang menekankan pentingnya konsistensi visual sebagai representasi dari identitas dan janji lembaga kepada publik.⁶⁸

⁶⁶ Kevin Lane Keller, *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity* 2nd ed., ... 109.

⁶⁷ David A. Aaker, *Building Strong Brands*, ... 216.

⁶⁸ David A. Aaker dan Damien McLoughlin, *Strategic Market Management*, ... 186.

Selain menjaga keseragaman identitas, SIT Ukhuwah juga berupaya mempertahankan relevansi mereknya melalui inovasi format komunikasi. Program Lensa Ukhuwah, misalnya, menjadi media yang menyatukan berbagai aktivitas dari seluruh unit pendidikan dalam satu format visual yang konsisten. Pendekatan ini menunjukkan adanya *functional reinforcement*, yaitu upaya mempertahankan kekuatan merek melalui pembaruan cara berkomunikasi tanpa mengubah identitas utama lembaga.

Maka dari itu, hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang diterapkan SIT Ukhuwah tidak hanya berfokus pada aspek desain, tetapi juga pada pengelolaan identitas merek secara berkelanjutan. Lembaga mampu menjaga keseimbangan antara mempertahankan reputasi yang telah dibangun selama bertahun-tahun dengan menyesuaikan cara penyampaian informasi terhadap karakter masyarakat yang semakin visual-sentris. Dengan demikian, standarisasi konten visual menjadi bagian penting dalam menjaga citra SIT Ukhuwah sebagai lembaga pendidikan yang profesional, terpercaya, dan tetap relevan di tengah persaingan pendidikan yang semakin kompetitif.

b. Integrasi Nilai Religius dan Modernitas dalam Strategi Branding

Strategi branding yang diterapkan di SIT Ukhuwah Banjarmasin menunjukkan adanya upaya untuk menyelaraskan identitas keislaman dengan tuntutan komunikasi visual yang modern. Berdasarkan hasil penelitian, lembaga tidak memandang religiusitas dan modernitas sebagai dua hal yang saling bertentangan, melainkan sebagai unsur yang saling melengkapi dalam membangun citra institusi.

Pendekatan ini dilakukan agar identitas sebagai sekolah Islam tetap terjaga, namun mampu dikomunikasikan melalui visual yang menarik, profesional, dan sesuai dengan karakter masyarakat digital saat ini. Sehingga, SIT Ukhuwah berupaya menghilangkan anggapan bahwa sekolah Islam yang telah lama berdiri identik dengan tampilan yang kurang mengikuti perkembangan zaman. Penyelarasan tersebut juga mencerminkan penerapan berbagai prinsip dalam manajemen pendidikan Islam yang menjadi landasan dalam proses pengelolaan komunikasi visual sebagai berikut:

- 1) Sidq (kejujuran): Prinsip ini terlihat dari komitmen sekolah untuk menampilkan kondisi yang sesuai dengan realitas melalui foto maupun video yang dipublikasikan. Konten dibuat berdasarkan aktivitas nyata di lingkungan sekolah tanpa rekayasa yang berlebihan, sehingga visual yang disampaikan menjadi representasi yang autentik dan mampu membangun kepercayaan masyarakat.
- 2) Amanah (kepercayaan): Tim Humas memandang setiap informasi yang dipublikasikan sebagai bentuk tanggung jawab kepada masyarakat. Karena itu, seluruh konten tetap memperhatikan batasan-batasan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam, seperti cara berpakaian, adab siswa, dan suasana pembelajaran, sehingga modernitas visual tidak menghilangkan identitas lembaga sebagai sekolah Islam.
- 3) Musyawarah (syura): Penyusunan konsep visual tidak dilakukan secara sepihak, tetapi melalui koordinasi antara pimpinan dan tim humas. Proses diskusi ini memungkinkan setiap ide dipertimbangkan

bersama sehingga keputusan yang diambil mampu menjaga keseimbangan antara aspek estetika, tujuan komunikasi, dan nilai-nilai yang dianut lembaga.

- 4) Itqan (profesionalisme): Penerapan teknik desain yang rapi, penggunaan tipografi yang konsisten, penyuntingan video yang halus, serta pengelolaan identitas visual yang terstandar menunjukkan komitmen sekolah terhadap kualitas kerja. Profesionalisme tersebut menjadi bagian penting dalam menghadirkan komunikasi visual yang mampu memperkuat citra lembaga.
- 5) Tawasun (keseimbangan): SIT Ukhuwah berupaya menjaga keseimbangan antara pemanfaatan teknologi digital dengan nilai-nilai keislaman yang menjadi identitas sekolah. Modernisasi dilakukan pada aspek media, desain, dan penyajian informasi, sedangkan substansi pendidikan dan budaya sekolah tetap dipertahankan sesuai dengan visi lembaga.
- 6) Ta'awun (kerja sama). Keberhasilan menjaga keselarasan identitas visual tidak terlepas dari kolaborasi seluruh unit pendidikan, mulai dari PAUD hingga SMA. Melalui penggunaan pedoman visual yang sama dan koordinasi antartim humas, seluruh unit berkontribusi membangun citra lembaga secara konsisten sehingga pesan yang diterima masyarakat tetap seragam.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa SIT Ukhuwah berhasil membangun *institutional branding* yang kuat melalui perpaduan antara

identitas keislaman dan komunikasi visual modern. Modernitas dimanfaatkan sebagai sarana untuk menyampaikan nilai-nilai lembaga secara lebih efektif, sedangkan prinsip-prinsip Islam tetap menjadi fondasi dalam setiap proses komunikasi. Pendekatan ini tidak hanya memperkuat daya saing sekolah di era digital, tetapi juga menjaga konsistensi identitas lembaga sebagai institusi pendidikan Islam yang profesional, adaptif, dan tetap berpegang pada nilai-nilai yang menjadi ciri khasnya.

c. Pembentukan Kepercayaan Publik terhadap Institusi

Kepercayaan publik (*brand trust*) terhadap SIT Ukhuwah Banjarmasin dibangun melalui pengelolaan konten visual yang dilakukan secara konsisten dan terencana. Berdasarkan hasil penelitian, kepercayaan masyarakat saat ini tidak lagi terbentuk hanya dari reputasi yang telah lama dimiliki sekolah, tetapi juga melalui proses pencarian dan verifikasi informasi di media digital, terutama pada tahap *Zero Moment of Truth* (ZMOT). Pada fase ini, konten visual yang autentik dan berkualitas menjadi faktor penting yang membantu calon orang tua mengurangi keraguan sebelum memutuskan mendaftarkan anaknya ke SIT Ukhuwah.

Secara teoretis, *brand trust* merupakan keyakinan konsumen bahwa suatu merek mampu memenuhi janji dan memberikan kualitas sesuai harapan.⁶⁹ Temuan penelitian menunjukkan bahwa konten visual yang dipublikasikan melalui media sosial SIT Ukhuwah berperan sebagai *physical evidence* atau bukti nyata yang membantu calon wali murid menilai kualitas layanan pendidikan. Dokumentasi mengenai kegiatan belajar, fasilitas sekolah, budaya sekolah, hingga

⁶⁹ Arjun Chaudhuri dan Morris B. Holbrook, "The chain of effects from brand trust and brand affect to brand performance: The role of brand loyalty", ... 81-82.

suasana pembelajaran memberikan gambaran yang lebih konkret dibandingkan sekadar informasi tertulis. Melalui bukti visual tersebut, masyarakat membangun persepsi bahwa SIT Ukhuwah merupakan lembaga pendidikan yang profesional, terpercaya, dan mampu memberikan layanan sesuai dengan ekspektasi mereka.

Faktor lain yang turut memperkuat kepercayaan publik adalah autentisitas konten. Hasil penelitian menunjukkan bahwa orang tua lebih mudah memercayai dokumentasi yang menampilkan aktivitas sekolah secara alami dibandingkan konten yang terlihat terlalu dibuat-buat. Dokumentasi kegiatan sehari-hari, interaksi guru dan siswa, maupun berbagai aktivitas pembelajaran memberikan kesan bahwa apa yang ditampilkan di media sosial benar-benar mencerminkan kondisi sekolah. Transparansi seperti ini memperkuat kredibilitas lembaga karena masyarakat dapat melihat secara langsung budaya dan proses pendidikan yang berlangsung.

Kepercayaan tersebut semakin diperkuat melalui konsistensi narasi yang dibangun oleh sekolah. Publikasi mengenai prestasi siswa, kegiatan pembelajaran, budaya sekolah, serta identitas religius yang dikemas secara modern membentuk asosiasi positif terhadap SIT Ukhuwah. Konsistensi ini mendukung terbentuknya *brand equity* yang kuat sehingga masyarakat tidak lagi memandang SIT Ukhuwah sebagai "sekolah lama" yang tertinggal, melainkan sebagai sekolah yang telah mapan, berpengalaman, dan tetap mampu mengikuti perkembangan zaman.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa keberhasilan SIT Ukhuwah membangun *brand trust* tidak hanya bergantung pada kualitas konten visual, tetapi juga pada konsistensi, autentisitas, dan kesesuaian antara informasi

yang dipublikasikan dengan realitas di lapangan. Kepercayaan yang terbentuk kemudian menjadi aset penting bagi lembaga dalam mempertahankan reputasi, memperkuat daya saing, serta menjaga keberlangsungan institusi di tengah persaingan pendidikan yang semakin kompetitif.