

BAB V

SIMPULAN, IMPLIKASI, REKOMENDASI

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai implementasi *Public Relations* berbasis digital di SMK Islamic Centre Cirebon, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Implementasi strategi *Public Relations* berbasis digital di SMK Islamic Centre Cirebon menunjukkan adanya pergeseran dari komunikasi konvensional ke komunikasi digital yang lebih adaptif terhadap perkembangan teknologi. Pemanfaatan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp telah menjadi sarana utama dalam penyampaian informasi, khususnya pada kegiatan yang bersifat strategis seperti Seleksi Penerimaan Murid Baru (SPMB). Implementasi ini mencerminkan fungsi *Public Relations* sebagai penghubung komunikasi antara lembaga dan publik, meskipun masih cenderung berfokus pada penyebaran informasi (*Share*) dan belum sepenuhnya mengarah pada interaksi yang mendalam.
2. Pengelolaan media sosial di SMK Islamic Centre Cirebon telah memanfaatkan berbagai platform digital secara fungsional, namun belum sepenuhnya dilakukan secara sistematis dan terencana. Berdasarkan *The Circular Model of SoMe*, pengelolaan media sosial masih dominan pada tahap *Share* dan sebagian *manage*, sementara tahap *optimize* dan *engage* belum berjalan optimal. Hal ini terlihat dari belum adanya perencanaan konten yang konsisten, pemanfaatan data analitik, serta strategi keterlibatan audiens yang terarah.
3. Koordinasi antara pengelola media sosial dan tim humas telah berjalan secara fungsional dengan pola terpusat pada Wakil Kepala Sekolah Bidang Humas. Namun, dalam praktiknya koordinasi masih bersifat fleksibel dan cenderung satu arah (*top-down*). Meskipun demikian,

koordinasi yang fleksibel memungkinkan penyampaian informasi secara cepat dan *real-time*. Keterlibatan siswa dalam produksi konten juga menunjukkan adanya pendekatan kolaboratif, meskipun belum didukung oleh sistem koordinasi yang terstruktur dan berkelanjutan.

4. Kendala dalam pemanfaatan media digital meliputi keterbatasan sumber daya manusia, fasilitas, konsistensi konten, serta koordinasi internal. Berdasarkan analisis SWOT, kendala tersebut didominasi oleh faktor kelemahan (*weaknesses*) dari aspek internal, seperti keterbatasan literasi digital dan ketergantungan pada satu pengelola media sosial. Selain itu, faktor eksternal berupa persaingan antar lembaga pendidikan juga menjadi ancaman (*threats*) dalam membangun citra melalui media digital. Meskipun demikian, sekolah memiliki kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*) dalam pemanfaatan teknologi digital yang terus berkembang.

B. Implikasi

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai implementasi *Public Relations* berbasis digital di SMK Islamic Centre Cirebon, terdapat beberapa implikasi yang dapat dikemukakan sebagai berikut:

1. Implikasi Teoretis

Hasil penelitian ini memperkuat konsep *Digital Public Relations* yang menekankan pentingnya adaptasi organisasi terhadap perkembangan teknologi komunikasi. Temuan penelitian menunjukkan bahwa praktik *Public Relations* di lembaga pendidikan telah mengalami pergeseran dari komunikasi konvensional menuju komunikasi berbasis digital yang lebih efektif dalam menjangkau publik.

Selain itu, penelitian ini juga memperkuat relevansi penggunaan *The Circular Model of SoMe* (Luttrell, 2016) sebagai kerangka analisis dalam mengkaji pengelolaan media sosial. Meskipun demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi model tersebut belum sepenuhnya optimal, karena masih dominan pada tahap *Share* dan

sebagian *engage*, sedangkan tahap *optimize* dan *manage* belum berjalan secara maksimal. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan Digital *Public Relations* tidak hanya bergantung pada penggunaan media, tetapi juga pada pengelolaan komunikasi yang sistematis, terencana, dan berbasis data.

2. Implikasi Praktis

Secara praktis, penelitian ini menunjukkan bahwa pemanfaatan media digital telah menjadi kebutuhan utama dalam kegiatan *Public Relations* di lembaga pendidikan. Media sosial terbukti mampu meningkatkan efektivitas komunikasi, memperluas jangkauan informasi, serta membangun citra positif sekolah di mata publik.

Meskipun demikian, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa pengelolaan media digital di SMK Islamic Centre Cirebon masih menghadapi beberapa keterbatasan, seperti kurangnya perencanaan strategis, belum optimalnya pemanfaatan data analitik, serta keterbatasan sumber daya manusia. Oleh karena itu, diperlukan penguatan pada aspek manajerial, peningkatan kompetensi digital, serta pengembangan sistem kerja tim agar pengelolaan media sosial dapat berjalan secara lebih optimal dan berkelanjutan.

C. Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan beberapa rekomendasi sebagai berikut:

1. Bagi Sekolah

Seyogyanya sekolah disarankan untuk menyusun strategi *Public Relations* digital yang lebih terencana dan sistematis, salah satunya melalui penyusunan *content calendar* guna menjaga konsistensi publikasi media sosial. Selain itu, sekolah perlu mengembangkan sistem pengelolaan media sosial berbasis tim agar tidak bergantung pada satu individu, serta memperkuat koordinasi antarbagian dalam mendukung efektivitas komunikasi digital.

2. Bagi Tim Humas

Seyogyanya tim humas diharapkan dapat meningkatkan pengelolaan media sosial tidak hanya pada aspek penyebaran informasi, tetapi juga pada pembangunan interaksi yang lebih aktif dengan publik. Selain itu, pemanfaatan fitur analitik media sosial perlu dioptimalkan sebagai dasar evaluasi dan pengambilan keputusan dalam strategi komunikasi digital.

3. Bagi Guru dan Staf

Seyogyanya guru dan staf disarankan untuk meningkatkan kompetensi dalam bidang literasi digital melalui pelatihan atau workshop terkait pengelolaan media sosial dan pembuatan konten digital. Hal ini bertujuan agar keterampilan digital dapat dimiliki secara merata dan mendukung keberlangsungan pengelolaan *Public Relations* digital di sekolah.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya disarankan untuk mengkaji efektivitas *Digital Public Relations* dengan pendekatan kuantitatif, khususnya dalam mengukur tingkat *engagement*, jangkauan audiens, serta pengaruh media digital terhadap citra lembaga. Selain itu, penelitian selanjutnya juga dapat lebih memfokuskan pada analisis tahap *optimize* dan *manage* dalam *The Circular Model of SoMe* agar diperoleh pemahaman yang lebih komprehensif.