



PENINGKATAN KETERAMPILAN BAHASA UNTUK PROMOSI SEKOLAH MELALUI MEDIA SOSIAL DI SMA MUHAMMADIYAH PANGSID

Jusrianto Jala ¹, Sam Hermansyah ², Idayanti ^{1,*}

¹⁾ Program Studi Pendidikan Bahasa Indonesia, Universitas Muhammadiyah Sidenreng Rappang

²⁾ Program Studi Pendidikan Bahasa Inggris, Universitas Muhammadiyah Sidenreng Rappang

*e-mail: idayantisyahlan3@gmail.com ; Available online: 2 Mei 2025

Abstrak

Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi informasi, media sosial telah menjadi salah satu sarana penting dalam mempromosikan berbagai institusi, termasuk di bidang pendidikan. SMA Muhammadiyah Pangsidi, sebagai bagian dari Yayasan Muhammadiyah, memiliki potensi besar dalam memanfaatkan media sosial untuk promosi sekolah. Namun, keterampilan dalam penggunaan bahasa yang efektif untuk menyampaikan pesan promosi yang menarik dan sesuai dengan norma bahasa Indonesia masih menjadi tantangan di kalangan tenaga pendidik. Oleh karena itu, pelatihan penggunaan bahasa yang tepat dalam media sosial menjadi hal yang sangat penting guna meningkatkan efektivitas komunikasi promosi sekolah. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan keterampilan bahasa para tenaga pendidik dalam memanfaatkan media sosial sebagai alat promosi sekolah. Metode yang digunakan dalam pelatihan ini adalah pendekatan persuasif edukatif yang terdiri dari ceramah, diskusi, dan praktik langsung. Kegiatan ini diikuti oleh para tenaga pendidik di SMA Muhammadiyah Pangsidi yang diberi pemahaman mengenai pentingnya penggunaan bahasa yang santun, sesuai kaidah, dan efektif dalam media sosial. Hasil dari pelatihan ini menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam kemampuan peserta dalam menyusun kalimat promosi yang menarik dan sesuai dengan tujuan sekolah. Selain itu, peserta juga mampu mengidentifikasi kesalahan dalam penggunaan bahasa yang sering terjadi di media sosial dan cara memperbaikinya. Kendala yang ditemukan dalam pelatihan ini antara lain keterbatasan fasilitas teknis, seperti perangkat gadget yang tidak memadai dan keterbatasan jaringan internet. Meskipun demikian, kegiatan ini memberikan dampak positif, dengan harapan dapat dilaksanakan secara berkelanjutan untuk memastikan penggunaan media sosial dalam promosi sekolah dapat terus ditingkatkan dengan bahasa yang lebih baik dan efektif.

Kata Kunci: Keterampilan bahasa; Media sosial; Promosi sekolah; Pelatihan; SMA Muhammadiyah Pangsidi

Abstrak

Along with the rapid development of information technology, social media has become an important means of promoting various institutions, including in the field of education. SMA Muhammadiyah Pangsidi, as part of the Muhammadiyah Foundation, has great potential in utilizing social media for school promotion. However, skills in using effective language to convey attractive promotional messages that are in accordance with Indonesian language norms are still a challenge among educators. Therefore, training in the use of appropriate language in social media is very important to increase the effectiveness of school promotional communication. The purpose of



this activity is to improve the language skills of educators in utilizing social media as a school promotional tool. The method used in this training is an educational persuasive approach consisting of lectures, discussions, and direct practice. This activity was attended by educators at SMA Muhammadiyah Pangsidi who were given an understanding of the importance of using polite, appropriate, and effective language in social media. The results of this training showed a significant increase in the participants' ability to compose attractive promotional sentences that are in accordance with school goals. In addition, participants were also able to identify errors in the use of language that often occur on social media and how to fix them. The obstacles found in this training include limited technical facilities, such as inadequate gadgets and limited internet networks. Nevertheless, this activity has a positive impact, with the hope that it can be implemented sustainably to ensure that the use of social media in school promotion can continue to be improved with better and more effective language.

Keywords: Language skills; Social media; School promotion; Training; Muhammadiyah Pangsidi high school

PENDAHULUAN

Media sosial telah menjadi bagian yang sangat penting dalam kehidupan sehari-hari masyarakat di era digital ini. Tak hanya sebagai alat untuk berinteraksi sosial, media sosial kini telah digunakan secara luas untuk berbagai keperluan, termasuk untuk kegiatan promosi. Dalam konteks pendidikan, media sosial menjadi salah satu sarana yang efektif dalam memperkenalkan sekolah, menjaring calon peserta didik baru, serta membangun citra positif sekolah di mata masyarakat. Namun, untuk memaksimalkan efektivitas media sosial dalam promosi, penting bagi tenaga pendidik untuk memiliki keterampilan dalam menggunakan bahasa yang baik, benar, dan efektif sesuai dengan kaidah bahasa Indonesia.

SMA Muhammadiyah Pangsidi, sebagai bagian dari Yayasan Muhammadiyah, memiliki potensi besar dalam memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk promosi sekolah. Namun, dalam praktiknya, banyak tenaga pendidik yang belum sepenuhnya menguasai keterampilan penggunaan bahasa yang tepat untuk menyampaikan pesan promosi melalui media sosial. Penggunaan bahasa yang tidak sesuai dengan kaidah dapat menyebabkan ketidakefektifan komunikasi dan bahkan bisa merusak citra sekolah. Oleh karena itu, pelatihan penggunaan bahasa yang baik dan santun di media sosial menjadi sangat penting untuk memastikan pesan promosi dapat diterima dengan baik oleh audiens.

Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan bahasa para tenaga pendidik di SMA Muhammadiyah Pangsidi dalam memanfaatkan media sosial untuk kegiatan promosi sekolah. Pelatihan yang diberikan akan fokus pada cara menyusun kalimat yang menarik, persuasif, dan sesuai dengan tujuan promosi sekolah. Dalam konteks ini, bahasa yang digunakan tidak hanya harus komunikatif, tetapi juga harus santun dan mengikuti kaidah bahasa Indonesia yang benar agar pesan promosi yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh audiens yang beragam.

Salah satu negara berkembang yang memiliki pengguna situs jejaring sosial terbanyak di dunia adalah Indonesia. Tak dapat dipungkiri bahwa jejaring



sosial seperti facebook, youtube, twitter bahkan aplikasi messenger seperti line, BBM, whatsapp dan sebagainya bukanlah suatu hal yang tabu di kalangan masyarakat Indonesia. Maka dari itu tidak heran bahwa jejaring sosial saat ini digunakan sebagai alternative bagi setiap pemilik bisnis untuk memasarkan produk atau memperkenalkan bisnisnya.

Jika Anda berkeinginan untuk melakukan pemasaran dengan memanfaatkan jejaring sosial, tentunya Anda harus membangun strategi terlebih dahulu. Saat ini sosial media dijadikan sebagai tool marketing yang efektif untuk membantu strategi pemasaran pada sebuah bisnis atau perusahaan (Anitasari, Nuraini. (2016). "5 Strategi Promosi Melalui Media Sosial.

Azwardi, H. (2019) dalam artikelnya yang berjudul "Kekacauan Bahasa di Media Sosial" menyatakan bahwa penggunaan bahasa di media sosial cenderung mengalami kekacauan, yang terlihat pada cara orang berkomunikasi tanpa memperhatikan kaidah-kaidah bahasa yang baik dan benar. Hal ini disebabkan oleh karakteristik media sosial itu sendiri yang mengutamakan kecepatan dan kepraktisan dalam berkomunikasi, yang seringkali mengabaikan aspek tata bahasa yang seharusnya dijaga. Akibatnya, terjadi penyalahgunaan kata, singkatan yang tidak jelas, serta penggunaan bahasa yang kurang tepat, yang berpotensi mengurangi kualitas komunikasi dan pemahaman antar penggunanya.

Kemristekdikti (2018) dalam Panduan Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Edisi XII Tahun 2018 menjelaskan bahwa penelitian dan pengabdian kepada masyarakat memiliki peran penting dalam meningkatkan kualitas hidup masyarakat dan pengembangan ilmu pengetahuan. Panduan ini memberikan pedoman yang jelas mengenai pelaksanaan kegiatan penelitian yang dapat memberikan kontribusi langsung bagi pembangunan dan pemberdayaan masyarakat. Selain itu, panduan ini juga menekankan pentingnya kolaborasi antara perguruan tinggi, masyarakat, dan pemerintah untuk menciptakan hasil penelitian yang aplikatif dan bermanfaat bagi kesejahteraan umum. Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010) dalam artikel mereka yang berjudul "Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media" yang diterbitkan di *Business Horizons*, volume 53, halaman 59-68, mengungkapkan bahwa media sosial telah mengubah cara orang berinteraksi, berkomunikasi, dan membangun hubungan sosial. Mereka juga mengidentifikasi tantangan besar dalam menggunakan media sosial, seperti masalah privasi dan keamanan data, serta potensi dampak negatif terhadap komunikasi interpersonal. Namun, di sisi lain, media sosial menawarkan peluang luar biasa bagi individu dan perusahaan untuk memperluas jangkauan audiens, meningkatkan kesadaran merek, dan membangun komunitas yang lebih terhubung.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016) dalam buku *Marketing Management* (edisi ke-15) yang diterbitkan oleh Pearson Education, menjelaskan bahwa manajemen pemasaran adalah seni dan ilmu untuk memilih pasar sasaran, memperoleh, mempertahankan, dan mengembangkan pelanggan dengan cara yang menguntungkan. Mereka menekankan pentingnya strategi pemasaran yang terintegrasi, yang tidak hanya berfokus pada produk atau jasa yang ditawarkan, tetapi juga pada menciptakan nilai bagi konsumen serta mempertahankan hubungan jangka panjang dengan mereka. Buku ini juga membahas berbagai konsep dan alat yang digunakan dalam perencanaan, pengembangan, dan implementasi strategi pemasaran yang efektif dalam menghadapi dinamika pasar yang terus berubah. Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2014) dalam artikel



mereka yang berjudul "Social Media: Back to the Roots and Back to the Future" yang diterbitkan di *Journal of Systems and Information Technology*, volume 16, nomor 2, halaman 104-113, mengemukakan bahwa media sosial telah berkembang pesat sejak awal kemunculannya dan kini menjadi bagian integral dari kehidupan sosial, ekonomi, dan politik. Mereka menggarisbawahi pentingnya memahami kembali dasar-dasar konsep media sosial, serta memprediksi arah masa depan teknologi ini. Artikel ini menyarankan agar organisasi dan individu memanfaatkan kekuatan media sosial untuk membangun hubungan yang lebih autentik dengan audiens mereka dan menghadapi tantangan yang muncul akibat evolusi pesat teknologi dan interaksi sosial yang terjadi di dalamnya. Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2018) dalam buku *MKTG: Principles of Marketing* yang diterbitkan oleh Cengage Learning, membahas berbagai konsep dasar dalam pemasaran yang penting untuk memahami perilaku konsumen dan strategi pemasaran yang efektif. Buku ini menjelaskan pentingnya segmen pasar, penentuan target pasar, serta pengembangan produk dan promosi yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Selain itu, buku ini juga menyoroti pentingnya pemanfaatan teknologi dan data dalam pengambilan keputusan pemasaran, serta mengajarkan cara-cara untuk membangun dan mempertahankan hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

Di sisi lain, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, terutama media sosial, memberikan tantangan tersendiri bagi tenaga pendidik dalam hal penggunaan bahasa. Meskipun media sosial memungkinkan penggunaannya untuk berkomunikasi secara cepat dan efisien, hal ini seringkali diiringi dengan penggunaan bahasa yang kurang tepat dan tidak sesuai dengan norma yang berlaku. Oleh karena itu, penting bagi setiap sekolah untuk memberikan pelatihan terkait penggunaan bahasa yang efektif dan tepat dalam media sosial agar promosi sekolah dapat mencapai audiens yang lebih luas dengan cara yang profesional.

Metode yang digunakan dalam pelatihan ini adalah pendekatan persuasif edukatif yang mengkombinasikan ceramah, diskusi, dan praktik langsung. Pelatihan ini dirancang untuk memberikan pemahaman mengenai pentingnya penggunaan bahasa yang santun, serta memberikan keterampilan praktis kepada tenaga pendidik dalam membuat konten promosi yang sesuai dengan tujuan sekolah. Selain itu, pelatihan ini juga bertujuan untuk meningkatkan kesadaran para pendidik akan pentingnya menggunakan bahasa yang efektif dalam mencapai hasil yang optimal dalam promosi sekolah melalui media sosial.

Dengan pelatihan ini, diharapkan tenaga pendidik SMA Muhammadiyah Pangsidi dapat lebih percaya diri dalam memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan sekolah. Diharapkan pula bahwa pelatihan ini akan meningkatkan kualitas promosi sekolah dan membantu sekolah dalam menjaring lebih banyak peserta didik baru, serta memperkuat citra positif sekolah. Selain itu, kegiatan ini diharapkan dapat dilaksanakan secara berkelanjutan agar keterampilan dalam penggunaan media sosial dan bahasa yang efektif dapat terus ditingkatkan.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode pelatihan berbasis praktik untuk meningkatkan keterampilan bahasa tenaga



pendidik dalam menggunakan media sosial untuk promosi sekolah di SMA Muhammadiyah Pangsid. Pelatihan ini difokuskan pada tiga tahapan utama: ceramah, diskusi, dan praktik langsung. Setiap tahapan dirancang untuk memberikan pemahaman teori dan kesempatan untuk mengaplikasikan pengetahuan dalam konteks nyata. Metode ini bertujuan untuk mengembangkan kemampuan peserta dalam menyusun kalimat yang efektif dan sesuai dengan kaidah bahasa Indonesia, sehingga pesan promosi yang disampaikan di media sosial dapat diterima dengan baik oleh audiens.

Pada sesi pertama, pelatihan dimulai dengan ceramah yang memberikan pemahaman dasar tentang pentingnya media sosial dalam promosi sekolah. Materi yang disampaikan mencakup pengenalan tentang berbagai platform media sosial, serta cara memanfaatkannya untuk membangun citra sekolah dan menarik calon peserta didik. Selain itu, peserta juga akan dibekali dengan pengetahuan tentang kesantunan berbahasa dan etika komunikasi di media sosial agar pesan yang disampaikan tidak hanya efektif, tetapi juga sesuai dengan norma yang berlaku.

Sesi kedua dilanjutkan dengan diskusi kelompok yang bertujuan untuk menggali lebih dalam pemahaman peserta terkait materi yang telah disampaikan. Dalam diskusi ini, peserta dapat berbagi pengalaman dan tantangan yang mereka hadapi dalam memanfaatkan media sosial untuk promosi sekolah. Mereka juga akan diajak untuk merancang kalimat-kalimat promosi yang menarik dan persuasif, serta memperbaiki kesalahan penggunaan bahasa yang sering ditemukan dalam konten media sosial. Diskusi ini memberikan kesempatan bagi peserta untuk belajar dari satu sama lain dan mengasah keterampilan mereka melalui kolaborasi.

Pada sesi ketiga, peserta akan langsung mempraktikkan keterampilan yang telah dipelajari dengan membuat dan mempublikasikan konten promosi di media sosial. Mereka akan diberi tugas untuk menulis dan memposting pengumuman penerimaan siswa baru atau informasi mengenai program unggulan sekolah. Setiap peserta akan mendapatkan umpan balik langsung dari fasilitator terkait penggunaan bahasa yang tepat, struktur kalimat, serta efektivitas pesan yang disampaikan. Melalui praktik ini, diharapkan peserta dapat lebih percaya diri dalam memanfaatkan media sosial untuk kegiatan promosi.

Evaluasi pelatihan dilakukan dengan mengamati hasil kerja peserta dan melakukan survei untuk mengukur tingkat pemahaman dan keterampilan yang diperoleh. Umpan balik dari peserta dan manajemen sekolah akan digunakan untuk menilai efektivitas pelatihan dan mengidentifikasi area yang perlu perbaikan. Dengan menggunakan data evaluasi ini, pelatihan dapat diperbaiki dan ditindaklanjuti untuk pelatihan selanjutnya guna memastikan penguasaan keterampilan bahasa yang berkelanjutan di SMA Muhammadiyah Pangsid.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah pelaksanaan pelatihan penggunaan bahasa dalam media sosial untuk promosi sekolah di SMA Muhammadiyah Pangsid, berbagai hasil dapat dievaluasi untuk melihat sejauh mana efektivitas pelatihan tersebut dalam meningkatkan keterampilan bahasa peserta, serta dampaknya terhadap promosi sekolah melalui media sosial. Pelatihan ini diharapkan tidak hanya meningkatkan kemampuan teknis dalam menulis konten promosi yang menarik dan sesuai



dengan kaidah bahasa Indonesia, tetapi juga meningkatkan kesadaran tentang pentingnya etika komunikasi di media sosial.

Secara umum, pelatihan ini menunjukkan peningkatan keterampilan bahasa yang signifikan di kalangan peserta. Pada sesi pertama, materi yang disampaikan mengenai kesantunan berbahasa dan etika komunikasi di media sosial memberikan pemahaman dasar yang sangat diperlukan bagi tenaga pendidik dalam menyusun kalimat promosi yang tepat. Sebelum pelatihan, banyak peserta yang masih merasa kesulitan dalam menyusun kalimat promosi yang efektif dan sesuai dengan kaidah bahasa Indonesia. Mereka cenderung menggunakan bahasa yang tidak terlalu formal dan terkesan kurang menarik bagi audiens yang menjadi sasaran promosi.

Namun, setelah mengikuti sesi ceramah dan diskusi, peserta menunjukkan pemahaman yang lebih baik tentang pentingnya bahasa yang sesuai dengan audiens yang ingin dijangkau. Mereka kini lebih mampu menyesuaikan penggunaan bahasa yang santun dan persuasif, serta dapat memilih kata-kata yang lebih tepat untuk menyampaikan pesan promosi. Pada sesi kedua, yang berfokus pada diskusi kelompok, peserta mampu merancang kalimat-kalimat promosi yang lebih terstruktur, jelas, dan menarik. Hal ini membuktikan bahwa pemahaman yang didapatkan selama ceramah dapat diinternalisasi dengan baik dan diterapkan dalam praktik.

Pada sesi ketiga, di mana peserta diberikan kesempatan untuk mempraktikkan keterampilan mereka, terlihat peningkatan yang cukup signifikan dalam kualitas konten promosi yang dibuat. Peserta diberi tugas untuk membuat postingan tentang penerimaan siswa baru dan promosi program unggulan sekolah. Sebelumnya, banyak peserta yang merasa ragu dalam memilih kalimat yang tepat untuk mempromosikan sekolah, tetapi setelah diberi arahan dan contoh dalam sesi ceramah dan diskusi, mereka dapat membuat konten yang lebih persuasif dan menarik.

Beberapa contoh konten yang dihasilkan peserta menunjukkan bahwa mereka kini lebih mampu mengemas informasi dengan cara yang lebih menarik dan tidak membosankan. Sebagai contoh, seorang peserta membuat konten tentang program ekstrakurikuler sekolah dengan menggunakan kalimat yang tidak hanya menjelaskan program tersebut tetapi juga mengundang calon siswa dan orang tua untuk bergabung dengan bahasa yang ramah dan mengundang minat. Selain itu, penggunaan kata-kata yang positif dan menggugah semangat dapat terlihat dalam setiap kalimat yang dibuat peserta. Peserta juga menunjukkan kemampuan untuk memanfaatkan media sosial sebagai platform yang interaktif dengan mengajak audiens untuk berpartisipasi, seperti meminta mereka untuk mengunjungi website sekolah atau mengikuti akun media sosial sekolah untuk informasi lebih lanjut.

Meskipun pelatihan ini berhasil meningkatkan keterampilan bahasa peserta dalam membuat konten promosi, tidak dapat dipungkiri bahwa ada beberapa kendala yang dihadapi selama proses pelatihan. Salah satu kendala utama adalah keterbatasan fasilitas teknologi. Beberapa peserta mengeluhkan bahwa perangkat yang mereka gunakan untuk mengikuti pelatihan tidak memadai, terutama ketika melibatkan praktik langsung melalui platform media sosial. Beberapa peserta mengalami kesulitan dalam mengakses internet yang stabil, yang mempengaruhi kelancaran praktik membuat postingan di media sosial. Meskipun pelatihan ini dilakukan dengan menggunakan perangkat yang



tersedia, hal ini tetap menjadi faktor penghambat yang dapat mengurangi efektivitas pelatihan.

Selain itu, tantangan lain yang muncul adalah perbedaan tingkat pengalaman peserta dalam menggunakan media sosial. Beberapa peserta sudah cukup berpengalaman dalam menggunakan media sosial, tetapi ada juga yang merasa kurang terbiasa menggunakan platform tertentu untuk tujuan promosi. Ini menyebabkan ketidakseimbangan dalam kecepatan dan kualitas hasil yang dicapai oleh peserta. Untuk itu, disarankan agar pelatihan berikutnya mencakup sesi yang lebih mendalam tentang penggunaan berbagai platform media sosial, dengan fokus pada cara-cara memanfaatkan fitur yang ada untuk mendukung promosi sekolah secara lebih efektif.

Berdasarkan hasil pelatihan ini, ada beberapa rekomendasi yang dapat meningkatkan efektivitas pelatihan selanjutnya. Pertama, penting untuk memastikan bahwa peserta memiliki perangkat yang memadai untuk mengikuti pelatihan, terutama dalam sesi praktik. Oleh karena itu, pihak sekolah dapat mempertimbangkan untuk menyediakan perangkat atau memfasilitasi akses internet yang lebih baik bagi peserta, terutama bagi mereka yang tidak memiliki perangkat yang cukup memadai.

Kedua, disarankan untuk memperluas materi pelatihan dengan memberikan latihan yang lebih spesifik mengenai penggunaan berbagai platform media sosial. Setiap platform memiliki karakteristik yang berbeda, dan peserta perlu memahami cara memanfaatkannya secara maksimal. Misalnya, penggunaan Instagram lebih visual dan berbasis gambar, sementara Twitter lebih mengutamakan teks singkat dan cepat. Memberikan contoh konten yang sesuai dengan karakteristik setiap platform akan membantu peserta untuk lebih terampil dalam memilih media yang tepat untuk promosi sekolah.

Ketiga, pelatihan ini dapat dilakukan secara berkala untuk memastikan bahwa keterampilan bahasa dan penggunaan media sosial peserta dapat terus meningkat. Pelatihan lanjutan yang melibatkan diskusi lebih lanjut mengenai perkembangan tren di media sosial dan cara-cara untuk beradaptasi dengan perubahan tersebut juga dapat bermanfaat untuk menjaga efektivitas promosi sekolah.

Dari sisi dampak terhadap promosi sekolah, pelatihan ini menunjukkan hasil yang positif. SMA Muhammadiyah Pangsidi kini memiliki tenaga pendidik yang lebih siap untuk memanfaatkan media sosial sebagai alat promosi. Setelah pelatihan, terlihat adanya peningkatan dalam kualitas konten yang diposting oleh peserta, yang lebih mampu menarik perhatian audiens dan menyampaikan informasi yang penting tentang sekolah. Hal ini berdampak positif terhadap citra sekolah, dengan adanya konten yang lebih profesional dan sesuai dengan nilai-nilai yang ingin ditonjolkan oleh sekolah.

Dengan keterampilan yang lebih baik dalam menggunakan bahasa untuk promosi, sekolah dapat meningkatkan engagement dengan audiensnya di media sosial, serta menjangkau lebih banyak calon peserta didik yang tertarik dengan program dan fasilitas yang ditawarkan oleh sekolah. Di masa depan, diharapkan pelatihan ini dapat menjadi langkah awal yang berkelanjutan dalam memperkuat promosi sekolah di media sosial, dengan terus memperbarui keterampilan bahasa dan penggunaan media sosial yang semakin relevan dengan perkembangan zaman.



Gambar 1. Dokumentasi kegiatan

SIMPULAN

Berdasarkan hasil pelatihan yang telah dilaksanakan, dapat disimpulkan bahwa pelatihan penggunaan bahasa dalam media sosial untuk promosi sekolah di SMA Muhammadiyah Pangsid berhasil meningkatkan keterampilan bahasa para tenaga pendidik dalam membuat konten promosi yang lebih efektif, santun, dan sesuai dengan kaidah bahasa Indonesia. Peserta menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam kemampuan menyusun kalimat yang menarik dan persuasif, serta dalam memilih kata-kata yang tepat untuk menyampaikan pesan promosi sekolah di media sosial.

Pelatihan ini juga memberikan dampak positif terhadap kualitas konten promosi yang dibuat oleh peserta. Mereka dapat membuat postingan yang lebih menarik dan interaktif, serta mampu memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk membangun citra sekolah, menjangkau siswa baru, dan memperkenalkan berbagai program unggulan sekolah. Meskipun demikian, beberapa kendala teknis, seperti keterbatasan fasilitas teknologi dan perbedaan tingkat pengalaman peserta dalam menggunakan media sosial, tetap menjadi tantangan yang perlu diperhatikan dalam pelatihan selanjutnya.

Berdasarkan hasil tersebut, disarankan agar pelatihan ini dilakukan secara berkala dengan memperhatikan kendala-kendala yang ada, seperti menyediakan perangkat yang memadai dan meningkatkan pemahaman peserta tentang karakteristik masing-masing platform media sosial. Pelatihan lanjutan yang lebih mendalam tentang penggunaan media sosial dan tren terbaru dalam komunikasi digital dapat membantu peserta terus memperbarui keterampilan mereka untuk keperluan promosi yang lebih efektif di masa depan.

Secara keseluruhan, pelatihan ini telah berhasil memberikan kontribusi positif bagi SMA Muhammadiyah Pangsid dalam memanfaatkan media sosial untuk promosi sekolah. Dengan peningkatan keterampilan bahasa dan pemanfaatan media sosial yang lebih baik, diharapkan SMA Muhammadiyah Pangsid dapat meningkatkan daya tarik sekolah, memperluas jangkauan audiens, serta memperkuat citra positifnya di mata masyarakat.

Pelatihan mengenai penggunaan bahasa dalam media sosial untuk promosi sekolah sebaiknya dilakukan secara berkala untuk memastikan keterampilan yang diperoleh tetap terjaga dan berkembang. Dengan adanya pelatihan lanjutan, tenaga pendidik dapat lebih menguasai teknik penulisan konten yang semakin berkembang serta lebih siap beradaptasi dengan



perubahan platform media sosial yang cepat. Selain itu, pelatihan lanjutan juga dapat memfokuskan pada tren terbaru dalam dunia media sosial agar peserta tetap dapat memaksimalkan potensi promosi yang ada.

Saran berikutnya adalah memastikan peserta memiliki fasilitas yang memadai untuk mengikuti pelatihan secara efektif. Beberapa peserta mengalami kendala teknis, seperti perangkat yang tidak memadai dan jaringan internet yang kurang stabil, yang dapat mempengaruhi kelancaran praktik. Oleh karena itu, pihak sekolah perlu menyediakan perangkat dan memastikan koneksi internet yang stabil selama pelatihan agar setiap peserta dapat mengikuti sesi dengan lancar dan maksimal.

Terakhir, untuk meningkatkan kualitas konten promosi di media sosial, disarankan agar peserta diberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang penggunaan berbagai platform media sosial yang ada. Setiap platform memiliki karakteristik dan fitur yang berbeda, sehingga keterampilan dalam menyesuaikan konten dengan platform tertentu sangat penting. Dengan pemahaman ini, diharapkan promosi sekolah dapat lebih efektif dan menjangkau audiens yang lebih luas.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan kontribusi dalam pelaksanaan pelatihan penggunaan bahasa dalam media sosial untuk promosi sekolah di SMA Muhammadiyah Pangsid. Terima kasih khusus disampaikan kepada pihak manajemen SMA Muhammadiyah Pangsid yang telah memberikan izin dan fasilitas untuk melaksanakan pelatihan ini, serta kepada seluruh tenaga pendidik yang telah aktif berpartisipasi dan menunjukkan antusiasme dalam mengikuti setiap sesi pelatihan.

Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada para narasumber dan fasilitator yang telah memberikan materi dan bimbingan yang sangat bermanfaat dalam meningkatkan keterampilan bahasa peserta. Tanpa kehadiran mereka, pelatihan ini tidak akan berjalan dengan lancar dan efektif. Selain itu, kami juga berterima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan teknis dan logistik, sehingga pelatihan ini dapat terlaksana dengan baik.

Semoga hasil dari pelatihan ini dapat memberikan manfaat yang besar bagi para tenaga pendidik di SMA Muhammadiyah Pangsid, khususnya dalam memanfaatkan media sosial untuk promosi sekolah. Terima kasih atas segala perhatian, kerjasama, dan kontribusi yang telah diberikan untuk keberhasilan pelatihan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Anitasari, Nuraini. (2016). "5 Strategi Promosi Melalui Media Sosial". Diakses dari <https://zahiraccounting.com/>, pada 22 Juli 2019.
- Azwardi, H. (2019). "Kekacauan Bahasa di Media Sosial". Diakses dari <https://serambinews.com>, pada 22 Juli 2019.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). "Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media". *Business Horizons*, 53(1), 59-68.
- Kemristekdikti. (2018). *Panduan Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Edisi XII Tahun 2018*. Jakarta: Kemristekdikti.



- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2014). "Social Media: Back to the Roots and Back to the Future". *Journal of Systems and Information Technology*, 16(2), 104-113.
- Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel, C. (2018). *MKTG: Principles of Marketing*. Cengage Learning.
- McLuhan, M. (1964). *Understanding Media: The Extensions of Man*. McGraw-Hill.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 49 Tahun 2014 tentang Standar Nasional Pendidikan. Jakarta: Pemerintah Indonesia.
- Richards, J. C., & Schmidt, R. (2002). *Longman Dictionary of Language Teaching and Applied Linguistics* (3rd ed.). Pearson Education.
- Safitri, I. (2017). "Pengaruh Media Sosial terhadap Minat Siswa dalam Menentukan Pilihan Sekolah". *Jurnal Komunikasi dan Pendidikan*, 5(1), 112-124.
- Shimp, T. A. (2010). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective*. South-Western College Pub.
- Smith, P. R., & Zook, Z. (2011). *Marketing Communications: Integrating Offline and Online with Social Media* (5th ed.). Kogan Page.
- Susanto, H., & Wijayanto, D. (2018). "Penggunaan Media Sosial sebagai Sarana Promosi Sekolah: Studi Kasus di Sekolah Menengah Atas". *Jurnal Pendidikan dan Sosial*, 6(2), 145-158.
- Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2017). *Social Media Marketing*. Pearson.
- Wardhani, D. S. (2019). "Peran Media Sosial dalam Meningkatkan Popularitas Sekolah di Era Digital". *Jurnal Teknologi Pendidikan*, 7(3), 220-230.
- Wibowo, D. (2015). *Manajemen Kinerja: Teori, Aplikasi, dan Penelitian*. Rajawali Press.
- Wibowo, A. (2019). "Strategi Digital Marketing untuk Pendidikan". *Jurnal Teknologi dan Manajemen Pendidikan*, 12(4), 86-98.
- Zahay, D., & Peltier, J. W. (2016). *Social Media Marketing: Strategies for Engaging in a Digital World*. Routledge.
- Zarella, D. (2010). *The Social Media Marketing Book*. O'Reilly Media

CC BY-SA 4.0 (Attribution-ShareAlike 4.0 International).

This license allows users to share and adapt an article, even commercially, as long as appropriate credit is given and the distribution of derivative works is under the same license as the original. That is, this license lets others copy, distribute, modify and reproduce the Article, provided the original source and Authors are credited under the same license as the original.

