

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Review Penelitian Sejenis

Secara keseluruhan, berbagai penelitian terdahulu di atas menunjukkan adanya tren global dalam memandang media digital sebagai instrumen vital bagi keberlangsungan institusi maupun organisasi sosial. Namun, mayoritas kajian terdahulu cenderung memisahkan antara aspek teknis perubahan media dengan aspek manajerial internal organisasi.

1. Ela Trisna Pratiwi, Abdul Wahid Zaini, Suhermanto (2023) – Social Media Optimization in School Image Transformation: Instagram Interactive Strategies in Schools

Penelitian yang dilakukan oleh Ela Trisna Pratiwi, Abdul Wahid Zaini, dan Suhermanto (2023) ini berfokus pada proses optimalisasi media sosial Instagram sebagai instrumen utama dalam mentransformasi citra sebuah institusi pendidikan. Studi tersebut menguraikan bagaimana sekolah tidak lagi sekadar menggunakan media konvensional, melainkan beralih ke platform digital untuk membangun identitas lembaga yang lebih modern dan transparan di mata publik. Melalui manajemen konten yang terstruktur, Instagram dipandang sebagai alat strategis untuk merekonstruksi cara sekolah mempresentasikan diri kepada khalayak luas.

Dalam pembahasannya, penulis menekankan pentingnya strategi visual dan pengelolaan fitur-fitur digital untuk mendukung perubahan wajah institusi. Penggunaan foto berkualitas tinggi, video dokumentasi kegiatan, serta konsistensi estetika pada *feeds* merupakan bagian dari upaya transformasi dari media yang bersifat statis menuju konten multimedia yang dinamis. Penekanan utama dalam jurnal ini adalah bagaimana teknologi media sosial memungkinkan sekolah untuk mengomunikasikan prestasi dan keunggulan mereka secara lebih luas tanpa terhambat oleh batasan fisik media tradisional.

2. Abdilah & Purnamasari (2024) – Efektivitas Penyebaran Informasi Publik Melalui Instagram oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Karawang.

Penelitian yang dilakukan oleh Abdilah & Purnamasari (2024) menyoroti pentingnya adopsi media sosial dalam transformasi pelayanan publik dan penyebaran informasi resmi instansi pemerintah di era digital. Melalui pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur dan analisis dokumen digital, penelitian ini mengevaluasi efektivitas penggunaan platform Instagram oleh Diskominfo Kabupaten Karawang berdasarkan lima dimensi efektivitas organisasi: *produksi, efisiensi, kepuasan, keadaptasian, dan pengembangan*.

Data penelitian dikumpulkan melalui pengamatan terhadap unggahan serta matriks analitik akun Instagram resmi @diskominfokrwkab untuk menguji sejauh mana saluran komunikasi digital berbasis visual mampu mendukung transparansi serta memangkas hambatan alur informasi. Hasil studi menunjukkan bahwa meskipun produksi konten dilakukan secara konsisten dan terstruktur untuk menyebarkan informasi publik serta mengklarifikasi hoaks, efektivitas media digital ini masih terkendala oleh rendahnya tingkat interaksi dan partisipasi aktif dari audiens karena pola komunikasi yang cenderung masih bersifat satu arah (*broadcasting*).

3. Sutrisno (2023) – Changes in Media Consumption Patterns and their Implications for People's Cultural Identity

Penelitian yang dilakukan oleh Sutrisno (2023) dalam artikel berjudul *Changes in Media Consumption Patterns and their Implications for People's Cultural Identity* menganalisis bagaimana pesatnya perkembangan teknologi informasi telah mengubah cara masyarakat mengonsumsi media. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif melalui studi literatur, penelitian ini mengeksplorasi implikasi pergeseran dari media massa konvensional ke media digital terhadap pembentukan pandangan, nilai, dan identitas budaya audiens.

Sutrisno (2023) menyimpulkan bahwa perubahan pola konsumsi ini merupakan konsekuensi logis dari globalisasi, di mana media digital kini telah menjadi bagian integral dalam kehidupan sehari-hari yang membentuk identitas sosial masyarakat modern. Temuan ini menegaskan bahwa untuk tetap relevan, setiap sarana informasi harus mampu beradaptasi dengan kebiasaan baru audiens yang kini jauh lebih condong pada platform berbasis teknologi dan internet.

4. Nurini (2024) – Implementasi Gerakan Literasi Sekolah melalui Pemanfaatan Majalah Dinding Digital

Penelitian yang dilakukan oleh *Nurini (2024)* menyoroti tantangan dalam mempertahankan minat baca dan tulis siswa di tengah budaya sekolah yang mulai menganggap aktivitas literasi konvensional sebagai sesuatu yang membosankan. Melalui pendekatan kualitatif, penelitian ini mendeskripsikan bagaimana Gerakan Literasi Sekolah (GLS) harus beradaptasi dengan kemajuan teknologi melalui pemanfaatan majalah dinding digital.

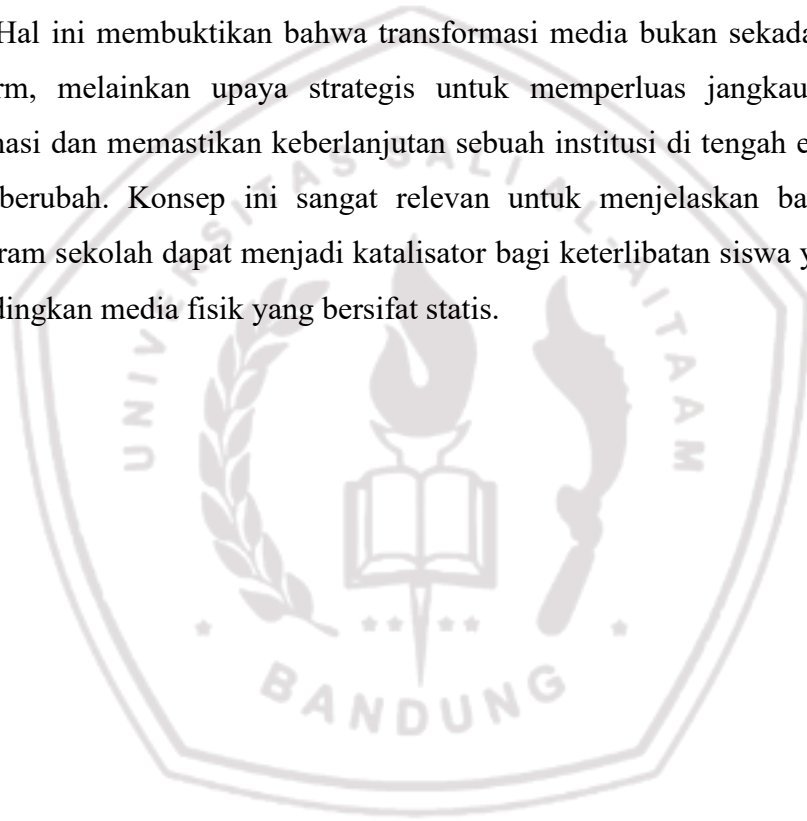
Data penelitian dikumpulkan melalui teknik observasi dan wawancara terhadap siswa untuk menguji keandalan media digital dalam meningkatkan kemampuan literasi. Hasil studi menunjukkan bahwa transisi dari media fisik ke format digital tidak hanya membangkitkan kembali ketertarikan siswa terhadap konten informasi, tetapi juga menjadi sarana yang tepat untuk menjawab tantangan filosofi pendidikan yang relevan dengan kodrat zaman. *Nurini (2024)* menyimpulkan bahwa integrasi teknologi dalam sarana informasi sekolah merupakan langkah krusial untuk mengatasi stagnasi minat audiens yang kini lebih condong pada media yang bersifat dinamis dan interaktif.

5. Kilau Riksaning Ayu, Itsna Hidayatul Khusna, Monika Herliana (2025) – *Diffusion of Innovations Strategy to Preserve Traditional Culture*

Penelitian ini juga menekankan bahwa keberhasilan difusi inovasi tidak hanya bergantung pada kecanggihan teknologi yang digunakan, tetapi pada bagaimana inovasi tersebut dikomunikasikan agar sesuai dengan karakteristik audiens target. Ayu khusna, monika. (2025) menggarisbawahi bahwa penggunaan platform visual seperti Instagram dan YouTube menjadi jembatan krusial dalam memodernisasi cara penyampaian nilai-nilai lama tanpa menghilangkan esensi aslinya.

Dengan mengadopsi fitur-fitur interaktif dan format konten yang sedang tren, sebuah organisasi dapat menurunkan hambatan psikologis dari audiens yang sebelumnya menganggap informasi tersebut kaku atau tidak relevan, sehingga tercipta proses penerimaan inovasi yang lebih organik di lingkungan sosial tersebut. Lebih lanjut, temuan dalam studi ini menunjukkan bahwa integrasi antara strategi digital dan partisipasi komunitas secara langsung menciptakan pendekatan pelestarian yang bersifat holistik. Ayu khusna, monika. (2025) menjelaskan bahwa visibilitas yang dibangun melalui media sosial berfungsi sebagai penggerak utama untuk meningkatkan partisipasi aktif anggota dan menarik minat pihak luar.

Hal ini membuktikan bahwa transformasi media bukan sekadar perpindahan platform, melainkan upaya strategis untuk memperluas jangkauan diseminasi informasi dan memastikan keberlanjutan sebuah institusi di tengah ekosistem yang terus berubah. Konsep ini sangat relevan untuk menjelaskan bagaimana akun Instagram sekolah dapat menjadi katalisator bagi keterlibatan siswa yang lebih luas dibandingkan media fisik yang bersifat statis.



Tabel 2. 1 Matriks Penelitian Terdahulu

Matriks Penelitian	1	2	3	4	5
Nama Peneliti	Ela Trisna Pratiwi, Abdul Wahid Zaini, Suhermanto	Sutrisno	Abdilah & Purnamasari (2024)	Nurini	Kilau Riksaning Ayu, Itsna Hidayatul Khusna, Monika Herliana
Tahun Terbit	(2023)	(2023)	(2024)	(2024)	(2025)
Judul	Social Media Optimization in School Image Transformation: Instagram Interactive Strategies in Schools	Changes in Media Consumption Patterns and their Implications for People's Cultural Identity	Efektivitas Penyebaran Informasi Publik Melalui Instagram oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Karawang	Implementasi Gerakan Literasi Sekolah melalui Pemanfaatan Majalah Dinding Digital	Diffusion of Innovations Strategy to Preserve Traditional Culture
Publikasi	Vol. 01 No. 01 (2023) : 01-12	Vol. 1, No. 1, March 2023, pages 18–25	Volume 10, Nomor 2, Mei2024	Vol. 8, No. 3, November 2024	Volume 8 Number 1 Februari 2025: 37-50

Tujuan Penelitian	Menganalisis strategi interaktif di Instagram dan bagaimana optimalisasi media sosial berperan dalam mentransformasi citra institusi pendidikan di era digital.	Tujuan penelitian Sutrisno (2023) adalah menganalisis perubahan pola konsumsi media masyarakat akibat perkembangan teknologi informasi serta dampaknya terhadap identitas budaya audiens.	Tujuan penelitian dari jurnal Abdilah & Purnamasari (2024) secara ringkas: Untuk mengevaluasi efektivitas penggunaan media sosial Instagram oleh Diskominfo Kabupaten Karawang dalam menyebarkan informasi publik dan meningkatkan pelayanan kepada masyarakat berdasarkan lima dimensi efektivitas organisasi	Tujuan penelitian Nurini (2024) adalah mendeskripsikan implementasi Gerakan Literasi Sekolah (GLS) melalui mading digital untuk mengatasi rendahnya minat baca-tulis siswa pada media konvensional.	Tujuan penelitian ini secara singkat adalah untuk mengeksplorasi dan mendeskripsikan strategi difusi inovasi melalui adopsi teknologi digital sebagai upaya pelestarian budaya tradisional agar tetap relevan dan menarik bagi generasi muda.
Metode Penelitian	Kualitatif (Deskriptif)	Pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur deskriptif	Pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur dan analisis dokumen digital	Pendekatan kualitatif deskriptif	Pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus
Teori/Konsep	Teori komunikasi massa, teori keterlibatan publik	Pola Konsumsi Media dan Identitas Budaya Digital	Teori Efektivitas Organisasi (Gibson, Ivancevich, & Donnelly)	Literasi Digital dan Adaptasi Media Instruksional	Difusi Inovasi dari Everett Rogers

Tempat Penelitian	SMA Negeri 1 Paiton, Kabupaten Probolinggo, Indonesia	Penelitian ini merupakan studi literatur deskriptif dengan lokasi penelitian yang mencakup fenomena perubahan pola konsumsi media di masyarakat umum.	Dinas Komunikasi dan Informatika (Diskominfo) Kabupaten Karawang.	Lokasi penelitian dilakukan di SDN Gendongan 03, Salatiga, Jawa Tengah (khususnya pada siswa kelas atas).	Lokasi penelitian dilakukan di Sanggar Seni Larasati, Purbalingga, Jawa Tengah.
Waktu Penelitian	Observasi dilakukan selama periode dua bulan. (Data diterima Agustus 2023 dan dipublikasikan Desember 2023)	Agustus 2023. Proses pengumpulan literatur dan analisis datanya dilakukan antara bulan Mei hingga Juli 2023.	14 Desember 2023 (diajukan/submitted), direviu pada 6 Mei 2024	Januari 2024	Juli 2024
Persamaan Penelitian	Sama-sama berfokus pada penggunaan platform Instagram di institusi pendidikan	Objek penelitiannya adalah fenomena perubahan pola konsumsi media di masyarakat luas serta	Sama-sama mengkaji pergeseran peran media dari yang semula hanya sebagai alat publikasi satu arah (<i>broadcasting</i>) menuju upaya pembentukan	Persamaan penelitian ini terletak pada fokus transformasi media sekolah dari fisik ke digital serta penggunaan	Subjek penelitiannya adalah pengelola dan anggota Sanggar Seni Larasati di Purbalingga.

	menengah (SMA) dan menggunakan metode kualitatif studi kasus dengan analisis Miles & Huberman.	implikasinya terhadap identitas budaya digital audiens.	komunikasi interaktif dua arah dengan audiens.	pendekatan kualitatif untuk mengkaji keunggulan teknologi dalam meningkatkan ketertarikan siswa dan mengoptimalkan distribusi informasi.	Objek penelitiannya adalah strategi difusi inovasi melalui adopsi teknologi digital (seperti Instagram dan YouTube) untuk melestarikan budaya tradisional.
Perbedaan Penelitian	Penelitian Pratiwi dkk. berfokus pada pembentukan citra (<i>image building</i>) dan keterlibatan publik, sedangkan penelitian Anda berfokus secara ketat pada proses transformasi media dan rekonstruksi saluran komunikasi.	Perbedaan utamanya terletak pada fokus implikasi penelitian. Jika Sutrisno meninjau dampak konsumsi media terhadap identitas budaya masyarakat, penelitian ini lebih menitikberatkan pada aspek manajerial dalam pengelolaan komunikasi	Jurnal Abdilah & Purnamasari menganalisis efektivitas penggunaan Instagram yang sudah berjalan sebagai media komunikasi publik instansi, sedangkan penelitian kamu menganalisis proses pergeseran/transformatasi dari media konvensional (majalah dinding fisik) beralih ke media digital (Instagram).	Persamaan dengan studi Nurini terletak pada fokus transformasi media sekolah ke digital dan penggunaan pendekatan kualitatif. Keduanya mengkaji peran teknologi dalam memperkuat distribusi informasi serta keunggulan media digital untuk mengoptimalkan penyampaian	Perbedaan terletak pada jenis organisasi dan landasan teori; Ayu dkk. meneliti organisasi seni (sanggar) melalui perspektif pelestarian budaya, sementara penelitian ini mengkaji organisasi pendidikan (sekolah)

		lembaga melalui media sosial.		pesan sekolah kepada siswa.	dengan fokus pada fungsi manajemen media sosial (<i>planning, organizing, actuating, dan controlling</i>).
Hasil Penelitian	Penggunaan Instagram secara konsisten dengan konten visual yang menarik dan fitur interaktif (seperti Instagram Live) berhasil meningkatkan keterlibatan publik, memperkuat hubungan dengan pemangku kepentingan, serta membangun citra positif sekolah.	Hasil penelitian menemukan bahwa perubahan pola konsumsi media dari fisik ke digital telah menciptakan identitas budaya baru yang lebih global dan cair. sosial audiensnya.	Instagram berhasil meningkatkan efisiensi penyebaran informasi publik, seperti memberikan pemahaman mengenai tata cara pelayanan publik serta mempercepat klarifikasi informasi hoaks yang beredar di masyarakat.	Hasil penelitian mengungkapkan bahwa pemanfaatan mading digital meningkatkan partisipasi literasi siswa secara drastis dibandingkan mading fisik.	Strategi difusi inovasi melalui adopsi teknologi digital secara bertahap berhasil meningkatkan visibilitas dan partisipasi anggota. Meski keterlibatan digital masih perlu dioptimalkan, integrasi inovasi teknologi dengan aktivitas fisik terbukti efektif menarik minat generasi muda terhadap nilai tradisional.

Tujuan Penelitian	Menganalisis strategi interaktif di Instagram dan bagaimana optimalisasi media sosial berperan dalam mentransformasi citra institusi pendidikan di era digital.	Tujuan penelitian dalam jurnal Pratiwi dkk. (2023) adalah untuk mengeksplorasi dan mendeskripsikan peran Instagram dalam membangun serta mentransformasi citra sekolah. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana pemanfaatan strategi interaktif di media sosial dapat memperkuat hubungan antara institusi pendidikan dengan komunitasnya (siswa dan orang tua) serta meningkatkan keterlibatan publik (public engagement).	Tujuan penelitian Sutrisno (2023) adalah menganalisis perubahan pola konsumsi media masyarakat akibat perkembangan teknologi informasi serta dampaknya terhadap identitas budaya audiens. Penelitian ini berfokus pada pergeseran dari media konvensional ke digital dan konsekuensinya terhadap nilai-nilai serta interaksi sosial sehari-hari.	Tujuan penelitian Nurini (2024) adalah mendeskripsikan implementasi Gerakan Literasi Sekolah (GLS) melalui mading digital untuk mengatasi rendahnya minat baca-tulis siswa pada media konvensional. Penelitian ini berfokus pada pemanfaatan teknologi digital guna membangkitkan kembali ketertarikan literasi siswa agar relevan dengan perkembangan zaman.	Tujuan penelitian ini secara singkat adalah untuk mengeksplorasi dan mendeskripsikan strategi difusi inovasi melalui adopsi teknologi digital sebagai upaya pelestarian budaya tradisional agar tetap relevan dan menarik bagi generasi muda.
---------------------------------	--	--	---	--	--

Metode Penelitian	Kualitatif (Deskriptif)	Pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus	Pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur deskriptif	Pendekatan kualitatif deskriptif	Pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus
Teori/Konsep	Teori komunikasi massa, teori keterlibatan publik (<i>public engagement</i>), komunikasi dialogis, identitas organisasi, dan manajemen citra sekolah.	Optimalisasi Media Sosial dan Manajemen Citra Organisasi	Pola Konsumsi Media dan Identitas Budaya Digital	Literasi Digital dan Adaptasi Media Instruksional	Difusi Inovasi dari Everett Rogers
Tempat Penelitian	SMA Negeri 1 Paiton, Kabupaten Probolinggo, Indonesia	Lokasi penelitian dilakukan di SMA Negeri 1 Paiton, Jawa Timur.	Penelitian ini merupakan studi literatur deskriptif dengan lokasi penelitian yang mencakup fenomena perubahan pola konsumsi media di masyarakat umum.	Lokasi penelitian dilakukan di SDN Gendongan 03, Salatiga, Jawa Tengah (khususnya pada siswa kelas atas).	Lokasi penelitian dilakukan di Sanggar Seni Larasati, Purbalingga, Jawa Tengah.

Waktu Penelitian	Observasi dilakukan selama periode dua bulan. (Data diterima Agustus 2023 dan dipublikasikan Desember 2023)	Juni 2023	Agustus 2023. Proses pengumpulan literatur dan analisis datanya dilakukan antara bulan Mei hingga Juli 2023.	Januari 2024	Juli 2024
Persamaan Penelitian	Sama-sama berfokus pada penggunaan platform Instagram di institusi pendidikan menengah (SMA) dan menggunakan metode kualitatif studi kasus dengan analisis Miles & Huberman.	Subjek penelitiannya adalah pengelola media sosial (admin Instagram) dan komunitas sekolah di SMA Negeri 1 Paiton. Objek penelitiannya adalah strategi optimalisasi konten interaktif pada akun Instagram sekolah dalam membangun citra institusi.	Objek penelitiannya adalah fenomena perubahan pola konsumsi media di masyarakat luas serta implikasinya terhadap identitas budaya digital audiens.	Persamaan penelitian ini terletak pada fokus transformasi media sekolah dari fisik ke digital serta penggunaan pendekatan kualitatif untuk mengkaji keunggulan teknologi dalam meningkatkan ketertarikan siswa dan mengoptimalkan distribusi informasi.	Subjek penelitiannya adalah pengelola dan anggota Sanggar Seni Larasati di Purbalingga. Objek penelitiannya adalah strategi difusi inovasi melalui adopsi teknologi digital (seperti Instagram dan YouTube) untuk melestarikan budaya tradisional.

Perbedaan Penelitian	Penelitian Pratiwi dkk. berfokus pada pembentukan citra (<i>image building</i>) dan keterlibatan publik, sedangkan penelitian Anda berfokus secara ketat pada proses transformasi media dan rekonstruksi saluran komunikasi.	Perbedaannya terletak pada fokus utama analisis. Jika penelitian tersebut lebih menekankan pada strategi interaktif untuk membangun citra sekolah secara umum, penelitian kamu lebih spesifik pada proses transisi atau manajemen perubahan dari media konvensional (mading fisik) menuju media digital (Instagram) dengan menggunakan kerangka kerja POAC.	Perbedaan utamanya terletak pada fokus implikasi penelitian. Jika Sutrisno meninjau dampak konsumsi media terhadap identitas budaya masyarakat, penelitian ini lebih menitikberatkan pada aspek manajerial dalam pengelolaan komunikasi lembaga melalui media sosial.	Persamaan dengan studi Nurini terletak pada fokus transformasi media sekolah ke digital dan penggunaan pendekatan kualitatif. Keduanya mengkaji peran teknologi dalam memperkuat distribusi informasi serta keunggulan media digital untuk mengoptimalkan penyampaian pesan sekolah kepada siswa.	Perbedaan terletak pada jenis organisasi dan landasan teori; Ayu dkk. meneliti organisasi seni (sanggar) melalui perspektif pelestarian budaya, sementara penelitian ini mengkaji organisasi pendidikan (sekolah) dengan fokus pada fungsi manajemen media sosial (<i>planning, organizing, actuating, dan controlling</i>).
Hasil Penelitian	Penggunaan Instagram secara konsisten dengan konten visual yang menarik dan fitur interaktif (seperti Instagram Live) berhasil meningkatkan keterlibatan publik memperkuat hubungan dengan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa optimalisasi Instagram melalui konten yang interaktif dan informatif mampu mengubah persepsi publik terhadap sekolah secara signifikan. Strategi komunikasi yang konsisten dan	Hasil penelitian menemukan bahwa perubahan pola konsumsi media dari fisik ke digital telah menciptakan identitas budaya baru yang lebih global dan cair. Masyarakat kini lebih mengandalkan algoritma media	Hasil penelitian mengungkapkan bahwa pemanfaatan mading digital meningkatkan partisipasi literasi siswa secara drastis dibandingkan mading fisik. Integrasi teknologi digital dalam sarana sekolah membuat siswa lebih	Strategi difusi inovasi melalui adopsi teknologi digital secara bertahap berhasil meningkatkan visibilitas dan partisipasi anggota. Meski keterlibatan digital masih perlu dioptimalkan, integrasi inovasi teknologi dengan aktivitas fisik terbukti efektif menarik minat generasi

	pemangku kepentingan, serta membangun citra positif sekolah.	penggunaan fitur visual yang modern terbukti efektif dalam membangun citra positif institusi pendidikan di mata calon siswa dan orang tua.	sosial dalam mendapatkan informasi, yang menuntut lembaga atau organisasi untuk selalu hadir secara digital agar tetap dianggap sebagai bagian dari identitas sosial audiensnya.	antusias untuk berkontribusi dan membaca informasi, karena formatnya yang lebih dinamis dan sesuai dengan karakter generasi digital.	muda terhadap nilai tradisional.
--	--	--	--	--	----------------------------------

(Sumber: Olahan peneliti 2026)



2.2. Tinjauan Teoritis dan Kerangka Pemikiran

2.2.1. Tinjauan Teoritis

Bagian ini memuat konsep dan teori yang relevan dan menjadi landasan dalam menganalisis data dan menjawab pertanyaan penelitian.

2.2.1.1. Media Informasi

Media informasi adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak luas guna meningkatkan pengetahuan atau memberikan pemahaman tertentu. Dalam konteks institusi, media informasi berfungsi sebagai jembatan komunikasi antara pihak sekolah dengan siswa, orang tua, dan masyarakat. Keberadaan media yang efektif dan adaptif menjadi kunci utama dalam memastikan bahwa kebijakan, prestasi, dan agenda pendidikan dapat terdistribusi secara merata serta dipahami dengan baik oleh seluruh pemangku kepentingan.

Dalam perkembangan teknologi yang pesat, media massa tradisional mengalami perubahan peran yang fundamental. Hongcharu (2024) menegaskan bahwa di tengah pertumbuhan media digital, peran media massa telah bertransformasi untuk tetap relevan dengan kebutuhan audiens yang menginginkan konten yang lebih personal dan interaktif. Media ini memainkan peran krusial dalam menyebarkan pesan yang efektif ke berbagai lapisan audiens.

Melalui pemanfaatan media yang tepat, sebuah organisasi dapat memastikan bahwa nilai-nilai dan pencapaian tersampaikan dengan cara yang lebih menarik. Hal ini didukung oleh Priadi & Thariq (2023) yang menyatakan bahwa rekonstruksi rasionalitas komunikatif di era digital memerlukan pemahaman terhadap bagaimana masyarakat merespons narasi-narasi yang dikonstruksi oleh media massa digital.

2.2.1.2. Teori Difusi Inovasi dan Transformasi Media

Transformasi media pada dasarnya merujuk pada proses peralihan atau perubahan wujud media dari bentuk konvensional menuju bentuk digital, yang dipicu oleh perkembangan teknologi komunikasi. Proses ini bukan sekadar perpindahan alat teknis semata, melainkan perubahan cara bagaimana pengumuman atau pesan tersebut diproduksi, disebarkan, hingga diterima oleh

khalayak.

Di dalam lingkungan pendidikan, transformasi ini bertujuan untuk memastikan agar sarana informasi sekolah tetap relevan dengan pola konsumsi media generasi muda yang saat ini serba digital. Peralihan media dari format fisik ke platform digital seperti Instagram menciptakan ruang bagi terjadinya komunikasi dua arah yang lebih aktif dan dinamis antara pihak sekolah dan siswa.

Sejalan dengan fenomena tersebut, Everett M. Rogers (1983) dalam Teori Difusi Inovasi menjelaskan bahwa proses penyebaran ide atau teknologi baru di dalam sebuah sistem sosial sangat bergantung pada karakteristik inovasi itu sendiri dan bagaimana saluran komunikasi digunakan secara tepat.

Hal ini diperkuat oleh pemikiran Prof. Deddy Mulyana (2005) yang menyatakan bahwa efektivitas pengiriman pesan sangat ditentukan oleh ketepatan pemilihan saluran komunikasi yang akrab dengan keseharian masyarakatnya. Dengan mengadopsi teknologi digital Instagram, sekolah tidak hanya sekedar mengikuti tren teknologi, melainkan secara strategis memilih saluran komunikasi yang tepat untuk membangun interaksi sosial yang kuat, menjaga keterbukaan informasi, serta meningkatkan kepercayaan warga sekolah secara nyata.

2.2.1.3. Media Sosial

Media sosial adalah platform digital yang memfasilitasi pengguna untuk saling berinteraksi, berbagi konten, dan membangun jejaring secara daring. Berbeda dengan media satu arah, media sosial menawarkan komunikasi dua arah yang memungkinkan terjadinya dialog langsung antara organisasi dan penggunanya. Menurut Kaplan dan Haenlein (2010), media sosial merupakan kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun fondasi teknologis Web 2.0, yang memungkinkan pertukaran konten buatan pengguna.

Dalam ekosistem yang serba digital ini, Kilau Riksaning Ayu et al. (2025) menekankan bahwa media sosial seperti Instagram telah menjadi instrumen difusi inovasi yang efektif untuk menjangkau audiens muda secara bertahap dan terukur. Media sosial kini menjadi sarana strategis untuk membangun keterlibatan (*engagement*) dan transparansi informasi.

Sebagai instrumen strategis, media sosial berperan penting dalam menentukan reputasi dan citra sebuah institusi di mata publik. Hal ini sejalan dengan penelitian Priadi & Thariq (2023) yang menyatakan bahwa di era digital, masyarakat membangun rasionalitas komunikatifnya berdasarkan narasi yang dikonstruksi di ruang siber, sehingga kehadiran institusi di media sosial menjadi sangat krusial. Melalui pemanfaatan fitur-fitur interaktif, sekolah dapat mentransformasi cara mereka berkomunikasi, beralih dari sekadar membagikan informasi menjadi saluran dialog yang membangun kepercayaan dan loyalitas.

Sebagaimana ditegaskan oleh Pratiwi et al. (2023), optimasi media digital dalam sebuah lembaga merupakan instrumen utama dalam membangun citra positif dan keterlibatan publik yang luas. Lebih lanjut, Nurini (2024) menambahkan bahwa pemanfaatan platform digital seperti ini juga berfungsi sebagai sarana literasi sekolah yang adaptif terhadap perkembangan zaman, memungkinkan informasi didistribusikan secara lebih inklusif dan partisipatif.

2.2.1.4. Instagram

Instagram merupakan platform media sosial berbasis visual yang mengutamakan berbagi foto dan video sebagai bentuk komunikasi utama. Fitur-fitur seperti Feed, Stories, Reels, hingga Live memungkinkan pengguna untuk menyajikan informasi secara estetis dan interaktif. Kekuatan visual ini menjadikan Instagram sebagai sarana yang sangat efektif untuk menarik atensi audiens muda melalui konten yang lebih dinamis dan mudah dicerna dibandingkan teks konvensional.

Kekuatan visual Instagram menjadikannya media yang sangat efektif untuk menarik perhatian audiens dan menyampaikan pesan yang kompleks secara lebih sederhana dan menarik. Sejalan dengan temuan Setiadarma (2025), perubahan visual yang signifikan dan adaptasi terhadap preferensi audiens digital merupakan strategi kunci untuk mempertahankan relevansi dan membangun opini publik di era modern.

Selain itu, penggunaan Instagram sebagai media komunikasi dua arah memungkinkan institusi untuk memperkuat hubungan dengan audiens melalui interaksi yang lebih personal dan transparan. Kilau Riksaning Ayu et al. (2025) dalam studinya mengenai difusi inovasi menekankan bahwa platform seperti Instagram sangat efektif dalam menarik minat generasi muda melalui adopsi teknologi digital yang bertahap, sehingga pesan-pesan inovasi dapat diterima dengan lebih baik.

Fitur interaktif seperti *Instagram Live* menjadi kunci dalam menciptakan dialog efektif yang mampu menjawab pertanyaan publik secara langsung serta membangun kepercayaan terhadap lembaga. Hal ini selaras dengan konsep rekonstruksi rasionalitas komunikatif yang dikemukakan oleh Priadi & Thariq (2023), di mana interaksi di ruang digital memungkinkan terjadinya konsensus dan pemahaman bersama antara institusi dan masyarakat.

Dengan memanfaatkan konten visual yang menarik dan strategi komunikasi yang tepat, Instagram tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi, tetapi juga sebagai instrumen strategis untuk membentuk identitas institusi dan meningkatkan keterlibatan masyarakat secara *real-time*. Sebagaimana ditegaskan dalam kajian Yusnaini et al. (2025), adaptasi media lama ke dalam ekosistem media baru memerlukan pemanfaatan fitur-fitur platform digital secara optimal guna menciptakan ekosistem komunikasi yang lebih partisipatif dan relevan bagi kebutuhan publik saat ini.

2.2.1.5. Instagram @sman1baleendah

Akun Instagram @sman1baleendah merupakan kanal informasi digital resmi yang dikelola oleh SMAN 1 Baleendah sebagai pusat publikasi aktivitas sekolah. Dengan jumlah pengikut yang telah mencapai 10,2 ribu, akun ini berfungsi sebagai representasi identitas digital sekolah di ruang siber. Sejalan dengan argumen Almakaty (2024), di era media digital saat ini, institusi perlu membangun paradigma baru yang berfokus pada keterlibatan audiens guna mempertahankan relevansinya.

Transformasi ke akun @sman1baleendah memungkinkan distribusi informasi prestasi dan kegiatan sekolah menjangkau audiens yang lebih luas secara *real-time*. Hal ini didukung oleh Alzubi (2023) yang menyatakan bahwa

preferensi audiens kini telah bergeser secara masif ke platform digital yang menawarkan kecepatan dan kemudahan akses informasi.

Pemanfaatan akun Instagram ini juga berperan sebagai instrumen strategis dalam membangun keterlibatan (*engagement*) yang lebih intim dengan warga sekolah dan masyarakat luas melalui fitur-fitur interaktifnya. Menurut Priadi & Thariq (2023), interaksi di media digital memungkinkan terjadinya rekonstruksi rasionalitas komunikatif antara institusi dan penggunanya melalui narasi yang partisipatif. Dengan mengunggah konten yang bervariasi mulai dari informasi akademik, dokumentasi kegiatan ekstrakurikuler, hingga apresiasi prestasi siswa, sekolah berhasil menciptakan komunikasi dua arah yang dinamis.

Sebagaimana dijelaskan dalam kajian Kilau Riksaning Ayu et al. (2025), strategi difusi inovasi melalui platform berbasis visual seperti Instagram sangat efektif dalam menarik minat generasi muda dan mempercepat penerimaan informasi di dalam sistem sosial sekolah. Melalui pendekatan ini, @sman1baleendah tidak hanya menjadi media pengumuman, tetapi juga ruang bagi tumbuhnya literasi digital dan citra positif lembaga di mata publik (Dewi & Sunarni, 2024)

2.2.1.6. Mading (Majalah Dinding)

Mading adalah media informasi konvensional yang berbentuk papan pajangan di lokasi fisik tertentu untuk menempelkan berbagai informasi, karya tulis, atau pengumuman sekolah. Secara tradisional, mading menjadi pusat informasi utama di sekolah, namun memiliki keterbatasan dalam hal jangkauan yang hanya mencakup warga sekolah yang hadir secara fisik serta pembaruan konten yang cenderung statis.

Sejalan dengan observasi Nurini (2024), budaya literasi melalui media fisik di sekolah sering kali menghadapi tantangan berupa rendahnya minat baca siswa jika kemasannya tidak adaptif terhadap perkembangan teknologi. Oleh karena itu, efektivitas mading konvensional sangat bergantung pada lokasi dan aktualitas konten yang disajikan. Selain itu, sifat media mading yang statis sering kali membuat informasi yang disampaikan cepat menjadi usang di tengah arus digitalisasi yang masif.

Hal ini diperkuat oleh pandangan Yusnaini et al. (2025) yang menyatakan bahwa era digital menuntut evolusi paradigma media, di mana media lama yang bersifat satu arah dan terbatas secara fisik harus mampu beradaptasi dalam ekosistem media baru yang lebih dinamis. Keterbatasan ruang fisik pada papan pajangan juga membatasi kreativitas dalam penyajian konten, sehingga pesan yang disampaikan sering kali tidak dapat menjangkau audiens secara luas.

Sebagai solusi atas keterbatasan tersebut, keberadaan mading kini mulai bergeser perannya menjadi media pelengkap. Menurut Dewi & Sunarni (2024), integrasi teknologi digital dalam sarana informasi sekolah bukan hanya sekadar tren, melainkan kebutuhan untuk mendukung literasi digital warga sekolah. Dengan mengintegrasikan fungsi publikasi tradisional ke dalam platform digital, sekolah dapat menciptakan penyebaran informasi yang lebih fleksibel, cepat, dan interaktif, sekaligus mempertahankan nilai-nilai edukasi yang sebelumnya ada pada mading fisik (Setiadarma, 2025).

2.2.1.7. SMAN 1 Baleendah

SMAN 1 Baleendah merupakan institusi pendidikan di Kabupaten Bandung yang menjadi lokasi penelitian atas langkah strategisnya melakukan transformasi saluran komunikasi dari media fisik ke platform digital. Sebagai organisasi yang adaptif, sekolah ini memanfaatkan media sosial untuk memperkuat konektivitas antara pihak sekolah dengan siswa, alumni, dan masyarakat luas secara transparan dan inklusif.

Hal ini sejalan dengan penelitian Alzubi (2023) yang menunjukkan adanya pergeseran masif dalam kebiasaan konsumsi media masyarakat menuju saluran digital yang lebih interaktif. Melalui komitmen terhadap inovasi ini, SMAN 1 Baleendah berhasil membangun identitas digital yang kuat sekaligus menjadi model manajemen perubahan sistem informasi di lingkungan pendidikan modern.

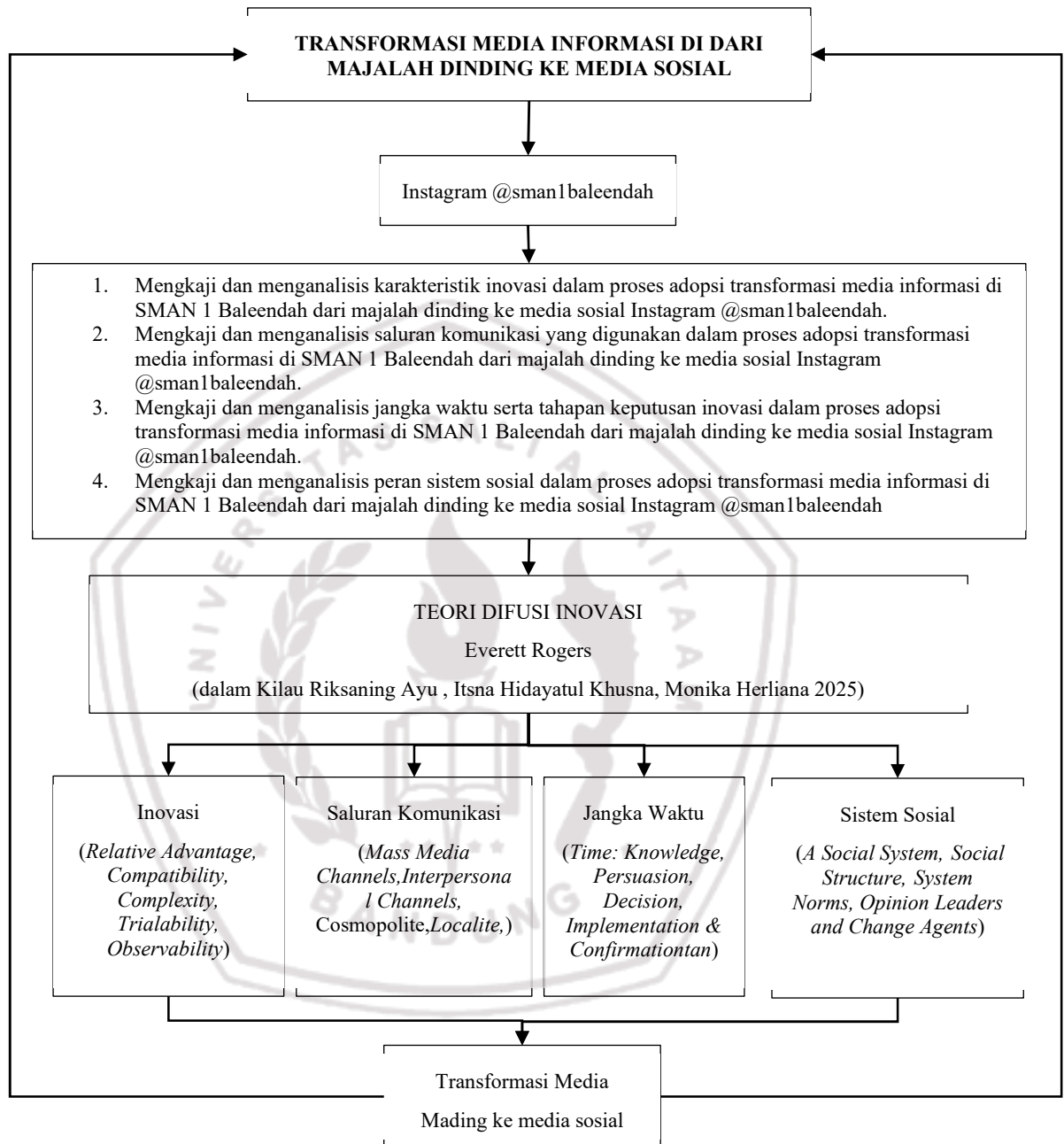
Sebagaimana dijelaskan oleh Almakaty (2024), keberhasilan institusi di era digital sangat bergantung pada kemampuan membangun paradigma baru yang mengedepankan keterlibatan audiens (*audience engagement*). Keberhasilan SMAN 1 Baleendah dalam menavigasi transisi media ini

dibuktikan secara empiris melalui pencapaian prestasi di tingkat provinsi, yakni penghargaan dari PSMA Jabar pada Mei 2024. Pengakuan ini menegaskan bahwa transformasi mading fisik menuju platform Instagram bukan sekadar perubahan tren teknis, melainkan sebuah keberhasilan manajerial dalam mengoptimalkan saluran komunikasi sekolah.

Menurut Musfira (2023), strategi konvergensi media yang tepat merupakan faktor kunci bagi sebuah organisasi untuk mempertahankan eksistensi dan kredibilitasnya di tengah dinamika teknologi. Lebih lanjut, Dewi & Sunarni (2024) menekankan bahwa adaptasi teknologi dalam ekosistem sekolah merupakan bagian integral dari penguatan literasi digital yang mendukung transparansi dan kualitas pelayanan pendidikan.



Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir



Sumber: Olahan peneliti (2026)

2.3.1. Model Kerangka Pemikiran

Penyusunan kerangka berpikir dalam penelitian ini berfungsi sebagai alur logis untuk membedah dinamika perubahan saluran informasi di lingkungan pendidikan. Fokus utamanya terletak pada proses adopsi inovasi dalam mekanisme transisi

SMAN 1 Baleendah dari media konvensional berupa majalah dinding (mading) menuju media sosial Instagram @sman1baleendah sebagai platform informasi resmi.

2.3.2. Identifikasi Fenomena (Input):

Penelitian ini bertitik tolak dari fenomena adopsi inovasi dalam transformasi media informasi di lingkungan SMAN 1 Baleendah, yang dipicu oleh kebutuhan mendesak akan kecepatan dan efektivitas distribusi informasi di era digital. Pergeseran ini merupakan respons strategis serta penerimaan terhadap teknologi baru untuk mengatasi keterbatasan majalah dinding fisik yang memiliki jangkauan terbatas dan proses produksi yang memakan waktu.

1) Proses Analisis.

Peneliti melakukan pengkajian mendalam terhadap empat dimensi adopsi inovasi, yaitu karakteristik inovasi, saluran komunikasi, jangka waktu, dan sistem sosial yang memengaruhi penerimaan media baru tersebut di lingkungan sekolah, yaitu:

1) Proses keputusan adopsi inovasi dari media lama ke media baru.

Proses keputusan inovasi dalam adopsi media sosial Instagram di SMAN 1 Baleendah merupakan tahapan mental yang dilalui organisasi, mulai dari pengenalan awal terhadap platform tersebut hingga pengukuhan penggunaannya sebagai saluran informasi utama. Tahapan ini diawali dengan fase pengetahuan (*knowledge*) saat sekolah menyadari keterbatasan mading fisik dan mulai mengenal potensi Instagram, yang didorong oleh persepsi awal terhadap Keuntungan Relatif (*Relative Advantage*) berupa efisiensi biaya cetak dan kecepatan penyebaran informasi secara *real-time*.

Sekolah kemudian memasuki fase persuasi (*persuasion*) untuk menilai aspek Kesesuaian (*Compatibility*) teknologi ini, di mana platform digital dirasa sangat sejalan dengan karakteristik dan kebutuhan generasi siswa saat ini yang merupakan *digital natives*. Di sisi lain, sekolah juga mengevaluasi tingkat Kerumitan (*Complexity*) agar pengelolaan akun tetap sederhana dan tidak membebani tugas harian staf.

Guna meminimalkan risiko, sekolah memanfaatkan aspek Kemungkinan Dicoba (*Trialability*) dengan mengoperasikan akun secara

terbatas atau tidak resmi terlebih dahulu sebelum melangkah ke tahap keputusan (*decision*) untuk mengadopsi akun @sman1baleendah secara resmi. Implementasi (*implementation*) yang dilakukan secara sistematis melalui distribusi konten harian kemudian dievaluasi pada tahap konfirmasi (*confirmation*), yang diperkuat oleh Kemudahan Diamati (*Observability*) berupa indikator interaksi digital yang jelas seperti jumlah pengikut, komentar, dan kepuasan warga sekolah terhadap keterbukaan informasi.

2) **Penggunaan saluran komunikasi digital secara strategis.**

Saluran Komunikasi (*Communication Channels*): Penggunaan saluran komunikasi digital di SMAN 1 Baleendah dilakukan secara strategis dengan memanfaatkan fitur multimedia Instagram untuk menjembatani pertukaran informasi antara pihak sekolah dan seluruh pemangku kepentingan.

Saluran ini berfungsi sebagai media perantara yang memungkinkan pesan mengalir secara cepat dan interaktif, berbeda dengan karakteristik mading yang bersifat statis dan terbatas secara fisik. Efektivitas adopsi inovasi ini bergantung pada kombinasi berbagai karakteristik saluran yang digunakan secara sinergis. Sekolah menerapkan karakteristik Saluran Media Massa (*Mass Media Channels*) melalui akun @sman1baleendah untuk menyebarkan informasi umum, kebijakan, dan prestasi sekolah secara serentak kepada khalayak luas seperti siswa, orang tua, dan alumni.

Guna memperkuat penerimaan informasi tersebut, penyebaran dipertegas melalui Saluran Interpersonal (*Interpersonal Channels*) berupa komunikasi langsung tatap muka atau interaksi dua arah antar-individu di lingkungan sekolah untuk membujuk dan memantapkan pemahaman warga sekolah.

Dari aspek asal sumbernya, pemanfaatan Instagram bertindak sebagai Saluran Kosmopolit (*Cosmopolite*) yang menghubungkan sistem internal sekolah dengan platform eksternal global di luar batas fisik lembaga. Hal ini kemudian diintegrasikan secara selaras dengan Saluran

Lokalistik (*Localite*) melalui instruksi resmi dalam rapat internal, pengumuman di kelas, dan koordinasi struktural di dalam lingkungan SMAN 1 Baleendah itu sendiri

3) Rentang waktu yang dibutuhkan dalam proses adopsi.

Dimensi Jangka Waktu (*Time*) ini sangat krusial untuk mengukur seluruh proses yang dibutuhkan mulai dari pengenalan pertama akun Instagram @sman1baleendah hingga inovasi tersebut diterima secara luas oleh warga sekolah. Dalam perspektif difusi inovasi, dimensi ini mencakup indikator Kecepatan Adopsi (*Rate of Adoption*) untuk melihat seberapa cepat persentase warga sekolah beralih dari mading fisik ke media sosial, yang berjalan secara terstruktur melalui lima tahapan mental yang dinamis.

Proses ini diawali dengan tahap Pengetahuan (*Knowledge*), yaitu momen ketika warga sekolah pertama kali menyadari keberadaan akun Instagram resmi tersebut. Setelah itu, muncul tahap Persuasi (*Persuasion*), di mana siswa, guru, dan orang tua mulai menimbang serta membentuk sikap berdasarkan manfaat digitalisasi yang ditawarkan.

Proses berlanjut ke tahap Keputusan (*Decision*) saat warga sekolah memilih tindakan untuk mulai mengikuti (*follow*) akun tersebut, dilanjutkan ke tahap Implementasi (*Implementation*) ketika media digital ini secara aktif digunakan dalam rutinitas harian, dan diakhiri dengan tahap Konfirmasi (*Confirmation*) untuk mengevaluasi kelayakan media baru ini secara permanen.

Selain tahapan proses tersebut, dimensi jangka waktu ini juga membagi warga SMAN 1 Baleendah ke dalam Kategori Adopter (*Adopter Categories*) berdasarkan kecepatan relatif mereka dalam menerima teknologi baru. Kategorisasi ini membedakan kelompok siswa dan staf Humas yang responsif sebagai pengadopsi awal, kelompok mayoritas awal dan mayoritas akhir yang membutuhkan waktu lebih lama untuk mengamati tren penggunaan di sekolah, hingga kelompok laggard (biasanya dari kalangan guru senior atau orang tua murid) yang

paling akhir beralih meninggalkan mading fisik karena keterbatasan literasi digital.

4) Keterlibatan sistem sosial (warga sekolah).

Keterlibatan Sistem Sosial (*A Social System*) di SMAN 1 Baleendah mencakup peran kolektif seluruh warga sekolah, mulai dari kepala sekolah, guru, staf humas, hingga siswa dan orang tua, yang berinteraksi secara dinamis dalam suatu batas sistem untuk mencapai tujuan komunikasi bersama.

Di dalam sistem ini, terdapat Struktur Sosial (*Social Structure*) yang jelas, di mana struktur formal organisasi sekolah mengatur bagaimana wewenang dan tugas pengelolaan informasi didistribusikan dari jajaran pimpinan hingga ke staf pelaksana di lapangan. Proses adopsi media digital ini juga dipengaruhi oleh Norma Sistem Sosial (*System Norms*) yang berlaku, seperti budaya literasi digital, regulasi internal sekolah, serta etika berkomunikasi santun yang harus tetap tercermin dalam interaksi siber di kolom komentar.

Pergerakan informasi di dalam struktur ini digerakkan secara strategis melalui Tipe Keputusan Inovasi (*Types of Innovation-Decisions*) yang diterapkan, di mana peralihan dari mading ke Instagram diawali oleh Keputusan Otoritas (*Authority Innovation-Decision*) dari Kepala Sekolah yang kemudian diadopsi secara kolektif oleh warga sekolah.

Keberhasilan transisi ini dikawal ketat oleh staf Humas yang bertindak sebagai Agen Perubahan (*Change Agents*) untuk merancang, mengedukasi, dan mengarahkan operasional akun di sekolah. Agen perubahan ini dibantu oleh figur guru senior, ketua komite, serta pengurus OSIS yang bertindak sebagai Pemimpin Opini (*Opinion Leaders*) secara informal untuk memengaruhi, membujuk, dan mempercepat penerimaan teknologi baru di kalangan rekan sejawat dan siswa lainnya.

Pada akhirnya, seluruh dinamika interaksi di dalam sistem sekolah ini membawa Konsekuensi Inovasi (*Consequences of Innovation*) yang signifikan; baik konsekuensi fungsional berupa peningkatan efisiensi penyebaran pesan secara *real-time*, maupun konsekuensi langsung yang menuntut kesiapan admin dalam mengelola arus komunikasi dua arah.

2.3.3. Landasan Teoritis

Seluruh proses peralihan media informasi di SMAN 1 Baleendah dibedah secara mendalam menggunakan Teori Difusi Inovasi oleh Everett M. Rogers (1983). Teori ini digunakan sebagai pisau analisis dengan fokus utama pada proses adopsi inovasi, yaitu melihat bagaimana sebuah ide dan teknologi baru (Instagram @sman1baleendah) diperkenalkan hingga akhirnya diterima, diakui, dan digunakan secara konsisten oleh seluruh warga sekolah. Penelitian ini tidak hanya melihat perubahan alat komunikasi secara fisik, melainkan berfokus pada tahapan mental dan perilaku dari para anggota sistem sosial sekolah dalam menyerap inovasi tersebut. Sejalan dengan pendekatan kualitatif deskriptif, proses adopsi inovasi media ini dikelompokkan ke dalam empat dimensi analisis utama menurut Rogers, yaitu karakteristik inovasi, saluran komunikasi, jangka waktu, dan sistem sosial yang menaungi seluruh interaksi warga sekolah selama masa transisi dari majalah dinding fisik, yaitu:

1) **Karakteristik Inovasi dalam Memengaruhi Adopsi.**

Karakteristik inovasi membedah persepsi warga sekolah terhadap keunggulan relatif, kesesuaian, kerumitan, kemungkinan dicoba, dan kemudahan diamati dari Instagram dibandingkan mading konvensional. yaitu:

- **Keuntungan Relatif (*Relative Advantage*):** Mengkaji persepsi warga sekolah mengenai nilai tambah dan efisiensi Instagram dalam hal kecepatan penyebaran pesan secara *real-time*, perluasan jangkauan, serta kemudahan akses dibandingkan mading fisik.
- **Kesesuaian (*Compatibility*):** Mengkaji sejauh mana platform Instagram selaras dengan nilai-nilai, budaya sekolah, kebutuhan informasi, dan karakteristik digital warga sekolah saat ini.
- **Kerumitan (*Complexity*):** Mengkaji tingkat kemudahan atau hambatan teknis yang dihadapi, baik oleh tim Humas dalam

mengelola konten maupun oleh warga sekolah dalam mengakses informasi tersebut.

- **Kemungkinan Dicoba (*Trialability*):** Mengkaji proses pemanfaatan akun Instagram sekolah pada tahap uji coba terbatas sebelum diadopsi secara resmi sebagai saluran informasi utama.
- **Kemudahan Diamati (*Observability*):** Mengkaji bagaimana hasil konkrit dan dampak visual dari penggunaan Instagram seperti keaktifan interaksi digital dan kejelasan informasi dapat dilihat serta dirasakan langsung oleh seluruh sistem sekolah.

Kelima atribut tersebut krusial untuk dianalisis karena persepsi warga sekolah terhadap kemudahan, kesesuaian, dan manfaat visual dari fitur Instagram akan menentukan keberhasilan serta kecepatan proses adopsi inovasi media ini di SMAN 1 Baleendah.

2) **Saluran Komunikasi (*Communication Channels*): Mengkaji efektivitas penyampaian pesan.**

Tahap ini mengkaji proses penyampaian pesan melalui Saluran Komunikasi (*Communication Channels*) berupa Instagram @sman1baleendah sebagai perantara yang menghubungkan pihak sekolah dengan warga sekolah secara luas. Fokus analisis tertuju pada kemampuan saluran digital ini dalam memfasilitasi pertukaran informasi yang lebih cair, cepat, dan bersifat dua arah dibandingkan media statis.

Menurut Rogers, efektivitas adopsi inovasi bertumpu pada perpaduan karakteristik saluran yang digunakan. Dalam implementasinya, sekolah memanfaatkan karakteristik Saluran Media Massa (*Mass Media Channels*) melalui fitur unggahan *Feeds*, *Stories*, dan *Reels* untuk mendistribusikan pengumuman resmi, agenda akademik, dan prestasi sekolah secara serentak kepada khalayak luas dalam waktu singkat.

Guna memperkuat keyakinan dalam mengadopsi informasi tersebut, proses difusi didukung oleh Saluran Interpersonal (*Interpersonal Channels*) yang diwujudkan melalui interaksi dua arah pada fitur *Direct Message* (DM), kolom komentar, maupun komunikasi tatap muka antar-individu di lingkungan sekolah yang memungkinkan terjadinya dialog berbasis kedekatan sosial.

Berdasarkan asal sumbernya, pemanfaatan Instagram bertindak sebagai Saluran Kosmopolit (*Cosmopolite*) karena membuka akses interaksi dan adopsi ide dari luar batas fisik institusi ke ranah digital global.

Karakteristik ini kemudian diintegrasikan secara selaras dengan Saluran Lokalistik (*Localite*), yaitu pengkondisian saluran komunikasi internal yang berada di dalam batasan sistem sosial SMAN 1 Baleendah sendiri seperti rapat dinas, pengumuman di kelas, dan instruksi struktural untuk memastikan pesan-pesan institusi dapat tersampaikan secara akurat dan diterima dengan baik oleh seluruh audiens target.

3) Jangka Waktu Beradaptasi (*Time*): Mengkaji durasi dan kecepatan proses adaptasi warga sekolah dalam menerima serta memanfaatkan media sosial Instagram sebagai saluran komunikasi baru.

Tahap ini mengkaji jangka waktu untuk beradaptasi (*time*) yang diperlukan bagi warga SMAN 1 Baleendah untuk melewati seluruh proses, mulai dari pertama kali mengenal akun Instagram sekolah hingga mencapai tahap penggunaan secara konsisten. Fokus analisis diarahkan pada pengukuran kecepatan adaptasi (*rate of adoption*), yaitu seberapa cepat proses penyesuaian warga sekolah dalam beralih dari media fisik ke media sosial, yang dalam perspektif difusi inovasi bergulir melalui lima tahapan keputusan inovasi secara berurutan.

Proses kronologis ini diawali dengan tahap pengetahuan (*knowledge*), yaitu saat warga sekolah mulai menyadari keberadaan akun @sman1baleendah sebagai saluran komunikasi baru. Proses tersebut kemudian berlanjut ke tahap persuasi (*persuasion*), di mana siswa, guru, dan orang tua mulai membentuk sikap serta persepsi emosional terhadap efektivitas dan kemudahan beradaptasi dengan media sosial tersebut.

Sikap tersebut kemudian mengkristal pada tahap keputusan (*decision*), di mana warga sekolah secara sadar memilih untuk menerima dan menjadikan akun @sman1baleendah sebagai rujukan informasi utama. Selanjutnya, tahap implementasi (*implementation*) berlangsung ketika media sosial ini mulai dimanfaatkan secara nyata dalam aktivitas komunikasi harian sekolah. Proses

ini bermuara pada tahap konfirmasi (*confirmation*), saat para pengguna mengevaluasi pengalaman mereka dan mengukuhkan komitmen untuk terus memanfaatkan Instagram secara konsisten.

Menurut Rogers, dimensi jangka waktu ini tidak hanya mengukur urutan proses keputusan inovasi, tetapi juga berfungsi untuk memetakan warga SMAN 1 Baleendah ke dalam kategori pengadopsi (*adopter categories*) berdasarkan tingkat kecepatan mereka dalam mengadopsi teknologi baru tersebut.

Melalui kajian kualitatif ini, peneliti dapat mengelompokkan warga sekolah mulai dari tim Humas dan siswa yang responsif sebagai pengadopsi awal (*early adopters*), kelompok mayoritas awal (*early majority*) dan mayoritas akhir (*late majority*) yang cenderung melihat perkembangan penggunaan terlebih dahulu sebelum aktif berpartisipasi, hingga kelompok pengadopsi lambat (*laggards*) dari kalangan guru senior atau orang tua murid yang membutuhkan waktu lebih lama akibat tantangan adaptasi literasi digital. Pemetaan ini krusial untuk menganalisis apakah transisi dari mading ke media digital di SMAN 1 Baleendah berlangsung secara progresif atau menemui hambatan tertentu yang memengaruhi kelancaran arus informasi sekolah.

4) Sistem Sosial (*A Social System*): Mengkaji peran kepala sekolah, guru, siswa, dan orang tua dalam proses adopsi media sosial Instagram di SMAN 1 Baleendah.

Tahap ini mengkaji keterlibatan dan peran kolektif berbagai elemen di dalam sistem sosial (*a social system*) SMAN 1 Baleendah, mulai dari kepala sekolah, guru, siswa, hingga orang tua, dalam mendorong keberhasilan adopsi Instagram sebagai media informasi utama. Sistem sosial ini berfungsi sebagai ranah sosiologis tempat inovasi disebarluaskan dan diakomodasi hingga mencapai tingkat adopsi yang menyeluruh.

Di dalamnya, terdapat Struktur Sosial (*Social Structure*) organisasi yang jelas, yang mengatur alur instruksi serta pembagian peran formal antara manajemen sekolah selaku pembuat kebijakan komunikasi dengan warga sekolah selaku audiens sasaran. Keberhasilan transisi ini juga ditentukan oleh Norma Sistem Sosial (*System Norms*) yang berlaku, seperti komitmen terhadap

transparansi informasi dan etika digital, yang menjadi koridor agar interaksi siber di kolom komentar tetap berjalan selaras dengan nilai-nilai institusi.

Dinamika adopsi di dalam struktur ini digerakkan secara formal melalui tipe keputusan inovasi (*types of innovation-decisions*), di mana penggunaan Instagram bertumpu pada keputusan otoritas (*authority innovation-decision*) dari Kepala Sekolah yang kemudian diadopsi secara kolektif oleh seluruh warga SMAN 1 Baleendah.

Dalam mengawal proses adopsi tersebut, staf Humas memegang peran krusial sebagai agen perubahan (*change agents*) yang secara operasional bertugas merancang program, mengelola konten, dan mengedukasi warga sekolah. Peran agen perubahan ini diperkuat oleh keberadaan guru senior, ketua komite, serta pengurus OSIS yang bertindak sebagai pemimpin opini (*opinion leaders*) secara informal untuk memengaruhi, membujuk, dan mempercepat penerimaan akun @sman1baleendah di kalangan rekan sejawat maupun siswa lainnya.

Menurut Rogers, sinergi seluruh elemen di dalam sistem sosial sangat menentukan bagaimana pesan adopsi inovasi diterima serta diproses oleh para anggotanya. Pada akhirnya, keberhasilan adopsi media sosial ini melahirkan konsekuensi inovasi (*consequences of innovation*) yang nyata dalam ekosistem sekolah; baik konsekuensi fungsional berupa peningkatan efisiensi distribusi pesan secara *real-time*, maupun konsekuensi langsung yang menuntut kesiapan admin sekolah dalam mengelola arus komunikasi dua arah di ruang digital.

2.3.4. Output

Muara dari kerangka berpikir ini adalah untuk menarik kesimpulan komprehensif mengenai tingkat keberhasilan adopsi inovasi dalam transformasi media di SMAN 1 Baleendah. Analisis ini tidak hanya berhenti pada hasil akhir penerimaan teknologi, tetapi juga melihat alur tersebut sebagai proses yang bersifat siklikal. Artinya, dampak dan umpan balik (*feedback*) dari adopsi Instagram saat ini akan terus menjadi bahan evaluasi yang berharga bagi pengembangan serta penyempurnaan sistem informasi sekolah di masa depan.

Melalui penerapan model ini, penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran yang mendalam mengenai efektivitas peralihan media komunikasi sekolah

dari bentuk fisik ke digital kualitatif. Fokus utamanya adalah sejauh mana adopsi inovasi ini mampu memenuhi kebutuhan informasi warga sekolah secara objektif dalam sistem sosial mereka. Menurut Rogers, keberlanjutan sebuah inovasi sangat bergantung pada bagaimana sistem sosial merasakan manfaat nyata dari teknologi tersebut secara berkelanjutan, sehingga luaran dari penelitian ini dapat menjadi fondasi strategis bagi pengembangan komunikasi institusi pendidikan di era digital.

