

---

## Manajer Medsos AI: Konten Kreatif untuk Humas Sekolah Studi Kasus SMPS Pertiwi Medan

Rahma Andien Arezsyia<sup>1)</sup>, Resti Andini<sup>2)</sup>, Muthia Ayyuni Helmi<sup>3)</sup>, Salma Nursyah Billa<sup>4)</sup>, Nadra Amalia<sup>5)</sup>

<sup>1,2,3,4,5)</sup>Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, Universitas Negeri Medan

Email : [andienarezsyia22@gmail.com](mailto:andienarezsyia22@gmail.com)  
[restiandini917@gmail.com](mailto:restiandini917@gmail.com)  
[muthiaayyunihelmi@gmail.com](mailto:muthiaayyunihelmi@gmail.com)  
[salmanurysahbilla03@gmail.com](mailto:salmanurysahbilla03@gmail.com)  
[nadraamalia@unimed.ac.id](mailto:nadraamalia@unimed.ac.id)

---

### Abstrak

Penelitian ini menganalisis pemanfaatan Artificial Intelligence (AI) dalam pembuatan konten kreatif media sosial Humas SMPS Pertiwi Medan. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus terhadap tim humas dan pengurus OSIS. Data dikumpulkan melalui observasi, dokumentasi, dan focus group discussion. Hasil penelitian menunjukkan AI memberikan dampak positif pada tiga aspek manajerial: perencanaan konten lebih terstruktur dengan kalender editorial, pengorganisasian tugas lebih jelas, dan pelaksanaan konten lebih efektif. Pelatihan meningkatkan literasi digital peserta, kemampuan analisis konten, dan kesadaran branding sekolah. Tantangan yang dihadapi meliputi perbedaan kemampuan peserta, keterbatasan perangkat, dan risiko ketergantungan AI. Penelitian menyimpulkan bahwa AI efektif sebagai alat bantu manajemen konten humas sekolah jika digunakan bijak dengan tetap mengutamakan kreativitas manusia. Kegiatan ini berhasil meningkatkan profesionalisme humas, memperkuat citra sekolah, dan mengembangkan kompetensi digital siswa.

**Kata kunci:** artificial intelligence, media sosial, humas sekolah, manajemen komunikasi

### Abstract

This study analyzes the use of Artificial Intelligence (AI) in creating creative content for social media at SMPS Pertiwi Medan Public Relations. The method used is descriptive qualitative with a case study approach on public relations team and student council members. Data were collected through observation, documentation, and focus group discussions. Results show AI has positive impacts on three managerial aspects: content planning is more structured with editorial calendars, task organization is clearer, and content implementation is more effective. The training improved participants' digital literacy, content analysis skills, and school branding awareness. Challenges include differences in participant abilities, limited devices, and AI dependency risks. The study concludes that AI is effective as a tool for school public relations content management when used wisely while prioritizing human creativity. This activity successfully increased public relations professionalism, strengthened school image, and developed students' digital competencies.

**Keywords:** artificial intelligence, social media, school public relations, communication management

---

## PENDAHULUAN

Sebagai lembaga pendidikan formal, sekolah dalam upaya mewujudkan pendidikan yang berkualitas tidak dapat dilepaskan dari dukungan masyarakat. Hal ini termasuk dalam proses pengelolaan atau manajemen sekolah. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional menegaskan bahwa hubungan sekolah dengan masyarakat merupakan satu kesatuan yang tidak terpisahkan dalam pengembangan pendidikan. Oleh karena itu, sekolah memiliki tanggung jawab untuk membangun komunikasi yang efektif dengan masyarakat agar tujuan pendidikan dapat dicapai bersama. Kindred dalam Romadhona (2022) menjelaskan bahwa hubungan sekolah dengan masyarakat atau humas merupakan proses komunikasi yang bertujuan meningkatkan pemahaman masyarakat terkait kebutuhan dan praktik pendidikan, sekaligus mendorong partisipasi mereka dalam memajukan sekolah. Dengan demikian, humas sekolah berperan sebagai mediator yang menjembatani berbagai informasi pendidikan maupun pembelajaran kepada masyarakat.

Dalam praktiknya, humas sekolah SMP Pertiwi menghadapi beragam tantangan seiring meningkatnya harapan masyarakat sehingga menyebabkan rendahnya minat siswa mendaftar ke sekolah tersebut dan persaingan antar lembaga pendidikan, mulai dari sekolah negeri, swasta, berbasis keagamaan, hingga sekolah internasional. Persaingan ini mendorong setiap sekolah untuk memperkuat citra dan membangun komunikasi yang efektif demi menarik minat masyarakat. Namun demikian, pengelolaan humas bukanlah pekerjaan yang mudah, sebab membutuhkan media perantara untuk memastikan seluruh kegiatan dan informasi dapat tersampaikan dengan baik kepada publik. Di era globalisasi, kata digitalisasi bukan lagi hal yang asing, karena hampir seluruh aspek kehidupan kini terintegrasi dengan teknologi informasi dan komunikasi (Huda, 2020). Kemajuan teknologi tersebut, yang turut merambah bidang pendidikan (Fitria et al., 2021), memberikan peluang besar bagi sekolah untuk memperkenalkan brand, mempromosikan program, kegiatan ekstrakurikuler, maupun berbagai informasi penting lainnya.

Pemanfaatan teknologi digital dalam pendidikan membawa dampak positif, meskipun tetap perlu diwaspadai potensi dampak negatif seperti penyebaran informasi yang tidak akurat (Amilia et al., 2022). Bagi lembaga pendidikan, khususnya bagian humas, digitalisasi membuka peluang untuk membuat konten-konten kreatif yang dapat dipublikasikan melalui berbagai platform media sosial seperti website, blog, Instagram, dan TikTok guna menarik perhatian masyarakat serta meningkatkan citra sekolah. Konten kreatif merupakan konten yang menunjukkan cara-cara baru dan ide-ide unik untuk menarik perhatian, memberikan inspirasi, atau menghibur audiens. Konten ini bisa hadir dalam berbagai bentuk, seperti tulisan, gambar, video, musik, maupun format lainnya (Siddiq, dkk., 2024: 1050). Konten kreatif adalah informasi mengenai produk suatu perusahaan yang dibuat dengan berbagai metode mengikuti kemajuan zaman. Selain itu, konten kreatif juga bisa diartikan sebagai cara menyampaikan informasi baik hiburan, berita, ataupun informasi lain secara orisinal dan unik (Ariningsih, dkk., 2024: 35).

Media sosial sendiri dipahami sebagai sarana yang memungkinkan pengguna berinteraksi, bekerja sama, dan saling terhubung dalam jaringan online (Turu & Rio, 2020). Media sosial merupakan salah satu bentuk media yang memungkinkan penggunaannya berbagi berbagai jenis konten, seperti video, audio, gambar, maupun teks kepada pengguna lainnya (Kotler dkk., dalam Farhannail & Renty, 2023: 188). Selain itu, media sosial juga berfungsi sebagai alat komunikasi yang memungkinkan pertukaran informasi dan ide secara cepat dan luas (Zuliani et al., 2023). Media sosial yang bersifat real time membuatnya efektif dalam membangun kesadaran pemustaka dan memperkuat promosi layanan perpustakaan. Selama masa pandemi covid-19, promosi layanan perpustakaan melalui media sosial menjadi sangat penting agar perpustakaan tetap dapat terkoneksi dengan pemustaka, khususnya pelajar dan mahasiswa yang menjalani pembelajaran secara daring (Utami, dkk., 2022: 2).

Tidak hanya digitalisasi, perkembangan teknologi semakin diperkaya dengan hadirnya Artificial Intelligence (AI) yang mempermudah proses penciptaan karya dan kreativitas. AI merupakan bagian dari perkembangan Industrial Society 4.0 dan Society 5.0, yang mencakup program komputer, pembelajaran mesin, perangkat keras, dan perangkat lunak yang bekerja layaknya pola neuron dalam otak manusia (Zahara, 2023). Meski demikian, pemanfaatan AI tetap harus dilakukan dalam batas yang wajar agar tidak menimbulkan ketergantungan dan tetap menghargai etika penggunaan teknologi. Oleh karena itu, diperlukan manajerial yang tepat dalam penggunaan AI, khususnya dalam pembuatan konten humas, sehingga kreativitas insan humas tetap menjadi inti, sementara AI berperan sebagai alat bantu untuk mengemas ide agar lebih menarik dan informatif.

Sejumlah penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital dan AI memiliki dampak signifikan dalam dunia pendidikan. Penelitian yang dilakukan oleh Satria, Saidauruk, Sutarni, dan Pirmansah (2025) mengungkap bahwa pemanfaatan AI generatif bagi guru dan staf publikasi sekolah dasar mampu membuka wawasan baru dalam pembuatan konten

media promosi. Mereka menekankan bahwa perkembangan AI akan terus berlanjut sehingga guru dan staf sekolah perlu aktif memperbarui wawasan terkait teknologi tersebut. Penelitian lain oleh Romadhona dan Rifqi (2022) menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran penting dalam implementasi manajemen humas sekolah, yaitu sebagai media informasi dan komunikasi, media promosi, serta media branding. Media sosial terbukti membantu hubungan sekolah dengan masyarakat berlangsung lebih efektif dan efisien.

Tujuan dari pelaksanaan kegiatan ini adalah mengajak dan membantu sekolah dalam memanfaatkan manajerial Artificial Intelligence (AI) pada proses pembuatan konten kreatif yang nantinya akan dipublikasikan melalui media sosial sekolah. Pemanfaatan AI diharapkan dapat meningkatkan efektivitas branding sekolah, memperkuat komunikasi, serta memperbaiki citra sekolah di tengah masyarakat.

Pelaksanaan ini memberikan manfaat teoretis dan praktis. Secara teoretis, kegiatan ini memperkaya kajian ilmiah terkait integrasi AI dalam manajemen humas sekolah serta menjadi rujukan bagi penelitian lanjutan mengenai digitalisasi humas dan manajemen media sosial pendidikan. Secara praktis, kegiatan ini membantu sekolah dan bagian humas untuk memahami cara memanfaatkan AI secara efektif dalam perencanaan dan pembuatan konten kreatif sehingga pengelolaan media sosial menjadi lebih profesional.

## METODE PENELITIAN

Menurut Sugiyono (dalam Siallagan, 2025:6), metode penelitian adalah cara ilmiah untuk memperoleh data sesuai tujuan tertentu. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan studi kasus yang menelaah pemanfaatan Artificial Intelligence (AI) dalam manajemen konten media sosial Humas SMPS Pertiwi Medan. Pendekatan ini dipilih untuk menggambarkan secara mendalam proses, pengalaman, dan perubahan kompetensi peserta, sejalan dengan pandangan bahwa penelitian kualitatif bertujuan memahami fenomena secara holistik melalui deskripsi kata-kata. Studi kasus memungkinkan eksplorasi program atau aktivitas dalam konteks spesifik (Sugiyono, 2024:7).

Subjek penelitian meliputi tim humas dan pengurus OSIS yang dipilih secara purposif berdasarkan keterlibatan mereka dalam pengelolaan media sosial. Lokasi penelitian dipilih karena sekolah aktif menggunakan media sosial namun belum mengoptimalkan AI, fenomena yang umum pada lembaga pendidikan swasta.

Prosedur pelaksanaan dilakukan pada Agustus 2024 melalui tiga tahap: (1) persiapan, berupa observasi awal, identifikasi kebutuhan melalui wawancara, dan penyusunan modul; (2) pelaksanaan, mencakup sesi pengenalan AI, pelatihan teknis tools AI menggunakan metode demonstrasi–praktik selama total 8 jam, serta praktik langsung pembuatan konten. Metode demonstrasi dipilih karena efektif meningkatkan keterampilan digital (Huda, 2020:123); (3) evaluasi, melalui observasi partisipatif dan diskusi reflektif.

Instrumen penelitian meliputi pedoman observasi dan lembar dokumentasi. Tools yang digunakan antara lain ChatGPT, Canva AI, dan aplikasi desain berbasis AI lainnya, sesuai temuan Satria et al. (2025:3295) bahwa AI generatif memperluas wawasan pembuatan konten promosi sekolah. Peserta menggunakan laptop dan smartphone, serta modul pelatihan dan template desain. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui triangulasi metode: observasi partisipatif, dokumentasi (foto, video, screenshot karya), dan FGD untuk menggali pemahaman serta kendala peserta. Data dikumpulkan sepanjang kegiatan untuk memperoleh gambaran perubahan secara komprehensif. Analisis data menggunakan model analisis interaktif yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Sesuai Rijali (2019:83), analisis dilakukan dengan mengorganisasi data, mensintesis, dan menemukan pola. Fokus analisis diarahkan pada kesesuaian pelaksanaan kegiatan, perubahan kompetensi peserta, serta tantangan dan implikasi kegiatan dalam konteks manajemen komunikasi digital, khususnya pada aspek planning, organizing, dan actuating–controlling.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Analisis Pelaksanaan Kegiatan

#### 1. Kesesuaian Pelaksanaan dengan Tujuan Program

Tujuan utama kegiatan adalah membantu pihak humas dan OSIS memahami cara memanfaatkan manajerial AI untuk menghasilkan konten kreatif yang mendukung branding sekolah. Berdasarkan observasi selama kegiatan berlangsung, tujuan tersebut tercapai dengan baik melalui:

##### a. Pengenalan konsep AI dan perannya dalam desain konten

Peserta mampu memahami bahwa AI bukan sekadar alat pembuat gambar atau teks, tetapi dapat digunakan untuk menyusun ide, merancang kalender konten, hingga mengoptimalkan caption dan visual.

##### b. Peningkatan kemampuan teknis peserta

Peserta diberi contoh konten, melakukan eksplorasi desain sederhana, serta mempraktekkan penyusunan caption menggunakan bantuan AI. Hal ini menunjukkan bahwa peserta tidak hanya menerima teori, tetapi juga memperoleh keterampilan praktis.

##### c. Peningkatan kesadaran pentingnya branding sekolah

Peserta memahami bahwa setiap unggahan di media sosial membawa citra sekolah. Dengan demikian, mereka lebih berhati-hati dalam memilih visual, kata-kata, dan jenis konten yang ditampilkan.

Dengan demikian, kegiatan ini mencapai tujuan utamanya dan berpotensi memberi dampak berkelanjutan jika diterapkan secara konsisten oleh tim humas sekolah.

### B. Analisis Proses Manajerial AI dalam Pembuatan Konten

Pelaksanaan kegiatan menunjukkan bahwa pemanfaatan AI dalam pembuatan konten sekolah dapat diintegrasikan ke dalam tiga aspek utama manajemen humas, yaitu:

#### 1. Perencanaan (Planning)

Pada tahap perencanaan, pelaksanaan kegiatan menunjukkan bahwa AI memiliki kontribusi besar dalam membantu peserta menyusun konsep konten yang lebih sistematis dan terarah. Peserta tidak hanya diminta menghasilkan ide secara spontan, tetapi dibimbing untuk menyesuaikan konten dengan kebutuhan sekolah dan momentum bulan Agustus sebagai periode penting perayaan kemerdekaan. Penyusunan ide yang kemudian dibagi menjadi dua kategori utama yaitu tema kemerdekaan dan tema edukatif menunjukkan adanya proses perencanaan yang lebih matang dibandingkan dengan pola kerja humas sebelumnya yang cenderung tanpa strategi khusus. Dengan adanya pelatihan ini, humas mulai menerapkan pola kerja yang lebih terstruktur sehingga proses pembuatan konten tidak lagi bersifat dadakan. Hal ini sejalan dengan temuan Putri (2025) yang menegaskan bahwa digital public relations akan memberikan hasil optimal apabila ditopang oleh perencanaan yang rinci, sistematis, dan berkelanjutan. Selain itu, Temuan ini sejalan dengan penelitian Hidayah (2025) yang menunjukkan bahwa AI dalam administrasi pendidikan mampu meningkatkan efektivitas perencanaan sekolah, memberikan rekomendasi berbasis data, dan mempercepat proses pengambilan keputusan.

##### a. Menghasilkan daftar ide konten yang relevan

AI membantu peserta menghasilkan daftar ide konten yang sesuai dengan karakter sekolah, kebutuhan informasi, dan momentum kegiatan tertentu. Dengan memasukkan kata kunci terkait kegiatan sekolah atau momen nasional, AI dapat menyajikan berbagai alternatif ide yang sebelumnya mungkin tidak terpikirkan oleh peserta. Ide yang dihasilkan juga lebih terarah karena AI mampu menganalisis tren tema yang sedang relevan di media sosial, sehingga konten yang dibuat tidak hanya informatif tetapi juga memiliki potensi keterlibatan (engagement) yang lebih tinggi. Dengan demikian, AI bukan hanya menciptakan ide secara acak, tetapi menyediakan rekomendasi yang relevan, kontekstual, dan dapat langsung diimplementasikan oleh tim humas.

b. Membantu membuat kalender editorial

AI juga berperan dalam menyusun kalender editorial yang memetakan tanggal unggah, tema konten, serta jenis materi yang perlu dipublikasikan. Sebelum pelatihan, humas sekolah belum memiliki kalender editorial yang terstruktur sehingga unggahan konten sering kali tidak mengikuti pola tertentu dan mengakibatkan inkonsistensi. Melalui bantuan AI, peserta dapat membuat perencanaan unggahan dalam jangka waktu tertentu, misalnya satu bulan penuh, berdasarkan hari besar nasional, agenda sekolah, atau momen tertentu. Kalender editorial ini mempermudah humas dan OSIS untuk bekerja secara terjadwal, mengurangi risiko keterlambatan unggahan, dan memastikan kesinambungan konten.

c. Memberikan rekomendasi caption dan visual sesuai tema kegiatan

AI juga memberikan dukungan dalam penyusunan caption dan rekomendasi visual yang sesuai dengan tema konten yang dipilih. Rekomendasi ini disesuaikan dengan gaya komunikasi yang sesuai untuk media sosial sekolah, yaitu informatif, sopan, dan mudah dipahami. AI dapat menyesuaikan tone bahasa, panjang teks, hingga struktur caption agar lebih menarik perhatian pembaca. Selain itu, AI memberikan ide visual berupa layout, komposisi warna, atau contoh desain yang bisa digunakan oleh tim OSIS untuk membuat konten grafis. Dengan demikian, proses kreatif menjadi lebih cepat karena peserta tidak perlu memulai dari nol, dan hasilnya lebih konsisten dari segi estetika maupun pesan.

2. Pengorganisasian (Organizing)

Pada tahap pengorganisasian, hasil kegiatan menunjukkan adanya perbaikan signifikan dalam struktur kerja humas sekolah. Sebelum pelatihan, humas dan OSIS telah memiliki peran dalam pengelolaan Instagram sekolah, tetapi pembagian tugasnya masih bersifat informal dan tidak terdokumentasi dengan baik. Setelah pelatihan, pembagian peran menjadi lebih terarah dan terstruktur sehingga setiap pihak memahami tanggung jawabnya masing-masing. Humas mulai menjalankan fungsi koordinatif, OSIS fokus pada aspek visual dan dokumentasi kegiatan, sementara AI digunakan sebagai alat bantu untuk mempercepat proses penulisan dan penyuntingan konten. Pola kerja baru ini menciptakan sinergi antara manusia dan teknologi sehingga alur produksi konten menjadi lebih efisien. Hal tersebut sesuai dengan pandangan Romadhona & Rifqi (2022) yang menyatakan bahwa keberhasilan humas sekolah sangat dipengaruhi oleh pembagian tugas yang jelas, efektif, dan melibatkan kolaborasi berbagai pihak.

a. Humas: Perencanaan konten dan validasi informasi

Humas memegang peran penting sebagai pengendali kualitas konten. Mereka bertanggung jawab dalam menentukan tema, menyesuaikan materi dengan agenda sekolah, serta memastikan bahwa informasi yang disampaikan akurat dan sesuai dengan citra lembaga. Melalui bantuan AI, humas lebih mudah merumuskan konsep awal konten dan menyusun rancangan unggahan, namun tetap berperan sebagai validator utama agar tidak terjadi kesalahan informasi, hoaks, atau penyampaian pesan yang ambigu. Peran humas semakin kuat karena mereka menjadi jembatan antara teknologi dan kebijakan sekolah.

b. OSIS: Dokumentasi kegiatan dan pengelolaan visual

OSIS bertugas menangkap setiap kegiatan sekolah melalui foto maupun video, kemudian mengolahnya menjadi materi visual yang siap dipublikasikan. Setelah pelatihan, OSIS menjadi lebih terampil dalam menentukan angle foto, memilih momen terbaik, serta mengolah visual agar sesuai dengan estetika Instagram sekolah. AI membantu melalui rekomendasi desain, tone warna, atau gaya layout, tetapi OSIS tetap menjadi pelaksana utama dalam proses kreatif visual. Hal ini membuat konten lebih menarik dan konsisten.

c. AI: Alat bantu editorial untuk mempercepat proses

AI berfungsi sebagai pendukung dalam menyusun konsep tulisan, membuat caption, memperbaiki tata bahasa, serta memberikan ide visual. AI tidak menggantikan peran manusia, tetapi mempercepat proses sehingga pekerjaan yang biasanya memakan waktu berjam-jam dapat diringkas menjadi beberapa menit saja. Dengan kehadiran AI, peserta tidak lagi kebingungan mencari kata-kata atau konsep desain karena AI menyediakan berbagai alternatif yang bisa dipilih dan dimodifikasi.

### 3. Pelaksanaan dan Pengawasan (Actuating & Controlling)

Tahap pelaksanaan menjadi titik di mana peserta mulai menerapkan seluruh teori dan teknik yang dipelajari. Dalam kegiatan ini, peserta belajar memahami prinsip-prinsip dasar pengelolaan media sosial, seperti menentukan jadwal unggah, memilih hashtag yang sesuai, dan menentukan visual yang tepat. Mereka juga mempelajari bagaimana membuat konten yang tidak hanya informatif tetapi juga menarik dan interaktif. Selama proses pelaksanaan, AI ikut berperan dengan memberikan arahan otomatis, memperbaiki kesalahan teknis, serta menyediakan rekomendasi alternatif apabila peserta mengalami kebuntuan ide. Pengawasan dilakukan melalui sesi diskusi tanya jawab, di mana peserta dibimbing untuk mengidentifikasi kendala yang sering mereka hadapi dalam mengunggah konten. Dengan memanfaatkan AI, banyak hambatan yang sebelumnya menjadi masalah utama seperti ukuran gambar tidak sesuai, keterbatasan dokumentasi, atau kesalahan penulisan dapat direduksi secara signifikan.

#### a. Menentukan waktu unggah

Peserta dilatih untuk memahami bahwa waktu unggah memiliki dampak langsung terhadap tingkat keterjangkauan (reach) dan interaksi (engagement). AI memberikan rekomendasi waktu unggah terbaik berdasarkan pola aktivitas umum pengguna media sosial, misalnya pagi hari saat siswa bersiap ke sekolah atau sore hari ketika pengguna aktif mengakses ponsel setelah pulang sekolah. Dengan demikian, unggahan menjadi lebih efektif dalam menjangkau audiens yang lebih luas.

#### b. Penggunaan hashtag yang sesuai

Peserta diajarkan untuk memilih hashtag yang relevan agar konten lebih mudah ditemukan oleh pengguna lain di luar pengikut (followers). AI membantu dengan menyediakan daftar hashtag yang sedang tren serta menilai tingkat relevansi dan persaingan (competition level). Dengan strategi hashtag yang tepat, konten sekolah memiliki peluang lebih besar untuk muncul di halaman eksplor dan menarik perhatian audiens baru.

#### c. Pemilihan foto sampul

Pemilihan foto sampul merupakan aspek penting yang sering diabaikan. Foto sampul berfungsi sebagai visual pertama yang dilihat pengguna sehingga harus menarik, jelas, dan menggambarkan isi konten. AI memberikan rekomendasi foto sampul terbaik berdasarkan kualitas gambar, komposisi, dan daya tarik visual. Peserta belajar membandingkan beberapa opsi dan memilih sampul yang paling representatif dan estetik.

#### d. Strategi interaksi

Peserta juga mempelajari cara membangun interaksi melalui elemen-elemen seperti ajakan bertanya, penggunaan emoji yang tepat, hingga call to action yang mendorong audiens meninggalkan komentar atau membagikan unggahan. AI membantu merancang kalimat-kalimat yang lebih komunikatif dan ramah sehingga interaksi dapat meningkat secara signifikan. Dengan strategi interaksi yang tepat, akun sekolah tidak hanya bersifat informatif tetapi juga menjadi ruang komunikasi aktif antara sekolah dan publik.

## C. Dampak Kegiatan terhadap Kompetensi Peserta

### 1. Meningkatnya Literasi Digital Peserta

Pelatihan manajerial AI berhasil meningkatkan literasi digital peserta secara nyata; peserta tidak lagi sekadar tahu bahwa AI itu ada, tetapi mampu mengidentifikasi fungsi-fungsi spesifik alat-alat berbasis AI yang relevan untuk pembuatan konten sekolah—misalnya alat pembuat caption otomatis, penyunting gambar berbantuan AI, atau generator ide posting. Peningkatan ini terlihat dari kemampuan mereka mencoba tool baru, mengoprasionalkannya untuk kebutuhan konkret (mendesain poster sederhana, memperbaiki komposisi foto, atau menyusun beberapa varian caption untuk satu posting), serta dari keberanian mereka bereksperimen dengan format konten berbeda seperti carousel, reels, dan story. Secara pedagogis, hasil ini konsisten dengan temuan Dinata (2025) bahwa pelatihan terstruktur mempercepat penguasaan kompetensi digital tenaga pendidik. Secara praktis, literasi yang meningkat juga memperkecil ketergantungan pada pihak luar untuk pembuatan konten sehingga proses menjadi lebih mandiri, hemat biaya, dan responsif terhadap kebutuhan informasi sekolah.

Indikator pengukuran: persentase peserta yang mampu mengoperasikan minimal dua tool AI dasar setelah pelatihan; jumlah konten yang diproduksi tim humas dalam sebulan pasca-pelatihan dibanding sebelum; dan skor penilaian kompetensi digital (pretest–posttest).

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yusuf (2024), yang meneliti bagaimana AI digunakan untuk meningkatkan literasi digital di lembaga pendidikan Islam. Temuan ini memperkuat bahwa pengenalan dan penggunaan AI di sekolah (termasuk humas) dapat meningkatkan kompetensi digital bukan hanya staf tapi juga siswa atau stakeholder lain.

### 2. Keterampilan Menganalisis Kualitas Konten

Pelatihan tidak hanya menambah keterampilan teknis, tetapi juga memperkuat kemampuan analitis peserta terhadap kualitas konten. Kemampuan ini meliputi tiga aspek utama: menilai kelayakan posting, menentukan gaya visual yang sesuai citra sekolah, dan menyaring informasi sebelum publikasi. Pertama, menilai kelayakan posting menuntut peserta membaca konteks—apakah materi sesuai dengan tujuan komunikasi, etika sekolah, dan audiens—bukan sekadar menarik secara visual. Peserta kini mampu memilah konten yang efektif dipublikasikan (misalnya dokumentasi kegiatan resmi, pengumuman penting) dari konten yang perlu revisi atau ditunda (misalnya foto dengan kualitas rendah atau caption yang ambigu). Kedua, dalam menentukan gaya visual, peserta belajar menerapkan prinsip konsistensi branding: memilih palet warna, tipografi, dan tata letak yang mencerminkan karakter sekolah sehingga feed Instagram tampil harmonis dan profesional. Kemampuan ini membuat setiap unggahan tidak hanya informatif tetapi juga memperkuat identitas visual sekolah. Ketiga, menyaring informasi sebelum dipublikasikan menjadi aspek kritis yang menurunkan risiko kesalahan fakta atau pelanggaran privasi—peserta sekarang terbiasa memverifikasi sumber informasi, meminta izin publikasi foto siswa, dan melakukan pengecekan ulang terhadap data yang tercantum dalam caption. Suryani dkk. (2024) meneliti pengembangan media pembelajaran berbasis AI bagi guru Bahasa Indonesia, dan hasilnya menunjukkan bahwa AI membantu guru membuat media yang lebih menarik, efisien, dan mudah digunakan. Temuan ini sangat relevan dengan pelatihan yang diberikan kepada tim humas sekolah, karena keduanya memanfaatkan AI untuk meningkatkan kualitas desain dan konten visual. Penelitian tersebut memperkuat temuan bahwa AI mampu meningkatkan mutu media publikasi sekolah.

#### a. Menilai mana konten yang layak diposting

Kriteria kelayakan yang dipakai peserta melibatkan relevansi pesan, kualitas visual, kepatuhan pada kebijakan sekolah, dan potensinya untuk mencapai tujuan komunikasi. Dengan adanya checklist sederhana (mis. apakah ada izin foto, apakah caption sesuai EYD, apakah visual memenuhi resolusi standar), proses seleksi menjadi

sistematis sehingga mengurangi unggahan impulsif dan meningkatkan kualitas keseluruhan feed.

b. Menentukan gaya visual yang sesuai image sekolah

Penentuan gaya visual kini didasarkan pada pedoman estetika yang disepakati: pilihan warna korporat, penggunaan logo di posisi konsisten, dan format foto/layar yang seragam untuk kategori konten tertentu. Praktik ini meningkatkan kredibilitas visual sekolah di mata publik dan membuat konten mudah dikenali—salah satu tanda keberhasilan branding digital.

c. Menyaring informasi sebelum dipublikasikan

Proses penyaringan melibatkan verifikasi fakta, pengecekan penulisan nama dan gelar, serta memastikan tidak ada informasi sensitif yang tersebar tanpa izin. Sikap ini menumbuhkan reputasi keandalan informasi sekolah dan mengurangi potensi konflik atau kesalahpahaman dengan orang tua maupun masyarakat.

Indikator pengukuran: jumlah unggahan yang lolos checklist kualitas (rasio lolos/tidak lolos), hasil audit isi (jumlah revisi sebelum posting), dan tingkat laporan/komplain terkait konten (seharusnya menurun).

3. Meningkatkan Kesadaran Branding Sekolah

Pelatihan juga menumbuhkan kesadaran yang lebih mendalam tentang pentingnya branding dalam setiap elemen komunikasi digital. Peserta menyadari bahwa aspek-aspek kecil pemilihan warna, nada bahasa dalam caption, struktur tata bahasa, hingga penempatan logo secara kumulatif membentuk persepsi publik terhadap kualitas dan profesionalisme sekolah. Kesadaran ini mendorong pendekatan yang lebih strategis: bukan sekadar mempublikasikan aktivitas, tetapi memformulasikan pesan yang mendukung visi misi sekolah, menonjolkan keunggulan, serta membangun narasi yang konsisten dari satu unggahan ke unggahan lain. Kesadaran branding yang meningkat memengaruhi pengambilan keputusan sehari-hari tim humas; misalnya, pilihan konten akan mempertimbangkan apakah unggahan tersebut memperkuat citra akademik atau karakter sekolah, serta bagaimana unggahan itu dapat memperkuat kepercayaan orang tua dan calon peserta didik. Dalam jangka menengah, praktik yang konsisten ini berpotensi meningkatkan engagement berkualitas (komentar bermakna, pembagian unggahan oleh orang tua), menarik calon peserta didik, dan membangun reputasi positif di komunitas lokal.

Indikator pengukuran: perubahan persepsi publik melalui survei singkat (mis. trust/brand perception score), peningkatan engagement berkualitas (komentar bermakna dan berbagi), dan pertumbuhan pengikut yang relevan (akun orang tua/alumni/komunitas lokal).

Agar dampak tersebut berkelanjutan, disarankan membuat modul pelatihan lanjutan, standard operating procedure (SOP) pengelolaan konten, serta sistem evaluasi berkala (mis. laporan bulanan metrik dan sesi review). Selain itu, penting menerapkan prinsip human-in-the-loop: AI dipakai sebagai akselerator ide dan efisiensi, tetapi keputusan final dan penilaian nilai etis tetap berada di tangan manusia. Terakhir, pengukuran dampak sebaiknya mengombinasikan data kuantitatif (metrik sosial media) dan kualitatif (survei persepsi, wawancara singkat) untuk mendapatkan gambaran lengkap tentang perubahan yang terjadi.

#### D. Tantangan dalam Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan pelatihan pemanfaatan AI dalam pembuatan konten sekolah berjalan dengan baik, namun sejumlah tantangan tetap muncul dan perlu dianalisis agar dapat menjadi bahan evaluasi bagi kegiatan selanjutnya.

1. Perbedaan kemampuan peserta dalam literasi digital

Salah satu tantangan utama adalah ketidaksamaan kemampuan peserta dalam memahami teknologi digital. Anggota OSIS, yang rata-rata merupakan generasi yang lebih akrab dengan gawai dan aplikasi kreatif, mampu mengikuti instruksi dengan cepat dan menunjukkan respons yang lebih adaptif. Sebaliknya, sebagian staf humas masih

memerlukan waktu lebih lama untuk memahami penggunaan tools seperti editor AI, aplikasi desain, maupun platform manajemen konten. Perbedaan ini menyebabkan ritme pembelajaran menjadi tidak seimbang sehingga fasilitator harus memberikan pendampingan tambahan. Tantangan ini menunjukkan pentingnya pelatihan berjenjang dan modul pembelajaran yang disesuaikan dengan tingkat literasi digital peserta.

## 2. Keterbatasan perangkat

Tidak semua peserta membawa laptop atau perangkat yang memadai untuk mengoperasikan aplikasi desain maupun platform AI yang membutuhkan spesifikasi tertentu. Akibatnya, kegiatan praktik harus dilakukan dalam kelompok kecil dengan sistem berbagi perangkat. Kondisi ini memang memungkinkan kegiatan tetap berjalan, namun mengurangi efektivitas pembelajaran individual karena tidak semua peserta dapat mencoba fitur-fitur secara langsung. Selain itu, perangkat yang digunakan pun memiliki kemampuan berbeda beberapa gawai berjalan lambat atau tidak mendukung aplikasi tertentu. Hal ini menegaskan bahwa kesiapan fasilitas teknologi merupakan faktor penting dalam pelatihan yang berfokus pada pemanfaatan AI.

## 3. Ketergantungan awal terhadap AI

Beberapa peserta terlihat sangat bergantung pada AI untuk menghasilkan ide maupun konten secara keseluruhan. Mereka cenderung menyalin hasil AI tanpa melakukan penyuntingan atau penyesuaian dengan karakter sekolah. Ketergantungan ini bisa menjadi masalah jangka panjang karena dapat menurunkan kemampuan berpikir kreatif dan kritis. Oleh karena itu, perlu ditegaskan bahwa AI adalah alat bantu, bukan pengganti kreativitas manusia. Peserta harus memahami bahwa peran mereka tetap sangat penting, terutama dalam menentukan tone, gaya bahasa, relevansi konten, dan kesesuaian dengan nilai-nilai sekolah. Tantangan ini membuka ruang edukasi lebih mendalam mengenai etika dan batasan penggunaan AI.

## 4. Konsistensi pengelolaan konten

Tantangan lain yang muncul adalah soal konsistensi. Media sosial menuntut pembaruan konten secara rutin agar engagement tetap terjaga. Meskipun peserta telah memahami cara membuat konten menggunakan AI, tantangan sesungguhnya adalah mempertahankan ritme unggah dan kerja sama tim setelah pelatihan selesai. Selama ini, akun sekolah sering berhenti mengunggah karena kekurangan ide, keterbatasan dokumentasi, atau menunggu persetujuan yang lama. Tanpa manajemen editorial yang rapi—misalnya kalender konten, jadwal piket dokumentasi, dan evaluasi bulanan—pengelolaan akun akan kembali sporadis. Oleh karena itu, konsistensi menjadi tantangan utama yang memerlukan komitmen dan koordinasi berkelanjutan antara humas, OSIS, dan pihak sekolah.

## E. Implikasi Kegiatan

Pelaksanaan pelatihan pemanfaatan AI dalam pembuatan konten sekolah tidak hanya memberikan manfaat jangka pendek berupa peningkatan keterampilan teknis peserta, tetapi juga menghasilkan implikasi yang lebih luas bagi humas, sekolah, dan siswa. Implikasi ini dapat menjadi dasar pengembangan strategi komunikasi digital sekolah secara berkelanjutan.

### 1. Implikasi bagi Humas Sekolah

Pelatihan ini memberikan dampak signifikan bagi Humas sekolah dalam meningkatkan profesionalisme kerja. Pertama, humas kini mampu mengelola konten secara lebih sistematis dan terukur. Penggunaan AI memungkinkan humas merencanakan, menyusun, dan mengevaluasi konten dengan pendekatan yang lebih profesional, sehingga tampilan media sosial menjadi lebih konsisten dan berkarakter. Selain itu, adanya kalender editorial yang terarah membantu humas mengatur jadwal unggahan, menetapkan tema konten mingguan atau bulanan, serta meminimalkan kekosongan unggahan yang sebelumnya sering terjadi. Dengan dukungan AI, proses produksi konten pun menjadi lebih cepat, mulai dari penyusunan caption hingga desain visual. Hal ini memungkinkan humas menghasilkan

konten yang informatif, menarik, dan selaras dengan citra sekolah tanpa memerlukan waktu yang terlalu panjang. Pelatihan ini memberi dampak nyata pada profesionalisme humas, terutama dalam konsistensi, kualitas konten, serta kecepatan produksi materi publikasi. Hal ini sejalan dengan temuan Fitri dkk. (2025) yang menunjukkan bahwa pemanfaatan AI generatif seperti ChatGPT dapat meningkatkan kreativitas, efisiensi kerja, dan kemampuan menyusun konten secara terstruktur, khususnya dalam aktivitas digital yang membutuhkan ketepatan bahasa dan kecepatan produksi. Penelitian mereka membuktikan bahwa AI dapat mempercepat proses pembuatan teks, memperbaiki tata bahasa, dan menghasilkan ide kreatif yang relevan sesuai dengan perubahan yang dialami humas sekolah setelah pelatihan.

## 2. Implikasi bagi Sekolah

Secara kelembagaan, kegiatan ini memberikan kontribusi penting dalam memperkuat citra sekolah di mata publik. Konten yang lebih rapi, konsisten, dan komunikatif membantu membangun persepsi positif mengenai kualitas layanan pendidikan. Melalui penyajian informasi yang lebih menarik, interaksi antara sekolah dan masyarakat dapat meningkat, baik melalui komentar, pesan, maupun partisipasi terhadap kegiatan sekolah. Media sosial yang dikelola dengan baik juga berfungsi sebagai platform transparansi, di mana masyarakat dapat memantau kegiatan, kebijakan, serta pencapaian sekolah secara lebih mudah. Dengan demikian, pelatihan ini mendorong terciptanya komunikasi dua arah yang lebih terbuka serta memperkuat akuntabilitas publik sekolah di era digital. Penguatan citra sekolah melalui konten yang rapi, komunikatif, dan konsisten juga diperkuat oleh penelitian Dewi, Mantu & Saktisyahputra (2024) yang mengkaji penggunaan teknologi AI dalam *cyber public relations*. Studi tersebut menunjukkan bahwa AI dapat membantu lembaga meningkatkan transparansi, konsistensi komunikasi, dan keterlibatan publik dalam ruang digital. Ini selaras dengan hasil pelatihan, di mana aktivitas publikasi sekolah menjadi lebih aktif dan informatif sehingga memperkuat hubungan antara sekolah dan masyarakat.

## 3. Implikasi bagi Siswa (OSIS)

Bagi siswa yang terlibat, khususnya pengurus OSIS, kegiatan ini memberikan pengalaman belajar yang sangat relevan dengan tuntutan kompetensi abad 21. Literasi teknologi mereka meningkat, tidak hanya terkait kemampuan memakai AI tetapi juga memahami prinsip kerja di baliknya. Selain itu, kreativitas siswa tumbuh melalui praktik langsung dalam membuat konten visual, menulis caption, dan memadukan ide dengan saran AI. Pengalaman ini memberikan mereka kesempatan untuk mengembangkan kemampuan berpikir kritis, kolaboratif, dan inovatif. Pengelolaan konten digital juga memberikan pengalaman nyata dalam bidang publikasi dan komunikasi, yang dapat menjadi bekal penting bagi siswa yang ingin melanjutkan karier di bidang media, desain, komunikasi, maupun humas di masa depan. Kegiatan ini memberikan dampak besar bagi siswa, terutama dalam hal kreativitas, kolaborasi, dan literasi teknologi. Kondisi ini mendukung hasil Wiguna dkk. (2025) yang menegaskan bahwa pelatihan AI dan literasi digital di sekolah mampu meningkatkan kompetensi abad 21 siswa, termasuk kemampuan berpikir kritis dan kreativitas digital. Hal ini selaras dengan pengalaman peserta pelatihan, di mana siswa OSIS dapat membuat desain, caption, serta konten visual dengan lebih percaya diri dan kreatif.

## KESIMPULAN

Pelatihan pemanfaatan AI dalam pembuatan konten kreatif humas SMPS Pertiwi Medan berhasil mencapai tujuan yang ditetapkan. AI terbukti membantu meningkatkan efektivitas manajemen konten melalui tiga aspek utama: perencanaan yang lebih sistematis dengan kalender editorial, pengorganisasian yang lebih jelas antara humas dan OSIS, serta pelaksanaan dan pengawasan konten yang lebih terukur.

Dampak positif yang dihasilkan mencakup peningkatan literasi digital peserta, kemampuan menganalisis kualitas konten, dan kesadaran akan pentingnya branding sekolah.

Bagi humas, kegiatan ini meningkatkan profesionalisme kerja dan konsistensi publikasi. Bagi sekolah, konten yang lebih berkualitas memperkuat citra positif dan komunikasi dengan masyarakat. Bagi siswa OSIS, pelatihan ini memberikan pengalaman praktis dalam bidang komunikasi digital yang berguna untuk masa depan.

Meskipun menghadapi tantangan seperti perbedaan kemampuan literasi digital peserta, keterbatasan perangkat, dan risiko ketergantungan terhadap AI, kegiatan ini tetap memberikan hasil yang signifikan. Untuk keberlanjutan program, disarankan agar sekolah membuat SOP pengelolaan konten, melakukan evaluasi rutin setiap bulan, dan menyediakan pelatihan lanjutan. Yang terpenting, AI harus diposisikan sebagai alat bantu, bukan pengganti kreativitas manusia, sehingga konten yang dihasilkan tetap autentik dan sesuai dengan nilai-nilai sekolah.

## REFERENSI

- Amilia, Fitri, Gitta Rowindi, Syahrul Mubaroq, Universitas Muhammadiyah Jember. 2022. Pemanfaatan Publikasi Di Media Sosial Untuk Lembaga Pendidikan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* Vol. 6, No. 5 Oktober 2022, Hal. 1141-1147.
- Ariningsih, D., As'ari, F. Y., & Sulistiyawan, E. (2024). Membangun Brand Awareness Melalui Konten Kreatif. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(2), 32-37.
- Farhannail, A., & Renty, Y. (2023). Pengaruh Konten Kreatif Dan Kualitas Informasi Akun Tiktok@Pesonaindonesia Terhadap Minat Berwisata. *JRK (Jurnal Riset Komunikasi)*, 14(2), 187-203.
- Fitria, C. N., Hermawan, H. D., Sayekti, I. C., Selfia, K. D., Azra, A., & Prasojo, I. (2021). Pengembangan Digitalisasi Sekolah Berbasis Website pada Era Komputasi Global di SMP Muhammadiyah. *Buletin KKN Pendidikan*, 3(1), 1–10.
- Huda, I. A. (2020). Perkembangan Teknologi Informasi Dan Komunikasi (Tik) Terhadap Kualitas Pembelajaran Di Sekolah Dasar. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling (JPDK)*, 2(1), 121–125.
- Rijali, A. (2019). Analisis Data Kualitatif. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17(33), 81-95.
- Romadhona, A., & Rifqi, A. (2022). Peran media sosial dalam mendukung implementasi manajemen humas sekolah. *Inspirasi Manajemen Pendidikan*, 613-624.
- Satria, D. A., Sidauruk, A., Sutarni, S., & Pirmansah, I. A. (2025). Pemanfaatan Teknologi Generatif Artificial Intelligence sebagai Media Promosi bagi Guru dan Staf Publikasi di Sekolah Dasar. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 6(3), 3292-3302.
- Siallagan, S. A. (2025). *Buku Pengantar Metodologi Penelitian*. Medan: Obelia Pustaka.
- Siddik, R., dkk. (2024). *Pengaruh Konten Kreatif, Interaksi Pengguna dan Popularitas Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Program Afiliasi TikTok* (Doctoral dissertation, Universitas Indo Global Mandiri).
- Sugiyono. (2024). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Turu, D. W. S., & Rio, M. (2020). *JURNAL JUMPA* Vol. VIII, No. 1, April 2020| 30. *Jumpa*, VIII (1), 30–45.
- Utami, N. P. P., dkk. (2022). Pengembangan Digital Content Creative Untuk Mempromosikan Layanan Melalui Media Sosial Pada Perpustakaan Universitas Pendidikan Ganesha. *Media Sains Informasi dan Perpustakaan*, 2(2), 1-18.
- Zahara, S. L., Azkia, Z. U., & Chusni, M. M. (2023). Implementasi Teknologi Artificial Intelligence (AI) dalam Bidang Pendidikan. *Jurnal Penelitian Sains Dan Pendidikan (JPSP)*, 3(1), 15-20.
- Zuliani, R., Luthfiah, L., & Mustikawati, R. (2023). Dampak Media Sosial terhadap Prestasi Belajar pada Peserta Didik. *Masaliq*, 3(5), 790–800.