

PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL UNTUK PENYEBARAN INFORMASI KEGIATAN SEKOLAH MENENGAH KEJURUAN PASUNDAN TANGERANG

Riya Widayanti
Universitas Esa Unggul
Jalan Arjuna Utara No. 9 Kebun Jeruk, Jakarta 11510
riya.widayanti@esaunggul.ac.id

Abstrak

Pertumbuhan teknologi informasi yang pesat memberikan dampak bagi seluruh aspek kehidupan, tak lepas dari pemanfaatannya di bidang pendidikan. Pemanfaatan teknologi informasi memberikan sebuah dampak bagi penyebaran informasi baik berkaitan dengan akademik maupun non akademik. Dibandingkan dengan pengelolaan web yang membutuhkan tenaga administrator, media sosial sangat mudah digunakan, semua akun yang terdaftar sebagai teman di media sosial akan terinformasikan dengan cepat. Pelaksanaan pengabdian masyarakat ini dengan cara penyuluhan dalam pemanfaatan ini dilakukan bagi guru-guru dan para siswa, dan pengelolaan kontennya pun bisa beragam dari mulai pengumuman, sosialisasi, hasil kegiatan ekstrakurikuler, prestasi siswa dan kegiatan lainnya. Penyebaran informasi ini diharapkan memberikan dampak bagi SMK Pasundan agar siswa dapat mengetahui dengan cepat dan lebih lanjut memperkenalkan calon siswa. Dukungan yang luar biasa dari pihak guru dan siswa untuk aktif di pelatihan ini dari terselenggaranya kegiatan sampai akhir kegiatan. Dari diskusi yang muncul beberapa guru dan siswa sudah memiliki akun di media sosial, salah satunya adalah *facebook*.

Kata kunci: media sosial, penyebaran informasi, guru

Pendahuluan

Sudah menjadi kewajiban bagi setiap dosen untuk melaksanakan kegiatan tridharma perguruan tinggi, salah satunya kegiatan pengabdian masyarakat. Tujuan pengabdian masyarakat Tujuan pengabdian kepada masyarakat di perguruan tinggi adalah menciptakan inovasi teknologi untuk mendorong pembangunan ekonomi Indonesia dengan melakukan komersialisasi hasil penelitian; b. memberikan solusi berdasarkan kajian akademik atas kebutuhan, tantangan, atau persoalan yang dihadapi masyarakat, baik secara langsung maupun tidak langsung; c. melakukan kegiatan yang mampu meringankan masyarakat terisih (*preferential option for the poor*) pada semua strata, yaitu masyarakat yang terisih secara ekonomi, politik, sosial, dan budaya; dan d. melakukan alih teknologi, ilmu, dan seni kepada masyarakat untuk pengembangan martabat manusia dan kelestarian sumberdaya alam. (Dikti, 2013)

Peranan tersebut menuntut setiap dosen dapat hadir di tengah masyarakat untuk mem-

berikan pelatihan, penyuluhan, workshop dan diskusi kelompok yang terkait dengan bidang teknologi informasi Tidak bisa dipungkiri peranan teknologi informasi sangat dibutuhkan bagi pengembangan ilmu pengetahuan, inovasi yang didapat sering kali membutuhkan masukan lebih lanjut dari pihak lain. Oleh karena itu media penyebaran pengetahuan digunakan sebagai proses berkelanjutan dalam sebuah pengetahuan.

SMK Pasundan terletak di perbatasan Tangerang Kota dan Kabupaten Tangerang memiliki kelebihan dan kekurangan. Kelebihannya letak sekolah berada dekat dengan Tangerang Kota sehingga akses menuju di sana sangat mudah, terlebih berada di lingkungan yang padat penduduk, ruas jalan yang mudah dijangkau. Salah satu kekurangannya yang dapat diamati adalah fasilitas yang kurang memadai, sehingga untuk melakukan pengembangan lebih lanjut membutuhkan usaha yang cukup keras bagi pihak sekolah. SMK Pasundan memiliki 2 bidang minat yaitu Otomatisasi perkantoran dan Jaringan Komputer. Kepala sekolah selalu

berusaha melakukan pengembangan sekolah agar kualitas sekolah tersebut terus terjaga, salah satunya merekrut guru-guru yang berkualitas dalam pengajaran, menjaga agar selalu tertib administratif dan akademis, terlihat di ruang guru/kantor terdapat pengarsipan berkas-berkas sekolah dengan rapi. Upaya yang telah dilakukan jajaran SMK Pasundan sepertinya belum mendapatkan respon baik dari masyarakat, yaitu jumlah siswa per angkatan tidak terlalu banyak. Masalah tersebut muncul karena masyarakat tidak mendapatkan informasi dengan baik tentang potensi yang ada di SMK tersebut. Banyak kegiatan dan tidak sedikit prestasi yang pernah diraih oleh SMK Pasundan yang belum bisa terekspos ke luar. Perbaikan internal sangat penting dan didukung dengan perbaikan eksternal dengan menyebarkan informasi lewat media internet, salah satunya dengan memanfaatkan aplikasi jejaring sosial. Beberapa penelitian yang berkaitan jejaring sosial, menyatakan bahwa jaringan sosial telah berevolusi selama bertahun-tahun ke zaman modern yang menggunakan berbagai media digital. Namun, media sosial bukanlah yang baru dengan komputer melainkan telepon. Selama tahun 1950, *phreaking* telepon, istilah yang digunakan untuk pencarian ilegal dari jaringan telepon, mulai. Proses ini dicapai melalui penggunaan perangkat elektronik buatan sendiri yang difasilitasi akses tidak sah ke sistem telepon untuk membuat panggilan gratis. *Phreaks* mampu menemukan jalur tes perusahaan telepon dan sirkuit konferensi untuk menyelesaikan tugas mereka. Brett Borders menyatakan *phreaks* mampu untuk kembali ke perusahaan kotak suara yang tidak terpakai untuk menjadi tuan rumah *blog* dan *podcast* pertama (Borders, 2010). Selain itu media sosial sebagai wadah untuk mengenalkan *brand*, dan perusahaan lebih menarik bagi pelanggan, karena aspek penyebaran informasi yang meningkatkan reputasi perusahaan itu sendiri. Pelanggan merasa bangga karena dapat berinteraksi perusahaan dan terbangun *image* yang kuat tentang perusahaan tersebut (Carragher, Parnell, Carragher, Carragher, & Sullivan, 2006). Mengapa memilih *facebook*, Setiap hari, lalu lintas ke jaringan *Facebook* terus meningkat. *Facebook* juga menjadi jejaring sosial teratas di delapan pasar individu di Asia-Filipina, Australia, Indonesia, Malaysia, Singapura, Selandia Baru, Hong Kong dan

Vietnam. Pada tanggal 24 Oktober 2007, Microsoft mengumumkan bahwa mereka telah membeli saham 1,6% dari *Facebook* untuk \$ 240 juta memberikan nilai total tersirat dari sekitar \$ 15000000000 *Facebook*. Pembelian Microsoft termasuk hak untuk menempatkan iklan internasional di *Facebook*; perusahaan lain telah sama-sama mengikuti (Stone, 2007). Misalnya, hanya selama 2010 sepakbola FIFA piala dunia, Nike melakukan iklan dengan *Facebook*, dan dalam beberapa menit, rata-rata 8 juta penonton telah terdaftar *Facebook* (Kev Font, 2010).

Universitas Esa Unggul yang terletak tidak jauh dari SMK Pasundan ingin ikut berbagi pengetahuan dalam peningkatan kualitas pengajaran di lingkungan guru dan siswanya. Dukungan dari Universitas berupa kerjasama dengan Pemerintah Daerah Tangerang memberikan kontribusi dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat ini.

Metode Pelaksanaan

Dalam pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat memiliki beberapa tahapan:

1. Persiapan

Dalam tahapan ini melakukan korespondensi ke pihak **SMK Pasundan**, dimana keluaran dari tahap ini adalah Surat Permohonan Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat dari Universitas dan Surat Ijin Pelaksanaan Pengabdian dari SMK Pasundan. Adapun waktu yang telah disepakati dilaksanakan seminggu sekali selama 6 jam dengan jangka waktu satu bulan pada tabel 1.

Tabel 1

Jadwal Pelaksanaan dan Bahan Materi Ajar

Tanggal	Nama Materi
22 Januari 2015	Pengenalan Teknologi Informasi secara umum
29 Januari 2015	Membuat account facebook
5 Februari 2015	Update status dan upload foto-foto
12 Februari 2015	Maintain informasi dan kegiatan SMK Pasundan Tangerang

2. Analisis Kebutuhan

Setelah mendapat ijin untuk melakukan pengabdian, tim melakukan investigasi awal ke SMK Pasundan, berdiskusi dengan pihak

yang berwenang untuk mengetahui kondisi dan kebutuhan yang diinginkan oleh pihak SMK Pasundan. Keluaran dari tahap ini adalah jabaran kondisi di SMK Pasundan dan kebutuhan yang diinginkan oleh pihak sekolah kepada tim pengabdian masyarakat, termasuk di dalamnya, waktu pelaksanaan, lama pelaksanaan, peserta, materi yang akan disampaikan dan metode apa yang dilakukan, apakah seminar, penyuluhan, pelatihan/workshop.

3. Penyusunan Proposal Pengabdian

Dalam penyusunan Proposal ini didasarkan dari data-data yang telah didapat dari tahap analisis sebelumnya, jadwal pelaksanaan berikut materi yang akan disampaikan. Keluaran dari tahap ini adalah Proposal Pengabdian Masyarakat. Seperti pada tabel 1, setelah kesepakatan waktu di dapat dan telah melihat kondisi secara umum, maka dilakukan cakupan bahasan.

4. Penyusunan Tim Pelaksana

Setelah proposal dibuat, dimana di dalamnya terdapat materi-materi yang akan disiapkan, untuk selanjutnya akan dibuatkan tim yang bertanggung jawab untuk memberikan materi, alat-alat yang dibutuhkan untuk pelaksanaan tersebut. Keluarnya adalah surat tugas sebagai tim pelaksanaan.

5. Penyusunan Materi Ajar

Tim yang telah ditunjuk membuat bahan materi yang nantinya akan disampaikan ke SMK Pasundan. Keluaran dari tahap ini adalah Materi Pengabdian Masyarakat.

Pada pertemuan pertama dilakukan pengenalan teknologi informasi, untuk dapata mengakses media sosial *facebook*, hanya dibutuhkan email dan jaringan internet.

6. Pelaksanaan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat. Keluaran dari tahap ini adalah daftar hadir peserta. Pada pertama kegiatan beberapa guru yang belum memiliki email, wajib membuat dan bebas menggunakan penyedia layanan email. Saat berdiskusi email, beberapa yang sudah punya email-pun kadang kala tidak bisa mengaksesnya, hal tersebut terjadi karena sangat jarang digunakan. Masih sangat rendah sekali pemanfaatannya, akibatnya di hari pertama pelaksanaan masih perlu penguatan

pentingnya email. Selain datanya tidak hilang, mudah dibuka dimana saja, dapat mengirim pesan sekaligus dan manfaat lainnya. Pada hari kedua baru dibuatkan *account* media sosial *facebook*.

7. Evaluasi

Sebagai bahan evaluasi dimana semua pihak terkait memberikan masukan atas terselesainya kegiatan pengabdian masyarakat ini. Keluaran dari tahap ini adalah hasil evaluasi.

8. Pembuatan Laporan

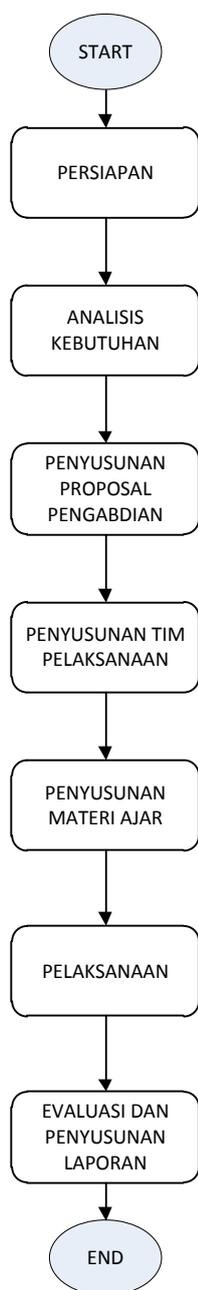
Seluruh kegiatan dicatat dalam laporan pengabdian masyarakat, dan sebagai keluaran dari tahap ini.

Tahapan pelaksanaan pengabdian masyarakat dapat dilihat di gambar 1.

Hasil dan Pembahasan

SMK Pasundan berada di Jl. Sawo III Ujung Perumnas 1, kelurahan Bencingan kecamatan Kelapa Dua Tangerang. Korespondensi dilakukan mulai bulan Januari 2015, dengan mengadakan penyuluhan dan pelatihan teknologi informasi guna menambah wawasan di lingkungan SMK Pasundan. Peserta yang terlibat adalah guru-guru dan siwa/siswi SMK Pasundan. SMK Pasundan setiap angkatan hanya terdiri satu kelas saja, jurusan yang ditawarkan adalah otomatisasi perkantoran dan jaringan. Saat ini memiliki lebih daei 15 guru, namun hanya beberapa guru saja yang tetap. Terlebih lagi hanya memiliki 1 tenaga ahli di bidang komputer khususnya Jaringan Komputer, dimana yang bersangkutan tenaga pengajar tidak tetap.

Ruang kelas yang cukup memadai dan memiliki 1 laboratorium komputer yang terdiri dari 20 komputer dan layar *screen* otomatis, dimana belum dibangun Local Area Network. Untuk itu pengabdian masyarakat ini dimaksud menambah wawasan bagi guru-guru dan siswa/siswi SMK Pasundan serta yang mendukung kompetensi bagi jurusan. Salah satunya adalah pemanfaatan media sosial bagi SMK Pasundan, sebagai media untuk menyebarkan informasi baik kepada guru dan siswanya maupun untuk calon siswa.



Gambar 1
Tahapan Pelaksanaan Pengabdian Masyarakat

Media sosial adalah tidak lagi hanya untuk ajang bersosialisasi antar *personal* saja melainkan sudah menjadi ajang promosi dan bahkan dapat di manfaatkan untuk mendapatkan uang, sekarang media sosial berkembang luas dari porsinya. Bahkan seseorangpun dapat menggunakan media sosial yang saat ini menjadi favorit masyarakat untuk membantu perusahaan-perusahaan dalam mempromosikan produk maupun jasa mereka dengan imbalan yang luar biasa, ini menunjukkan bahwa media sosial berkembang bukan hanya sebagai media antar

personal. Media sosial adalah media untuk interaksi sosial, dengan menggunakan teknik komunikasi yang sangat mudah dan scalable. Media sosial adalah penggunaan teknologi berbasis web dan mobile untuk mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Andreas Kaplan dan Michael Haenlein juga mendefinisikan media sosial sebagai “kelompok aplikasi berbasis Internet yang dibangun di atas fondasi ideologi dan teknologi Web 2.0, yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran konten yang dibuat pengguna.”. Bisnis juga lihat media sosial sebagai media konsumen yang dihasilkan (CGM). Sebuah thread umum berjalan melalui semua definisi media sosial merupakan perpaduan teknologi dan interaksi sosial bagi penciptaan co-nilai. Jejaring sosial terbesar antara lain Facebook, Myspace, dan Twitter. Jika media tradisional menggunakan media cetak dan media broadcast, maka media sosial menggunakan internet. Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi dan feedback secara terbuka, memberikomentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas. (Kaplan, Andreas M.; Michael Haenlein (2010))

Menurut *Survei Eurocom Worldwide*, *Survei* yang dilakukan pada 664 *eksekutif level senior* di perusahaan-perusahaan teknologi di lebih dari 30 negara di seluruh dunia ini dilakukan selama periode Januari sampai Februari 2011. Sekitar 5% dari responden berasal dari Irlandia. *Survei* ini menggaris bawahi perihal bagaimana perusahaan mengadopsi *social media*. *Statistik* dan hal-hal menarik yang ditemukan adalah 33% dari responden mengatakan bahwa perusahaan mereka mempunyai blog. Tapi, perusahaan yang tidak mempunyai blog ternyata lebih banyak lagi, yaitu 47%. Walaupun demikian, 20% dari responden tidak tahu bagaimana sebaiknya atau hal yang harusnya dilakukan untuk memastikan komunikasi internal bisa berjalan lancar, padahal semua tim karyawan harusnya mengerti bagaimana perusahaan bisa mempromosikan bisnisnya secara *efektif*. Sebanyak 62% perusahaan yang mempunyai *blog* mengungkap alasan utama mempunyai *blog* adalah untuk menciptakan dan meningkatkan interaksi mereka dengan para pelanggan dan *publik*. Sementara, 49% mengatakan gunanya untuk meningkatkan profil

perusahaan dan memperlihatkan *leadership* yang baik. Lalu, 34% lain mengatakan untuk mengoptimalkan *search engine* (SEO) dan 31% mengatakan supaya mereka bisa berpartisipasi dalam debat industry.

Menerapkan taktik sosial media untuk perusahaan dan pemerintah krisis komunikasi memiliki beberapa keunggulan. Pertama, ia membawa kredibilitas untuk organisasi Anda pada suatu waktubila mungkin paling dibutuhkan. Hal ini terjadi karenapenggunaan media sosial - termasuk namun tidak terbatas pada blogging dan podcasting - secara inheren percakapan dan transparan yang memungkinkan hampir real-time informasi menjadi disebarluaskan kepada warga masyarakat yang peduli, karyawan dan media. Dan pada saat yang sama, ia meminta diskusi, perdebatan dan umpan balik dari orang-orang yang yang peduli paling tentang krisis dan yang lebih mungkin untuk membentuk abadi persepsi insiden sekali kedekatan mati

Sosial media juga menjamin pesan Anda akan mendengar. Karena ada deadline pers tidak, tidak salah informasi wartawan, dan tidak perlu untuk penggunaan Anda Informasi departemen Teknologi, Anda dapat menyebarkan informasi bagaimana Anda inginkan dan secepat inginkan.

The San Diego Union-Tribune blog digunakan selama Oktober 2007 California kebakaran hutan untuk memperbarui warga pada penampungan dan tindakan pencegahan yang dapat mereka ambil. Karena koran blog yang digunakan, informasi yang dibagi instan dengan pengguna yang bisa membaca dan menanggapi informasi dari Wi-Fi mereka laptop diaktifkan, Bluetooth ponsel pintar dan mobile lainnya, jaringan perangkat. Manfaat lain dari media sosial adalah bahwa ia menyediakan unik dan efisien cara untuk krisis komunikator untuk mempertahankan merek organisasi dan reputasi. Untuk Misalnya, jika sebuah blog yang berbicara negatif tentang organisasi atau menyebarkan informasi palsu, krisis komunikator dapat merespon dengan posting komentar kontra atau link ke blog lain dan konten online yang menentukan merekam lurus. Dengan cara ini, situasi krisis dapat diminimalkan atau dicegah hanya dengan berpartisipasi dan pemantauan blogosphere. Dalam sebuah cerita 2005 jatuh diterbitkan oleh Ventures Platinum Bisnis, penulis

berpendapat "Karena blog yang interaktif, mempertimbangkan posting tanggapan di situs yang sama di mana negatif komentar muncul"5. Anda juga dapat menggunakan blog perusahaan Anda sendiri sebagai cara untuk memperbaiki informasi dan memiliki sisi Anda daricerita terdengar.

Akhirnya, perusahaan swasta banyak yang menggunakan public blog dan situs media sosial seperti YouTube untuk memberikan kritis pesan dari CEO pada puncak krisis situasi. Dengan demikian, perusahaan-perusahaan ini memenuhi permintaan dari stakeholder untuk tepat waktu, akurat informasi, sekaligus membantu untuk menyeimbangkan pertanggunggaan.

Sosial media memiliki potensi untuk menjadi sama pentingnya bagi ekonomi yang lebih luas sebagai teknologi informasi yang lebih jelas terkait dengan *bisnis* seperti ponsel dan *cloudcomputing*. Beberapa manfaat social media *business* yang utama antara lain (Agus, 2009):

1. Branding

Ini adalah salah satu manfaat yang paling jelas bagi kebanyakan bisnis menggunakan media sosial. Apakah pengguna langsung terlibat dengan merek anda atau tidak, mereka masih akan melihat nama merek anda dalam jaringan yang mereka gunakan. Kesan menonjol terhadap merek sangat menjadi perhatian konsumen, semakin besar kemungkinan bahwa mereka akan mengingat nama bisnis anda di masa depan.

2. Manajemen Reputasi

Mengelola reputasi online anda sangat penting dalam media sosial karena merek anda atau industri sedang berbicara tentang terlepas dari apakah anda mengambil bagian dalam pembicaraan. Ini bermanfaat untuk mengetahui apa yang pelanggan pikirkan tentang produk anda. Sejak media sosial terbuka untuk semua orang, siapa pun memiliki kemampuan untuk mengatakan apa yang mereka inginkan tentang merek anda. Oleh karena itu, pastikan apa yang dikatakan adalah benar, belum tentu positif, kunci untuk mengembangkan kepercayaan dari audiens adalah dengan mempengaruhi mereka dengan cara yang positif. Umpan balik dari social media juga bisa menginformasikan keputusan anda tentang bagaimana

anda berurusan dengan klien atau memasarkan bisnis anda.

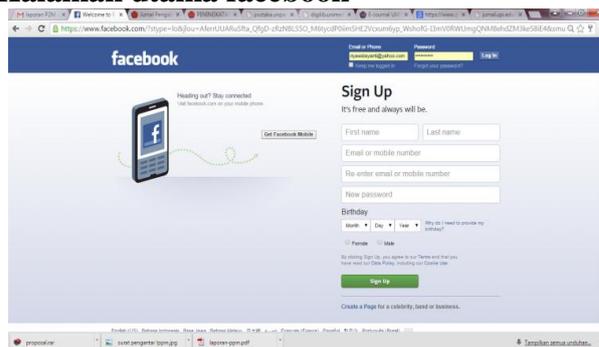
3. Layanan Pelanggan dan Tanggapan

Memberikan dukungan kepada pelanggan anda sangat penting untuk keberhasilan setiap bisnis dan media sosial bukan pengecualian. Ketika pelanggan menyampaikan pendapatnya, terlepas dari apakah masukan mereka baik atau buruk, sangat penting untuk merespon secara cepat dan tepat

Oleh karena itu perlu dibangun sebuah media sosial bagi SMK Pasundan sebagai media penyebaran informasi yang berkaitan dengan akademik, misalkan jadwal penerimaan siswa baru, syarat-syaratnya dan menunjukkan fasilitas yang dimiliki. Selain itu menyebarkan pengumuman-pengumuman seperti lomba-lomba di internal sekolah atau antar sekolah, menampilkan informasi kegiatan sekolah, ekstrakurikuler sekolah ataupun kegiatan baik siswa maupun guru. Dalam pelatihannya ini sebelumnya guru dan siswa wajib memiliki email karena syarat dasar dari implementasi media sosial adalah email dan terjaring internet. Karena terkendala koneksi internet yang tidak ada, maka disediakan modem sementara. Setelah pembuatan email, barulah memilih media sosial yang dipakai dan familiar bagi peserta pelatihan, yaitu *facebook*. Setelah semua memiliki facebook, baru dibuatkan satu orang yang mengelola facebook sekolah SMK Pasundan. Posting-an ke facebook dapat dilakukan secara mudah, dan semua yang akunnya terjaring dalam hubungan akun SMK Pasundan akan dapat melihat dengan mudah.

Para guru sangat antusias mengikuti pelatihan ini dan bahkan beberapa meminta untuk penambahan waktu pelatihan. Evaluasi selama pelatihan adalah guru-guru dan siswa mendapatkan tambahan pengetahuan baru, yang berkaitan dengan pemanfaatannya, meskipun media sosial seperti facebook sudah cukup familiar bagi mereka, namun belum dimanfaatkan secara optimal bagi pengembangan SMK Pasundan Tangerang. Hal ini karena belum adanya akses internet di lingkungan SMK Pasundan Tangerang, padahal kebutuhan akses internet menjadi kebutuhan utama ketika ingin memanfaatkan media sosial.

Halaman utama facebook



Gambar 2
Halaman Utama

Materi media sosial ini kelanjutan dari pembuatan surel di pelatihan sebelumnya. Pada saat awal pelatihan ada beberapa peserta lupa password email, sehingga perlu dibuatkan email baru lagi. Setelah semua dapat masuk ke halaman utama sesuai gambar 2, selanjutnya peserta tinggal mengikuti langkah-langkah yang terdapat di halaman tersebut. Setelah semua peserta memiliki akun facebook sendiri barulah ditunjuk satu orang untuk membuat akun facebook untuk SMK Pasundan Tangerang. Selanjutnya setiap akun terjaring dengan pertemanan dalam facebook, sehingga setiap posting yang muncul dapat saling berbagi informasi, photo dan membagi link website lain, adapun gambar halaman facebook SMK Pasundan sesuai gambar 3.



Gambar 3
Halaman facebook SMK Pasundan

Untuk mengatasi kendala yang berkaitan dengan akses internet, akan dilakukan manajemen postingan yang dilakukan secara berkala. Dimana pihak sekolah cukup membuat daftar postingan yang diinginkan. Setelah itu perwakilan sekolah yang akan melakukan postingan. Pada gambar 4 s.d gambar 6 beberapa

dokumentasi yang dalam pelaksanaan pengabdian masyarakat di SMK Pasundan Tangerang.



Gambar 4
Pelatihan SMK Pasundan



Gambar 5
Pelatihan SMK Pasundan



Gambar 5



Gambar 7
Pelatihan SMK Pasundan

Kesimpulan

Setelah dilakukan pengabdian masyarakat di SMK Pasundan, jajaran sekolah dapat memanfaatkan facebook untuk memberikan dan menyebarkan informasi kepada siswa dan calon siswa, tentang kegiatannya. Petugas mengupdate secara aktif, dan harapannya bisa meningkatkan rasa bangga siswa, sehingga dapat memberi dampak positif bagi penerimaan siswa baru. Guru dan siswa secara bersama-sama berkontribusi dalam menghidupkan media sosial ini, sehingga dapat menerima masukan secara cepat, dan dapat ditanggapi dengan tepat, guna pengembangan sekolah lebih lanjut.

Daftar Pustaka

Agus Sudiro, *“Memanfaatkan Website Sebagai Media Publikasi Karya Tulis”*, Padang, 2009

Borders, B, *“A brief history of social media”*, Retrieved December 05, 2010, <http://socialmediarockstar.com/history-of-social-media>

Carraher, S., Parnell, J., Carraher, S.C., Carraher, C., & Sullivan, S, *“Customer service, entrepreneurial orientation, and performance: A study in health care organizations in Hong Kong, Italy, New Zealand, the United Kingdom, and the USA”*, Journal of Applied Management & Entrepreneurship, 11 (4), 33-48, 2006.

DIKTI, *“Panduan Pelaksanaan Penelitian dan PPM Edisi IX”*, 2013

Kaplan & Haenlein, *“Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media”*, Andreas, Elsvier, Business Horizons, 2010

Kevthefont, *“Curse of the nike advert-it was written in the furture”*, Bukisa, 2010.

STONE, B, *“Microsoft to Pay \$240 Million for Stake in Facebook”*, NewYork Times, 2007.