

A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di era digital membawa perubahan besar terhadap pola komunikasi dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam organisasi pendidikan. Perkembangan teknologi mendorong perubahan komunikasi dari tatap muka menjadi komunikasi berbasis media digital. Organisasi pendidikan dituntut untuk mampu beradaptasi dengan perkembangan tersebut agar proses komunikasi dapat berjalan secara efektif dan sesuai dengan kebutuhan audiens (Andita & Yusuf, 2021).

Salah satu bentuk perkembangan teknologi komunikasi yang paling berpengaruh adalah media sosial. Media sosial menjadi sarana komunikasi yang populer karena mampu menyampaikan informasi secara cepat, luas, dan interaktif. Selain berfungsi sebagai media penyampaian informasi, media sosial juga memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah melalui komentar, tanggapan, dan umpan balik langsung dari audiens (Yohanes et al., 2025). Dalam organisasi, media sosial dimanfaatkan untuk mendukung penyampaian informasi, koordinasi internal, serta pembentukan citra organisasi. Organisasi yang mampu mengelola media sosial secara efektif cenderung memiliki komunikasi yang lebih terbuka, responsif, dan partisipatif (Tulas'un, 2025).

Dalam dunia pendidikan, media sosial mulai dimanfaatkan sebagai sarana komunikasi, informasi, dan dokumentasi kegiatan sekolah. Sekolah menggunakan media sosial untuk menyampaikan pengumuman, mempublikasikan kegiatan, serta membangun interaksi dengan siswa, orang tua, dan masyarakat. Pemanfaatan media sosial juga mendukung keterbukaan informasi, memperluas jangkauan komunikasi, serta membentuk citra positif lembaga pendidikan di era digital (Henita et al., 2025). Penelitian menunjukkan bahwa media sosial dapat meningkatkan efektivitas penyampaian informasi serta memperluas jangkauan komunikasi sekolah (Isnaeni et al., 2024). Oleh karena itu, media sosial menjadi salah satu media strategis dalam mendukung komunikasi organisasi di lingkungan pendidikan.

Di antara berbagai platform media sosial, Instagram menjadi salah satu aplikasi yang paling banyak digunakan oleh remaja dan pelajar di Indonesia. Karakter Instagram yang berbasis visual memudahkan penyampaian pesan secara menarik dan mudah dipahami. Tingginya penggunaan Instagram di kalangan usia sekolah menjadikan platform ini potensial sebagai sarana komunikasi organisasi di lingkungan pendidikan (Statistic,

2024). Instagram juga memiliki berbagai fitur seperti unggahan foto dan video, caption, story, reels, dan direct message yang mendukung penyampaian pesan secara kreatif dan interaktif. Selain itu, Instagram memungkinkan komunikasi dua arah antara organisasi dan audiens melalui komentar maupun pesan langsung (Nurhayati, 2023).

Dalam konteks sekolah, penggunaan Instagram menjadi relevan karena siswa termasuk generasi digital native yang terbiasa mengakses informasi melalui media sosial (Rina & Nuraeni, 2025). Penggunaan Instagram sebagai media komunikasi sekolah dapat meningkatkan efektivitas penyampaian pesan karena lebih dekat dengan kebiasaan siswa, baik dari segi bahasa, visual, maupun pola interaksi (Setia & Fajriana, 2022). Dengan demikian, Instagram menjadi media yang potensial untuk mendukung komunikasi organisasi di lingkungan sekolah, termasuk di MAN 2 Kota Bekasi.

Madrasah Aliyah Negeri (MAN) 2 Kota Bekasi sebagai lembaga pendidikan menengah berbasis madrasah memanfaatkan media sosial sebagai sarana pendukung komunikasi organisasi siswa, khususnya OSIS. OSIS memiliki peran penting sebagai wadah pengembangan kepemimpinan, tanggung jawab, dan partisipasi siswa dalam kegiatan sekolah (Della et al., 2025). Selain itu, OSIS juga berfungsi sebagai penghubung antara kepala sekolah dengan siswa, sehingga membutuhkan sistem komunikasi organisasi yang efektif agar informasi dan program kerja dapat tersampaikan dengan baik kepada seluruh siswa (Abdurohman & Fuadi, 2025).

Komunikasi organisasi dalam OSIS berperan penting dalam proses perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi kegiatan. Komunikasi yang baik dapat mendukung koordinasi antar pengurus serta memperkuat hubungan dengan siswa sebagai anggota organisasi. Selain itu, komunikasi yang baik juga mampu memperkuat hubungan antara pengurus OSIS dengan siswa sebagai anggota organisasi sehingga tujuan organisasi dapat tercapai secara lebih efektif (Hairani et al., 2025). Oleh karena itu, OSIS membutuhkan media komunikasi yang mampu menjangkau siswa secara luas dan sesuai dengan karakteristik mereka. Media sosial, khususnya Instagram, menjadi pilihan yang relevan karena sesuai dengan kebiasaan siswa dalam mengakses informasi di era digital (Tulas'un, 2025).

Organisasi Siswa Intra Sekolah OSIS MAN 2 Kota Bekasi memanfaatkan Instagram melalui akun @osisman2kotabekasi sebagai sarana komunikasi organisasi kepada siswa dan warga sekolah. Melalui akun tersebut, OSIS menyampaikan informasi terkait program kerja, pengumuman kegiatan, serta dokumentasi aktivitas organisasi secara real

time (Pradana & Luthfi, 2024). Pemanfaatan Instagram ini menunjukkan adanya upaya adaptasi terhadap perkembangan teknologi komunikasi yang semakin dominan di kalangan pelajar. Namun, pemanfaatan media sosial sebagai alat komunikasi organisasi tidak selalu berjalan secara efektif. Penggunaan Instagram memerlukan perencanaan pesan, pengelolaan konten yang konsisten, serta pembagian peran yang jelas dalam organisasi. Tanpa strategi komunikasi yang baik, media sosial hanya akan menjadi sarana publikasi tanpa makna komunikasi yang mendalam. Kurangnya pengelolaan juga dapat menyebabkan informasi tidak tersampaikan secara optimal, rendahnya interaksi siswa, serta menurunnya kepercayaan terhadap organisasi (Listianingrum et al., 2021).

Selain itu, komunikasi organisasi yang tidak dikelola dengan baik melalui media sosial dapat menimbulkan berbagai permasalahan, seperti kesalahpahaman informasi, rendahnya partisipasi siswa, dan minimnya respons terhadap kegiatan OSIS. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan komunikasi organisasi tidak hanya ditentukan oleh penggunaan media, tetapi juga oleh cara organisasi mengelola pesan dan interaksi dengan audiens. Ahidin (2021) menyatakan bahwa kualitas komunikasi organisasi berpengaruh terhadap persepsi, kepercayaan, dan keterlibatan siswa dalam kegiatan pendidikan. Oleh karena itu, komunikasi organisasi OSIS melalui Instagram perlu dikelola secara profesional dan bertanggung jawab. Berdasarkan uraian tersebut, komunikasi organisasi OSIS melalui media sosial Instagram menjadi hal yang penting untuk dikaji lebih mendalam. Penelitian ini dilakukan untuk memahami bagaimana komunikasi organisasi OSIS MAN 2 Kota Bekasi dalam memanfaatkan Instagram sebagai media komunikasi, strategi pengelolaan pesan dan konten yang diterapkan, serta faktor-faktor yang mendukung dan menghambat efektivitas komunikasi organisasi.