

ABSTRAK

Muhammad Fikri Syauqi (1212010103) Pengaruh Media Sosial Sebagai Alat Promosi terhadap Minat Peserta Didik (Penelitian pada Siswa MAN 2 Kota Bandung)”

MAN 2 Kota Bandung merupakan salah satu lembaga pendidikan yang aktif memanfaatkan media sosial, khususnya Instagram, sebagai media utama dalam menyebarkan informasi dan menarik minat peserta didik baru. Berdasarkan data, jumlah pengikut akun Instagram mencapai 8.562 followers, yang mencerminkan jangkauan komunitas digital sekolah tersebut. Setiap unggahan dalam bentuk foto atau postingan reguler memperoleh rata-rata sekitar 250 tanda suka (likes), yang menunjukkan adanya keterlibatan (engagement) dari sebagian pengikut. Namun, efektivitas media sosial sebagai alat promosi tidak lepas dari tantangan yang dihadapi. Salah satu permasalahan utama adalah dinamika sumber daya manusia (SDM) yang terlibat, baik dari kalangan siswa maupun guru. Rotasi jabatan dan kelulusan siswa menyebabkan tim kreatif dan pengelola media sosial berubah setiap tahun, sehingga kontinuitas kualitas konten promosi sulit dipertahankan.

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) Untuk mengetahui Penggunaan Media Sosial di MAN 2 Kota Bandung. (2) Untuk mengetahui minat peserta didik di MAN 2 Kota Bandung. (3) Untuk menganalisis Pengaruh Media Sosial Sebagai Alat Promosi Terhadap Minat Peserta Didik di MAN 2 Kota Bandung.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan metode metode penelitian survei (Ex post facto). Sampel pada penelitian ini berjumlah 92 siswa. Teknik pengumpulan data yaitu menggunakan angket kuesioner dan dokumentasi. Adapun teknik analisis pada penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS 30 dengan Analisis Instrumen (Validitas dan Reliabilitas), Analisis Statistik Deskriptif, Analisis Parsial, Analisis Asumsi (Normalitas dan Linearitas) dan Regresi Uji T, Uji Regresi Linear Sederhana dan Uji Pengaruh (Koefisien Determinasi)..

Berdasarkan hasil pengujian statistik pada variabel X, diperoleh rata-rata sebesar 3,69. Nilai tersebut termasuk dalam kategori “Tinggi” karena berada pada rentang 3,40 – 4,19. Hal ini menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi di MAN 2 Kota Bandung dipersepsikan positif oleh peserta didik. Sementara 2. Hasil pengujian pada variabel Y, yaitu Minat Peserta Didik, memperoleh rata-rata sebesar 4,03. Nilai tersebut juga termasuk kategori “Tinggi”. Hal ini menunjukkan bahwa peserta didik memiliki minat yang cukup tinggi terhadap sekolah, meskipun masih terdapat aspek yang dapat ditingkatkan.

Hasil diketahui bahwa nilai korelasi atau hubungan (R) antara variabel Media sosial sebagai alat promosi sebesar 0,664. Selain itu, terdapat nilai R Square (koefisien determinasi) sebesar 0,441 yang menyimpulkan bahwa pengaruh variabel Media Sosial Sebagai Alat Promosi sebesar 44,1%. Sisanya, sebesar 55,9% dipengaruhi oleh faktor atau variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian seperti pertemanan, nasihat orang tua dan lain sebagainya.

Kata Kunci: Media Sosial Sebagai Alat Promosi, Minat Peserta Didik