

**Strategi Komunikasi Organisasi SMA Negeri 1 Yogyakarta Melalui
Media Baru untuk Mendukung Proses Kegiatan Ekstrakurikuler di Sekolah
(Studi Kasus SMA Negeri 1 Yogyakarta Kota Yogyakarta)**

ABSTRAK

SMA Negeri 1 Yogyakarta merupakan sebuah institusi pendidikan yang unik, di mana sekolah tersebut merupakan sekolah negeri dengan kultur Islam yang kuat. Secara tidak langsung kultur tersebut menghadirkan eksklusifitas terhadap golongan tertentu yang berimplikasi pada perilaku diskriminatif dan kondusifitas sekolah. Dalam menghadapi masalah tersebut, SMA Negeri 1 Yogyakarta membentuk sebuah tim, sebuah divisi IT yang mengelola saluran komunikasi utama organisasi terhadap *stakeholder* terkait. Pada penelitian ini, peneliti bertujuan untuk memetakan perumusan strategi komunikasi dari tiga media baru yang digunakan oleh organisasi sebagai saluran komunikasi yaitu Teladan Jayamahe, Edmodo, dan sistem informasi sekolah. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus yang menjadikan proses pembentukan strategi komunikasi beserta tim IT sebagai objek utama. Dalam praktiknya ternyata tim IT menggunakan berbagai macam pendekatan yang disesuaikan dengan karakter target khalayak dan objektif tiap saluran komunikasi. Walaupun demikian, strategi komunikasi belum dapat menjadi strategi komunikasi yang efektif dan tepat bagi SMA Negeri 1 Yogyakarta karena tidak semua anggota organisasi mendukung objektif organisasi.

Kata Kunci:

SMA Negeri 1 Yogyakarta; Strategi Komunikasi; Media Baru

**Organizational Communications Strategy of SMA Negeri 1 Yogyakarta Through
New Media to Support Extracurricular at School
(Case Study of SMA Negeri 1 Yogyakarta, Yogyakarta)**

ABSTRACT

SMA Negeri 1 Yogyakarta is the unique educational institution for its strong Islamic culture. The culture makes the school present exclusivity towards certain groups indirectly. Even though conduciveness is created, however discrimination cannot be avoided. To resolve this problem, SMA N 1 Yogyakarta created an IT division to manage the information channel between the school and the stakeholder. This research aims to map the communication strategy from all three new communication channel medias, those are Teladan Jayamahe, Edmodo, and the school information system. Using case study method, the research places the strategy formation process and the IT team as main objects. From this research we find that the team uses many approaches adjusted to both of public character and the each communication channel objective. Nevertheless, the communication strategy has not been an effective and proper strategy because not all of the school members support the school objective.

Key words:

SMA N 1 Yogyakarta; communication strategy, new media