

PEMANFAATAN TEKNOLOGI INFORMASI SEBAGAI SARANA PEMASARAN DAN PEMBELAJARAN DI PKBM AL-ISLAM GIWANGAN

Nurfadila¹, Fitri dwi zuhrotun nisa², Fitrianingih³

^{1,2,3}MPI FITK UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

[1Nurfadilah1320@gmail.com](mailto:Nurfadilah1320@gmail.com), [2Fitri.dwizuh@gmail.com](mailto:Fitri.dwizuh@gmail.com),

ABSTRACT

The rapid development of digital technology encourages innovation in education, including utilizing technology as a learning medium as well as an information and promotional tool. This study employs a descriptive qualitative method, with data sources from the Principal and the Vice Principal of Curriculum at PKBM Al-Islam Giwangan. Data were collected through observation and interviews and analyzed using data reduction, data display, and conclusion drawing. Source triangulation was conducted by asking questions to different informants. The study results indicate that PKBM Al-Islam Giwangan utilizes information technology for marketing and learning through social media platforms such as Facebook, YouTube, Instagram, and TikTok. Initial marketing strategies involved distributing banners and brochures in the surrounding community, as the institution was originally intended for orphaned children and local residents. After obtaining an operational permit in 2021, digital promotion began. Additionally, social media was used for learning by creating educational content through collaborations between teachers and students, which was then uploaded to Instagram.

Keywords: Information Technology, Education Marketing, Learning Media

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital yang pesat mendorong inovasi dalam dunia pendidikan, termasuk pemanfaatan teknologi sebagai media pembelajaran serta sarana informasi dan promosi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan sumber data dari Kepala Sekolah dan Wakil Kepala Kurikulum PKBM Al-Islam Giwangan. Data dikumpulkan melalui observasi dan wawancara, lalu dianalisis menggunakan reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Triangulasi sumber dilakukan dengan mengajukan pertanyaan kepada berbagai narasumber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PKBM Al-Islam Giwangan memanfaatkan teknologi informasi dalam pemasaran dan pembelajaran melalui media sosial seperti Facebook, YouTube, Instagram, dan TikTok. Strategi pemasaran awal dilakukan melalui banner dan brosur di lingkungan sekitar, karena PKBM ini awalnya hanya ditujukan bagi anak-anak panti dan masyarakat setempat. Setelah memperoleh izin operasional pada 2021, promosi mulai dilakukan secara digital. Selain itu, pemanfaatan media sosial dalam pembelajaran dilakukan dengan membuat konten edukatif hasil kolaborasi antara guru dan siswa, yang kemudian diunggah di Instagram.

Kata Kunci: Teknologi Informasi, Pemasaran Pendidika, Media Pembelajaran

A. Pendahuluan

Perkembangan teknologi yang pesat telah membawa perubahan besar dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam bidang pendidikan. Teknologi yang semakin canggih, praktis, dan mudah diakses ini telah membentuk kebiasaan baru di masyarakat, di mana hampir setiap aktivitas kini bergantung pada teknologi. Bahkan, generasi saat ini sering disebut sebagai Generasi Z dan Generasi Alpha karena tumbuh dan berkembang dalam era digital (Mokol et al., 2022).

Dalam pendidikan abad ke-21, digitalisasi menjadi fenomena yang tidak terelakkan. Salah satu bentuknya adalah penggunaan media pembelajaran berbasis digital, serta pemanfaatan teknologi sebagai sarana informasi dan promosi pendidikan. Perkembangan ini menunjukkan bahwa integrasi teknologi dalam pendidikan bukan lagi sekadar pilihan, melainkan sebuah kebutuhan yang tidak dapat diabaikan. Fokus permasalahan dan tujuan dilakukannya penelitian.

Digitalisasi dalam pendidikan merujuk pada pemanfaatan teknologi dalam berbagai aspek pembelajaran.

Fenomena ini tidak terlepas dari meningkatnya penggunaan internet. Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa penetrasi internet di Indonesia terus meningkat, dari 62,10% pada tahun 2021 menjadi 66,48% pada tahun 2022. Pada awal tahun 2024, jumlah pengguna media sosial di Indonesia telah mencapai 66,5% dari total populasi. Selain itu, data dari *We Are Sosial* mencatat bahwa pada Januari 2023 pengguna aktif jaringan media sosial di Indonesia mencapai 60,4%.

Pemanfaatan teknologi dalam pendidikan memiliki dampak positif dan negatif. Namun, dengan sinergi dari berbagai pihak, dampak negatif dapat diminimalkan, sementara manfaat positifnya dapat dimaksimalkan. Transformasi digital dalam dunia pendidikan menuntut adanya inovasi dalam pembelajaran, penyebaran informasi, serta strategi pemasaran pendidikan. Teknologi dalam pendidikan bukan hanya sebagai alat bantu, tetapi juga sebagai faktor yang meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam proses belajar mengajar (Rahmania et al., 2023). Berbagai inovasi seperti pengembangan media pembelajaran berbasis internet telah terbukti mampu

meningkatkan kualitas pendidikan (Hargita, 2020).

Saat ini, media sosial telah menjadi bagian penting dalam kehidupan masyarakat. Dalam beberapa dekade terakhir, media sosial telah mengubah cara kita mengakses, mengelola, dan mendistribusikan informasi. Selain sebagai alat komunikasi, media sosial kini juga berperan sebagai media pembelajaran yang inovatif. Dengan sifatnya yang interaktif dan mudah diakses, media sosial dapat menjadi sarana yang efektif dalam menyebarkan informasi, meningkatkan keterlibatan peserta didik, serta mendukung pemasaran lembaga pendidikan (Samlaw et al., 2023). Bahkan, media sosial juga memberikan peluang bagi lembaga pendidikan untuk menarik minat calon peserta didik baru (Fitriyanti, 2023). Di Indonesia, platform media sosial yang paling populer meliputi Instagram, TikTok, YouTube, Facebook, Twitter, Line, dan WhatsApp. Platform ini tidak hanya berfungsi sebagai alat interaksi sosial, tetapi juga sebagai media pembelajaran, informasi, dan pemasaran pendidikan. Salah satu lembaga pendidikan yang telah memanfaatkan perkembangan ini

adalah PKBM Al-Islam Giwangan, sebuah lembaga pendidikan nonformal setingkat SMP yang berdiri pada tahun 2020. Sejak didirikan, PKBM ini telah mengadopsi konten digital sebagai inovasi dalam proses pembelajaran, penyebaran informasi, serta strategi promosi untuk meningkatkan eksistensi lembaga di tengah masyarakat.

Konten digital mencakup berbagai jenis media, seperti video, audio, animasi, dan materi interaktif yang dapat diakses melalui perangkat elektronik seperti komputer, tablet, dan ponsel pintar. Pemanfaatan konten digital tidak hanya membuat pembelajaran lebih menarik, tetapi juga memungkinkan peserta didik untuk belajar dengan cara yang lebih interaktif dan fleksibel. Selain itu, konten digital juga berperan penting dalam memperkenalkan dan mempromosikan lembaga pendidikan. Bagi PKBM Al-Islam Giwangan, strategi ini menjadi sangat relevan dalam meningkatkan kualitas layanan pendidikan sekaligus memperluas jangkauan informasi kepada masyarakat.

Beberapa penelitian sebelumnya mendukung efektivitas penggunaan media sosial dalam pendidikan.

Rosyida & Supardi (2024) menemukan bahwa pembelajaran menggunakan video berbasis YouTube pada materi Tata Surya meningkatkan tingkat keberhasilan siswa hingga 78,6%, dengan 22 peserta didik mencapai KKM (70). Selain itu, penelitian oleh Laily et al. (2022) menunjukkan bahwa fitur-fitur di Instagram dapat digunakan sebagai media pembelajaran inovatif dalam mata pelajaran PAI. Sementara itu, penelitian Nurmalasari & Masitoh (2020) mengungkapkan bahwa strategi pemasaran berbasis media sosial menggunakan Facebook, Instagram, dan YouTube efektif dalam meningkatkan citra sekolah melalui promosi prestasi akademik.

B. Metode Penelitian

Dalam kegiatan penelitian, seorang peneliti harus menggunakan metode penelitian yang tepat agar dapat memperoleh hasil penelitian yang jelas mengenai masalah yang sedang diteliti. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengumpulkan informasi mengenai fenomena yang dilakukan saat penelitian dilakukan. Penelitian ini

merupakan sebuah metode penelitian yang berusaha menggambarkan dan menginterpretasi objek sesuai yang terjadi dilapangan (Zellatifanny & Mudjiyanto, 2018).

Sumber data atau subjek pada penelitian ini yaitu bapak Fajar Nur Rohmad selaku koordinator PKBM (Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat) Al Islam Giwangan dan ibu Kuny Tilawati Dynika selaku waka kurikulum di PKBM Al Islam Giwangan. Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini, yaitu: *Pertama*, Observasi langsung guna mengumpulkan data melalui pengamatan dan mencatat apapun yang berkaitan dengan penelitian. *Kedua*, Wawancara yang dilakukan oleh peneliti adalah wawancara secara mendalam (*in depth interview*) guna mengetahui dan menggali informasi terkait permasalahan penelitian. Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini, yaitu: reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), dan penarikan kesimpulan (*conclusion drawing/verification*) Triangulasi data yang digunakan oleh peneliti yaitu triangulasi sumber yang dilakukan dengan memberikan pertanyaan kepada sumber data berbeda.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan Teknologi Pendidikan

Teknologi pendidikan merupakan sebuah model usaha untuk merancang atau mendesain, melaksanakan serta menilai secara keseluruhan kegiatan belajar dan mengajar. Teknologi pendidikan dapat juga dimaknai sebagai suatu metode untuk memfasilitasi kegiatan pembelajaran dengan menggunakan atau memanfaatkan dan mengelola sumber belajar sebagai alat bantu visual yang tepat. Dapat diambil kesimpulan bahwa teknologi pendidikan merupakan sebuah sistem untuk memfasilitasi jalannya proses pembelajaran baik itu perorangan maupun kelompok agar berjalan dengan efektif dan efisien serta dapat memberikan kontribusi dalam mengembangkan potensi peserta didik (Salsabila et al., 2020).

Teknologi pendidikan tidak hanya merupakan sebuah ilmu tetapi juga sebagai sumber informasi dan sumber belajar yang sesuai dengan kebutuhan pendidikan yang dapat memfasilitasi proses pembelajaran (Andri, 2017). Pada hakikatnya, teknologi pendidikan hadir untuk memecahkan permasalahan belajar pada manusia.

Dalam dunia pendidikan, pengelolaan dan penggunaan sistem informasi manajemen pendidikan tidak dapat dipisahkan dari kegiatan pendidikan yang ada di sekolah. Hal ini terkait dengan proses belajar mengajar guru dan siswa sejak masuk sekolah hingga keluar dari sekolah tersebut. Dengan pemanfaatan teknologi dalam bidang pendidikan, tentunya akan mempersingkat tahapan alur kerja dalam organisasi, pemanfaatan serta perkembangan ini akan membantu segala sesuatu yang dilakukan dalam organisasi maupun masyarakat sekolah (Hendriawati, 2019)

Media Pembelajaran

Istilah media (tunggal: medium) ditarik dari bahasa Latin yang berarti antara atau perantara, secara meluas makna kata tersebut merujuk pada sesuatu yang menyalurkan informasi dan penerima informasi. Sedangkan pembelajaran adalah suatu cara yang ditempuh agar peserta didik terfasilitasi dengan baik, sehingga tercapainya tujuan pendidikan. Jadi dapat disimpulkan bahwa media pembelajaran adalah sebuah alat yang dirancang untuk memudahkan peserta didik berinteraksi dan dapat aktif dalam proses pembelajaran

(Hargita, 2020). Perkembangan teknologi telah memberikan sumbangan yang sangat signifikan, sehingga terjadi perubahan dalam dunia pendidikan dan pembelajaran. Dapat dipahami bahwa dalam proses pembelajaran guru bukan satu-satunya sumber belajar (Dwistia et al., 2022).

Secara umum, pemanfaatan teknologi sebagai media pembelajaran dapat dikategorikan menjadi tiga kelompok yaitu *pertama*, memanfaatkan komputer sebagai media menyampaikan materi ajar, biasa dikenal dengan istilah *computer assisted instruksional (CAI)* atau *computer-based training (CBT)*. *Kedua*, memanfaatkan teknologi informasi sebagai media pendistribusian materi ajar melalui jaringan internet. *Ketiga*, pemanfaatan teknologi informasi sebagai media komunikasi dengan pakar, atau narasumber, atau peserta didik lainnya (*teleconferences*) yang biasanya digunakan untuk menanyakan hal-hal yang tidak bisa dimengerti, atau mengemukakan pendapat agar ditanggapi oleh peserta didik lain atau oleh guru (Husaini, 2017).

Pemasaran Pendidikan

Pemasaran pendidikan merupakan proses mempromosikan sebuah lembaga pendidikan atau program pendidikan kepada calon peserta didik, orang tua atau pemangku kepentingan lainnya. Pemasaran pendidikan tentunya sangat berperan penting dilakukan untuk memperkenalkan sekolah dan menarik minat calon peserta didik. Untuk itu, sebuah lembaga pendidikan harus mengembangkan strategi pemasaran yang unik dan efektif untuk memenangkan persaingan. Hal yang paling sering kita jumpai trend dan permintaan pendidikan selalu berubah-ubah dari waktu ke waktu. Sejalan dengan hal itu, lembaga pendidikan perlu untuk mengikuti trend-trend yang berlaku dan taklupa menyesuaikan penawaran yang sesuai dengan kebutuhan pasar (Isa et al., 2023).

Pemasaran jasa pendidikan merupakan sebuah strategi dalam meningkatkan mutu lembaga pendidikan, tidak hanya melihat pada pembelajaran yang berkualitas tetapi juga didukung oleh sarana dan prasarana serta sumber daya manusia yang berkualitas yang dapat memberikan pelayanan semaksimal mungkin terhadap peminat

pendidikan. Pemasaran dalam konteks jasa pendidikan adalah sebuah proses sosial dan manajerial untuk mendapatkan apa yang dibutuhkan dan diinginkan melalui penciptaan penawaran, pertukaran produk yang bernilai dengan pihak lain dalam bidang pendidikan. etika pemasaran dalam dunia pendidikan adalah menawarkan mutu layanan intelektual dan pembentukan watak secara meluruh (Wahyudi, 2016).

Pemanfaatan Teknologi Informasi Sebagai Sarana Pemasaran dan Pembelajaran di PKBM Al-Islam Giwangan

PKBM Al-Islam Giwangan adalah salah satu lembaga pendidikan non-formal di bawah naungan Yayasan Raden Mas Suryowinoto yang turut andil dalam mengasuh anak-anak dhuafa. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan dengan kepala sekolah dan waka kurikulum PKBM AL Islam Giwangan, dapat diketahui bahwa PKBM Al-Islam Giwangan memiliki beberpa media sosial yang digunakan dalam memberikan informasi pemasaran dan pembelajaran. Pemanfaatan teknologi informasi dan media digital sudah digunakan sejak

PKBM Al-Islam Giwangan dirintis pada tahun 2018.

Di era modern saat ini, media sosial sebagai sebuah situs jejaring memiliki peran penting dalam pemasaran, khususnya dalam pemasaran pendidikan. Hal tersebut dapat terjadi karena media sosial dapat memainkan peran pendidikan. Media sosial mampu melakukan fungsi bauran promosi secara terpadu, sampai pada tahap transaksi. Dari hasil wawancara yang dilakukan dengan kepala sekolah PKBM Al-Islam Giwangan, bahwa strategi pemasaran pendidikan yang dilakukan di PKBM Al-Islam Giwangan pada awalnya dilakukan dengan menyebar banner dan brosur dilingkungan masyarakat karena pada awalnya PKBM ini hanya diperuntukan kepada anak-anak panti dan masyarakat di sekitar PKBM. Selain itu, Waka kurikulum PKBM Al-Islam Giwangan juga mengatakan bahwa tahun 2021 setelah PKBM Al-Islam mendapatkan izin, barulah promosi dilakukan melalui media sosial. Program pemasaran yang dilakukan pada tahun itu hanya dengan menyebar pamflet ke media sosial yang dimiliki. Hal ini juga serupa dengan penelitian yang dilakukan oleh

(Afidah & Kurniawan, 2020). Promosi pemasaran yang dilakukan MI Plus Darul Falah dibagi menjadi dua macam, yaitu promosi ketika penerimaan peserta didik baru, dan promosi diluar penerimaan peserta didik baru. Tahun pertama dan tahun kedua dilakukan dengan menyenar banner, brosur dan mendatangi Tk. Untuk tahun selanjutnya promosi dilakukan melalui sosial media. Kemudian promosi diluar penerimaan peserta didik baru dilakukan dengan menyebarkan seluruh kegiatan yang ada melalui sosial media dan peguyuban. Dalam penelitian lain yang dilakukan oleh (Octaviani et al., 2018) pemasaran yang dilakukan di PKBM Alena Smart School Tebat Monok dan PKBM Az-Zahir Talang Karet dilakukan melalui media sosial.

Dari pemaparan diatas dapat diketahui bahwa media sosial menjadi komunikasi yang efektif dalam mempromosikan sebuah jasa. Dalam konteks pemasaran, penggunaan internet dianggap lebih cepat dan efektif dalam mempromosikan produk dan menyampaikan informasi tentang sebuah jasa kepada konsumen (Khasanah et al., 2020). Sejak munculnya teknologi digital, pemasaran dan sistem pemasaran

juga mengalami pergeseran yang signifikan, terkhususnya juga dalam dunia pendidikan. Beberapa platform media sosial yang saat ini sering digunakan dikalangan masyarakat antara lain *Facebook, Instagram, Youtube, Tiktok, WhatsAp*. Beberapa aplikasi tersebut dapat membantu dalam meningkatkan pemasaran dalam bisnis maupun dalam pendidikan.

Seperti halnya di PKBM Al-Islam Giwangan, kepala sekolah mengatakan bahwa platform yang digunakan dalam promosi dan pemasaran pendidikan yaitu menggunakan *facebook, youtube, dan instagram*. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Nurmalasari & Masitoh, 2020) bahwa pemasaran di Madrasah Aliyah Yayasan Pondok Pesantren Babakan Jamanis didasarkan pada tiga media sosial yaitu Facebook, Instagram dan YouTube. Hal ini dilakukan karena pemasaran melalui media sosial dinilai lebih efektif dan efisien serta dapat menjangkau banyak kalangan.

Pemasaran pendidikan di PKBM Al-Islam Giwangan juga memanfaatkan teknologi informasi dan digital sebagai media pembelajaran dalam menyampaikan

materi ajar di kelas. Media pembelajaran merupakan salah satu komponen yang menunjang tercapainya tujuan pembelajaran secara efektif dan efisien. Fungsi media pembelajaran adalah untuk memperjelas materi dan berfungsi sebagai sumber belajar yang memuat materi yang akan dipelajari. Hasil wawancara yang diperoleh dengan Waka kurikulum PKBM Al-Islam Giwangan mengatakan bahwa proses pembelajaran pada awalnya hanya mengandalkan buku paket/LKS saja. Kemudian seiring dengan berjalannya waktu proses pembelajaran mulai memanfaatkan LCD/proyektor sebagai media pembelajaran, khususnya dalam pembelajaran terkait materi sel tumbuhan dan sel hewan.

Sering dengan berjalannya waktu, perkembangan platform media sosial terus berkembang baik dari segi kualitas (layanan) dan kuantitas (jumlah media), yang berpotensi sebagai media pembelajaran. Kemudahan dan layanan yang diberikan media sosial dapat menjadikannya sebagai salah satu alternatif media pembelajaran. Pengajaran yang efektif dan menarik sesuai zaman akan menentukan

kualitas yang substansial bagi generasi bangsa. Tidak memiliki cukup bekal dan kurang menyukai digital merupakan hal yang perlu ditingkatkan. Seorang pendidik dituntut agar dapat memahami teknologi dan menggunakannya. Dalam proses pembelajaran sudah seharusnya guru sebagai seorang pendidik memiliki kepekaan terhadap perkembangan teknologi, terkhususnya saat guru berhadapan dengan anak-anak generasi Alpha.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan di PKBM Al-Islam Giwangan menunjukkan bahwa penggunaan media sosial sebagai media pembelajaran dapat meningkatkan kreatifitas guru dan siswa di PKBM Al-Islam Giwangan. Salah satu contoh yang dapat diambil yaitu pada mata pelajaran bahasa Jawa, guru dan siswa berkolaborasi membuat sebuah konten kemudian di upload di *instagram*, *youtube*, *facebook* PKBM Al-Islam Giwangan. Selain itu, pembelajaran juga dilakukan dengan menayangkan video menggunakan proyektor yang diakses melalui *youtube*.

Penggunaan media sosial sebagai media pembelajaran tentunya akan sangat menarik minat belajar

peserta didik. hal tersebut terjadi karena media sosial adalah media yang disukai oleh peserta didik.(Pujiono, 2021). Sejalan dengan hal tersebut dalam penelitian yang dilakukan oleh (Novitasari et al., 2023) menyatakan bahwa meskipun kemampuan guru cukup rendah, namun penggunaan media digital atau media sosial dapat berpotensi dalam meningkatkan minat dan motivasi belajar anak. Selain itu, (Widiasanti et al., 2023) mengatakan bahwa keuntungan yang didapatkan dalam pemanfaatan sarana multimedia dan media internet adalah dapat meningkatkan motivasi dan minat belajar siswa, interaksi yang lebih interaktif dan kreatif, serta memudahkan akses informasi dan kolaborasi antara siswa dan guru.

E. Kesimpulan

Pemanfaatan teknologi informasi sebagai sarana pemasaran dan pembelajaran di PKBM Al-Islam Giwangan dilakukan dengan memanfaatkan media sosial yang meliputi, *facebook*, *youtube*, *instagram*, dan *tiktok*. Strategi pemasaran yang dilakukan di PKBM Al-Islam Giwangan pada awalnya dengan menyebar banner dan brosur dilingkungan masyarakat karena pada

awalnya PKBM ini hanya diperuntukan kepada anak-anak panti dan masyarakat di sekitar PKBM. Selain itu, Waka kurikulum PKBM Al-Islam Giwangan juga mengatakan bahwa tahun 2021 setelah PKBM Al-Islam mendapatkan izin, barulah promosi dilakukan melalui media sosial. Kemudian pemanfaatan teknologi yang juga menggunakan media sosial dilakukan dengan membuat konten dengan kolaborasi antara guru dan siswa kemudian di upload di *instagram*.

DAFTAR PUSTAKA

- Afidah, I., & Kurniawan, A. (2020). Strategi Pemasaran Pendidikan dalam Meningkatkan Minat Masyarakat. *JM-TBI: Jurnal Manajemen Dan Tarbiyatul Islam*, 12–19.
- Andri, R. M., & Pd, M. (2017). *Peran Dan Fungsi Teknologi Dalam Peningkatan Kualitas Pembelajaran*. 3(1).
- Dwistia, H., Sajdah, M., Awaliah, O., & Elfina, N. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pembelajaran Pendidikan Agama Islam. *Ar-Rusyd: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 1(2), Article 2. <https://doi.org/10.61094/arrusyd.2830-2281.33>
- Fitriyanti, D. N. (2023). Manajemen Media Sosial Sekolah Di Madrasah Tsanawiyah Muhammadiyah 2 Karanganyar. *Al-Idaroh: Jurnal Studi Manajemen Pendidikan*

- Islam, 7(1), Article 1.
<https://doi.org/10.54437/alidaroh.v7i1.676>
- Hargita, B. S. (2020). Instagram Sebagai Inovasi Media Pembelajaran Bahasa Indonesia Berbasis Blended Learning: Kajian Pendahuluan. *Seminar Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 2(1), Article 1.
- Hendriawati, R. (2019). *Penerapan sistem informasi manajemen pendidikan dalam meningkatkan mutu pendidikan disekolah*. OSF. <https://doi.org/10.31227/osf.io/zf786>
- Husaini, M. (2017). Pemanfaatan Teknologi Informasi Dalam Bidang Pendidikan (E-Education). *Mikrotik: Jurnal Manajemen Informatika*, 2(1), Article 1. <https://ojs.ummetro.ac.id/index.php/mikrotik/article/view/314>
- Isa, M., Praswati, A. N., Sari, E. K., & Ramadani, K. D. N. (2023). Strategi Pemasaran Melalui Konten Media Sosial MIM PK Wirogunan. *Abdi Psikonomi*, 77–83. <https://doi.org/10.23917/psikonomi.v4i2.2173>
- Khasanah, F. N., Herlawati, Samsiana, S., Handayanto, R. T., Gunarti, A. S. S., Raharja, I., Maimunah, & Benrahman. (2020). Pemanfaatan Media Sosial dan Ecommerce Sebagai Media Pemasaran Dalam Mendukung Peluang Usaha Mandiri Pada Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Sains Teknologi Dalam Pemberdayaan Masyarakat*, 1(1), Article 1. <https://doi.org/10.31599/jstpm.v1i1.255>
- Laily, I. M., Astutik, A. P., & Haryanto, B. (2022). Instagram sebagai Media Pembelajaran Digital Agama Islam di Era 4.0. *Munaddhomah: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 3(2), Article 2. <https://doi.org/10.31538/munaddhomah.v3i2.250>
- Mokol, N. A., Putri, F. J. K., Wulandari, M. T., Waluyo, R. A., & Suni, M. H. (2022). Pengaruh Perkembangan Teknologi Dalam Pembelajaran Abad 21 Pendidikan Kewarganegaraan Di Indonesia. *SNHRP*, 4, 1082–1088.
- Novitasari, Y., Fadillah, S., & Putri, A. A. (2023). Impresi Guru pada Penggunaan Media Digital dalam Pembelajaran Awal Bahasa Inggris Anak Usia Prasekolah. *Jurnal Obsesi: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 7(3), Article 3. <https://doi.org/10.31004/obsesi.v7i3.4619>
- Nurmalasari, N., & Masitoh, I. (2020). Manajemen Strategik Pemasaran Pendidikan Berbasis Media Sosial Di Madrasah Aliyah Yayasan Pondok Pesantren Babakan Jamanis Parigi Pangandaran. *Re-Jiem (Research Journal of Islamic Education Management)*, 3(2), Article 2. <https://doi.org/10.19105/re-jiem.v3i2.3908>
- Octaviani, V., Narti, S., & Nurwita, S. (2018). Peningkatan Sumber Daya Masyarakat Desa dalam Binaan Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat (PKBM). *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 3(2), Article 2. <https://doi.org/10.30653/002.201832.62>
-

- Pujiono, A. (2021). Media Sosial Sebagai Media Pembelajaran Bagi Generasi Z. *Didache: Journal of Christian Education*, 2(1), 1. <https://doi.org/10.46445/djce.v2i1.396>
- Rahmania, S., Soraya, I., & Hamdani, A. S. (2023). Pemanfaatan Gamification Quizizz Terhadap Motivasi Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran Pendidikan Agama Islam. *Tadbir: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 11(2), Article 2. <https://doi.org/10.30603/tjmpi.v11i2.3714>
- Rosyida, A., & Supardi, S. (2024). Strategi Pembelajaran Melalui Media Youtube Dalam Meningkatkan Hasil Belajar Siswa Madrasah Ibtidaiyah Di Kudus. *Tadbir: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 12(1), Article 1. <https://doi.org/10.30603/tjmpi.v12i1.4227>
- Salsabila, U. H., Ilmi, M. U., Aisyah, S., Nurfadila, N., & Saputra, R. (2020). Peran Teknologi Pendidikan dalam Meningkatkan Kualitas Pendidikan di Era Disrupsi. *Journal on Education*, 3(01), Article 01. <https://doi.org/10.31004/joe.v3i01.348>
- Samlaw, S., Suherman, A., & Fida, W. N. (2023). Analisis Strategi Promosi Universitas Muhammadiyah Buton di Aplikasi Media Sosial Tiktok. *Budgeting: Journal of Business, Management and Accounting*, 5(1), Article 1. <https://doi.org/10.31539/budgeting.v5i1.8203>
- Statistik, B. P. (2022). *Statistik Telekomunikasi Indonesia 2021* (Telecommunication Statistics in Indonesia 2021). ISSN.
- Switri, E. (2022). *Teknologi Dan Media Pendidikan Dalam Pembelajaran*. Penerbit Qiara Media.
- Wahyudi, K. (2016). Manajemen Pemasaran Pendidikan. *Kariman: Jurnal Pendidikan Keislaman*, 4(2), Article 2. <https://doi.org/10.52185/kariman.v4i2.43>
- Widiasanti, I., Ramadhan, N. A., Alfarizi, M., Fairus, A. N., Oktafiani, A. W., & Thahur, D. (2023). Pemanfaatan Sarana Multimedia dan Media Internet sebagai Alat Pembelajaran yang Efektif. *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 5(3), Article 3. <https://doi.org/10.31004/edukatif.v5i3.4939>
- Zellatifanny, C., & Mudjiyanto, B. (2018). Tipe Penelitian Deskripsi Dalam Ilmu Komunikasi. *Jurnal Media Dan Komunikasi*, 1, 83–90. <https://doi.org/10.17933/diakom.v1i2.20>