

**TRANSFORMASI MEDIA SOSIAL SEBAGAI PUSAT EDUKASI VISUAL:
STRATEGI KEWIRAUSAHAAN PENDIDIKAN UNTUK KEBERLANJUTAN
KOMUNITAS BELAJAR**

Afroh Rozana¹, Anggun Setiani², Syfa Maulidiyah³, Baihaqi⁴, Ferida Rahmawati⁵

¹PAI FTIK Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan

²PAI FTIK Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan

³PAI FTIK Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan

⁴PAI FTIK Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan

⁵PAI FTIK Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan

Alamat e-mail: 1afroh.rozana24034@mhs.uingusdur.ac.id ,

2anggun.setiani24013@mhs.uingusdur.ac.id ,

3syfa.maulidiyah24017@mhs.uingusdur.ac.id ,

4baihaqi24040@mhs.uingusdur.ac.id , 5ferida.rahmawati@uingusdur.ac.id

ABSTRACT

Digital transformation has transformed social media from a mere means of communication into an educational space with great potential in supporting the sustainability of learning communities. However, the use of social media as a center for visual education still faces various obstacles, such as low digital literacy, weak content management strategies, and a lack of integration between educational and entrepreneurial aspects. This study aims to analyze the strategy for transforming social media as a center for visual education through an educational entrepreneurship approach to support the sustainability of learning communities in the digital era. The method used is a literature study by reviewing various scientific journals, books, and relevant academic sources. Data were analyzed using qualitative content analysis techniques to gain a comprehensive understanding of the relationship between digital transformation, educational management, entrepreneurship, and the use of social media. The results of the study indicate that the success of transforming social media as a center for visual education is determined by strengthening digital literacy, implementing an entrepreneurial mindset, technology-based learning innovation, managing engaging visual content, and supporting adaptive educational policies and management. The integration of digital technology, educational entrepreneurship, and visual communication strategies can increase community participation, strengthen the sustainability of learning communities, and create a more innovative, inclusive, and competitive educational ecosystem in the digital era.

Keywords: Visual Education, Educational Entrepreneurship, Learning Community.

ABSTRAK

Transformasi digital telah mengubah media sosial dari sekadar sarana komunikasi menjadi ruang edukasi yang memiliki potensi besar dalam mendukung keberlanjutan komunitas belajar. Namun, pemanfaatan media sosial sebagai pusat edukasi visual masih menghadapi berbagai kendala, seperti rendahnya literasi digital, lemahnya strategi pengelolaan konten, serta kurangnya integrasi antara aspek pendidikan dan kewirausahaan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi transformasi media sosial sebagai pusat edukasi visual melalui pendekatan kewirausahaan pendidikan guna mendukung keberlanjutan komunitas belajar di era digital. Metode yang digunakan adalah studi literatur dengan mengkaji berbagai jurnal ilmiah, buku, dan sumber akademik yang relevan. Data dianalisis menggunakan teknik analisis isi secara kualitatif untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai hubungan antara transformasi digital, manajemen pendidikan, kewirausahaan, dan pemanfaatan media sosial. Hasil kajian menunjukkan bahwa keberhasilan transformasi media sosial sebagai pusat edukasi visual ditentukan oleh penguatan literasi digital, penerapan pola pikir kewirausahaan, inovasi pembelajaran berbasis teknologi, pengelolaan konten visual yang menarik, serta dukungan kebijakan dan manajemen pendidikan yang adaptif. Integrasi antara teknologi digital, kewirausahaan pendidikan, dan strategi komunikasi visual mampu meningkatkan partisipasi masyarakat, memperkuat keberlanjutan komunitas belajar, serta menciptakan ekosistem pendidikan yang lebih inovatif, inklusif, dan berdaya saing di era digital.

Kata Kunci: Edukasi Visual, Kewirausahaan Pendidikan, Komunitas Belajar.

Catatan : Nomor HP tidak akan dicantumkan, namun sebagai fast respon apabila perbaikan dan keputusan penerimaan jurnal sudah ada.

A. Pendahuluan

Lanskap perekonomian global dan tatanan sosial pada dekade ketiga abad ke-21 sedang berada dalam fase transformasi yang sangat fundamental, disruptif, dan dinamis. Fase transisi ini, yang didorong oleh akselerasi Revolusi Industri 4.0 dan konvergensi teknologi pintar, telah merombak secara radikal cara masyarakat bertukar pesan, mengakses

pengetahuan, dan menjalankan fungsi-fungsi kelembagaan. Lingkungan yang semula bersifat kaku, terpusat, dan analog kini telah bermutasi menjadi ekosistem digital yang berbasis pada data (*data-driven*) serta tidak terbatas ruang dan waktu (*borderless*) (Amiruddin, 2022). Di Indonesia, fenomena ini tidak hanya menciptakan disrupsi pada sektor industri komersial skala besar,

melainkan juga menghadirkan gelombang peluang sekaligus tantangan baru bagi entitas pendidikan dan usaha mikro di tingkat akar rumput. Perkembangan ekonomi digital yang begitu masif menuntut setiap organisasi, baik yang bersifat profit maupun non-profit seperti institusi pendidikan, untuk memiliki kapasitas adaptasi teknologi yang tinggi, ketahanan operasional, serta kemampuan menciptakan pembaruan nilai yang berkelanjutan agar tidak tergilas oleh arus zaman yang hiper-kompetitif (Yani & Azzaakiyyah, 2025). Kegagalan dalam merespons ekosistem baru ini akan mengakibatkan hilangnya relevansi di ruang publik, stagnasi perkembangan, dan keterasingan dari komunitas yang dilayani.

Di tengah pusaran transformasi digital tersebut, media sosial telah mengalami pergeseran paradigma yang sangat signifikan. Platform daring seperti Instagram, TikTok, dan Facebook kini tidak lagi dipandang secara sempit sebagai medium hiburan sekadar untuk interaksi sosial yang pasif, melainkan telah bermutasi menjadi

infrastruktur strategis yang multifungsi. Komunitas global kini memanfaatkan media sosial sebagai sarana bisnis, ruang komunikasi interaktif dua arah, serta pusat edukasi publik nonformal yang sangat massif (Burhan, 2025). Bagi generasi muda, khususnya milenial dan Generasi Z yang dikategorikan sebagai penduduk asli digital (*digital natives*), ruang maya (*cyberspace*) telah menjadi rujukan utama dalam mencari informasi, membangun identitas sosial kolektif, dan memvalidasi nilai-nilai tertentu sebelum mengambil keputusan tindakan. Realitas sosiologis ini menegaskan bahwa atensi publik terbesar kini berkumpul di platform-platform digital tersebut (Amirudin dkk., 2025). Oleh karena itu, mentransformasikan media sosial menjadi pusat edukasi visual yang kredibel bukan lagi merupakan opsi sekunder, melainkan suatu kebutuhan mendesak bagi lembaga pendidikan dan pelaku wirausaha untuk dapat berkomunikasi secara persuasif, mencerahkan, dan berdampak luas pada

keberlanjutan komunitas belajar (Anggita & Sulistyorini, 2025).

Secara konseptual, transisi fungsi media sosial menjadi pusat pembelajaran nonformal sangat berkelindan dengan kekuatan arsitektur visual dan metode penyampaian digital (*digital storytelling*). Berbeda dengan teks konvensional yang cenderung kaku, konten visual yang estetik, dinamis, dan terstruktur mampu mereduksi kompleksitas materi pembelajaran yang berat menjadi informasi yang lebih mudah dicerna, membekas dalam memori, serta memicu kedekatan emosional audiens (Nurhaliza, Akbar, & Putri, 2025). Dalam dunia digital yang serba cepat, "visual adalah mata uang utama" yang menentukan apakah suatu pesan akan diabaikan atau diserap secara kritis oleh audiens. Ketika sebuah konten digital dikemas dengan memadukan elemen estetika visual yang kuat, riset yang valid, dan narasi yang humanis, platform tersebut berhasil menjalankan fungsi ganda: sebagai media komunikasi publik yang memikat sekaligus instrumen pemberdayaan

komunitas yang menumbuhkan kesadaran kolektif (Nurhaliza dkk., 2025). Pergeseran fungsi dari pemanfaatan komersial murni menuju ranah edukatif-partisipatif inilah yang menjadi cikal bakal terbentuknya ekosistem komunitas belajar berbasis digital yang resilien, responsif, dan inklusif.

Namun, pemanfaatan potensi besar media sosial sebagai sarana edukasi visual yang berkelanjutan tidak dapat berjalan secara alamiah tanpa adanya tata kelola yang terencana, yang dalam konteks modern disebut sebagai strategi kewirausahaan pendidikan (*educational entrepreneurship*). Kewirausahaan pendidikan di era digital tidak sekadar berbicara mengenai komersialisasi institusi, melainkan sebuah pendekatan manajerial inovatif untuk merombak model pembelajaran konvensional menuju ekosistem digital yang terintegrasi, mandiri, dan berdaya saing global (Satriya, Avivah, Muttaqin, Amaliyah, & Rahmawati, 2024). Melalui kacamata *Human Capital Theory*, investasi jangka panjang dalam pengetahuan teknologi, literasi digital, dan pengembangan

kreativitas manajerial merupakan prasyarat mutlak untuk meningkatkan produktivitas serta daya tahan organisasi di tengah volatilitas zaman (Yani & Azzaakiyyah, 2025). Strategi kewirausahaan pendidikan menuntut para pengelola institusi maupun komunitas belajar untuk mengadopsi pola pikir wirausaha (*entrepreneurial mindset*) yang proaktif, berani mengambil risiko terukur, dan jeli dalam melihat celah perkembangan algoritma teknologi demi kepentingan transfer pengetahuan secara. Gabungan yang solid antara literasi digital tingkat lanjut dan kompetensi kewirausahaan strategis inilah yang menjadi motor penggerak utama dalam memproduksi konten edukasi visual berkualitas tinggi yang tidak hanya bersifat temporer, melainkan mampu menjamin ketahanan ekonomi dan keberlanjutan program belajar komunitas secara jangka panjang (Felix et al., 2025).

Akan tetapi, realitas di lapangan menunjukkan adanya jurang pemisah yang lebar (*gap*) antara potensi ideal teknologi

digital dan implementasi konkretnya pada tataran praktis. Terdapat disparitas kompetensi atau *usage gap* yang sangat mencolok di kalangan institusi pendidikan maupun pelaku komunitas belajar di akar rumput. Di satu sisi, kapasitas hulu seperti semangat belajar dan kuantitas produksi informasi di lingkungan akademik tergolong tinggi, namun di sisi lain, kapabilitas hilir yang menyangkut manajemen merek (*branding*), strategi komunikasi digital, dan penataan visual konten masih sangat lemah dan rapuh (Burhan, 2025). Banyak pengelola lembaga pendidikan dan komunitas belajar mengelola media sosial secara spontan, pasif, dan tidak konsisten, atau bahkan sekadar menjadikannya baliho digital searah untuk pengumuman administratif semata, bukan sebagai ruang komunikasi aktif dua arah yang mencerahkan (Anggita & Sulistyorini, 2025). Materi komunikasi visual yang disajikan pun seringkali dibuat seadanya tanpa memperhatikan standar estetika pasar (*market aesthetic standards*), riset audiens,

penataan komposisi, pencahayaan, maupun narasi takarir (*copywriting*) yang memikat.

Persoalan ini semakin diperparah oleh kendala multidimensional internal yang bersifat klasik. Rapuhnya tata kelola sumber daya manusia karena ketiadaan tim publikasi khusus digital yang kompeten sehingga beban tugas pengelolaan platform seringkali dirangkap secara paksa oleh tenaga pendidik umum menjadi hambatan utama yang memicu ketidakkonsistenan jadwal unggahan. Minimnya pelatihan manajemen konten terstruktur, keterbatasan anggaran operasional, hingga rendahnya pemahaman kritis dan literasi digital pengelola dalam membaca dinamika perubahan algoritma media sosial membuat banyak pesan edukatif yang sejatinya bermutu tinggi berakhir sia-sia, menumpuk di ruang digital tanpa mampu menjangkau audiens sasaran ataupun membangun keterlibatan (*engagement*) publik yang bermakna (Amirudin dkk., 2025). Akibatnya, ekosistem digital yang diharapkan mampu menjadi

motor penggerak keberlanjutan komunitas belajar justru mengalami stagnasi dan kehilangan daya pikatnya di tengah lautan informasi digital yang hiper-kompetitif.

Kesenjangan yang terjadi pada tataran empiris tersebut juga tercermin pada keterbatasan kajian literatur ilmiah terdahulu (Nurhaliza dkk., 2025). Sebagian besar kajian terdahulu masih terjebak pada pembahasan yang bersifat parsial, satu arah, dan linier. Banyak studi hanya menitikberatkan perhatian pada pengelolaan aspek estetika konten visual tunggal atau berfokus pada fungsi media sosial sebagai alat promosi komersial komunitarian dan penerimaan siswa baru semata, tanpa mengintegrasikan dimensi penguatan kapasitas sumber daya manusia, tata kelola kemandirian finansial organisasi, serta jaminan keamanan data secara holistik (Anggita & Sulistyorini, 2025). Lebih jauh, penelitian-penelitian sebelumnya belum banyak merumuskan model konseptual terpadu yang mampu mengawinkan antara teori komunikasi visual digital, prinsip

kewirausahaan pendidikan, dan strategi pembangunan berkelanjutan (*Education for Sustainable Development*) dalam satu kesatuan tindakan nyata di lapangan (Nurhaliza dkk., 2025). Kebanyakan studi pun masih menempatkan audiens atau anggota komunitas sebagai objek penerima informasi pasif di dunia maya, tanpa meneliti secara mendalam bagaimana hasil edukasi visual tersebut dapat mengelevasi kapasitas kognitif dan psikomotorik mereka hingga bertransformasi menjadi aksi sosial yang nyata, berdaya, dan mandiri dalam kehidupan sehari-hari (Anggita & Sulistyorini, 2025).

Berangkat dari kompleksitas permasalahan dan kekosongan teoretis tersebut, urgensi untuk melakukan intervensi kajian akademis yang solutif, komprehensif, dan visioner menjadi sangat krusial dan mendesak untuk direalisasikan. Artikel ini diarahkan untuk mengisi celah konseptual tersebut dengan mengeksplorasi secara mendalam strategi rekayasa ulang (*re-engineering*) ekosistem media sosial menjadi pusat edukasi visual yang holistik

melalui pendekatan kewirausahaan pendidikan yang adaptif. Melalui sintesis kritis terhadap teori-teori mapan seperti *Human Capital Theory*, *Social Cognitive Theory*, *Competitive Advantage*, dan kerangka kerja pembangunan berbasis komunitas (*community-based communication*), artikel ini bertujuan untuk merumuskan model pengelolaan media sosial terpadu yang tidak hanya mengandalkan estetika visual, melainkan juga menopang kekuatan tata kelola manajerial internal, memperkuat kolaborasi partisipatif lintas pemangku kepentingan (*co-creation of value*), serta menjamin keberlanjutan ekonomi komunitas belajar secara sistematis di era disrupsi digital. Melalui kerangka ini, diharapkan media sosial dapat sepenuhnya bertransformasi menjadi ruang nonformal yang tidak hanya mentransfer ilmu pengetahuan secara efektif, tetapi juga melahirkan kemandirian berpikir, ketahanan sosial, dan aksi nyata yang berkelanjutan di tingkat akar rumput

B. Metode Penelitian

Kajian ini menggunakan penelitian kepustakaan atau studi literatur. Metode ini berpusat pada pengumpulan, peninjauan, dan analisis komprehensif berbagai publikasi akademik atau literatur yang berkaitan dengan subjek penelitian, yaitu redesign media sosial sebagai pusat edukasi visual berbasis kewirausahaan Pendidikan (Monter et al., 2026). Untuk menjamin kredibilitas hasil kajian, peneliti bertindak sebagai instrumen kunci, yang bertanggung jawab untuk merencanakan alur, menentukan batasan, mencari data, dan menafsirkan makna dari dokumen-dokumen yang dikumpulkan. Menurut Mestika Zed, proses pelaksanaan studi literatur ini terdiri dari empat langkah sistematis: menyiapkan alat dan bahan pencatatan, membuat bibliografi kerja yang mencakup koleksi perpustakaan, mengatur waktu untuk analisis, dan melakukan pencatatan dan pengolahan bahan pustaka secara

terstruktur (Roosinda, Fitria Widiyani, 2021).

Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh melalui penelusuran dokumen berbasis internet dan perpustakaan digital online, seperti artikel ilmiah, jurnal digital, dan buku teks yang relevan. Menurut kriteria literatur yang dipilih, diskusi tentang disrupsi ekonomi digital, strategi branding komunitas belajar, prinsip human capital, dan penyampaian narasi digital. Selain itu, analisis isi juga dikenal sebagai analisis isi digunakan sebagai metode analisis data kualitatif. Dalam proses ini, data diperiksa, dibandingkan (*crosscheck*), dan diinterpretasikan secara induktif untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang empiris dan untuk mengurangi bias. Penelitian bertujuan untuk menciptakan sebuah model konseptual yang komprehensif untuk membangun strategi rekayasa ulang media sosial yang fleksibel, independen,

dan berkelanjutan untuk komunitas belajar di era digital.

B. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Kewirausahaan dalam Pendidikan Non-Ekonomi

Dalam konteks pendidikan yang tidak non-ekonomi, kewirausahaan dilihat sebagai hasil dari proses pendidikan yang menanamkan kemampuan, sikap, dan pola pikir yang mendukung kemandirian. Pendidikan vokasional dianggap sebagai salah satu bentuk pendidikan yang efektif karena fokus pada pengembangan keterampilan praktis yang relevan dengan kebutuhan dunia kerja dan usaha. Melalui pembelajaran yang aplikatif, peserta didik dilatih untuk mengidentifikasi peluang, mengelola sumber daya, berinovasi, serta beradaptasi terhadap perubahan lingkungan. Selain keterampilan teknis, pendidikan juga berkontribusi dalam membangun motivasi kewirausahaan melalui penguatan mindset kewirausahaan, literasi keuangan, keterampilan digital, dan soft skills. Unsur-unsur tersebut merupakan input dasar yang penting dalam membentuk individu yang kreatif,

mandiri, dan siap untuk menciptakan peluang usaha. Pendidikan non-ekonomi tidak hanya berfungsi sebagai sarana transfer ilmu, tetapi juga sebagai fondasi dalam menumbuhkan dan mengembangkan jiwa kewirausahaan di kalangan generasi muda (Muhammad Ariqsyah, Ganefri, Asmar Yulastri, Nizwardi Jalinus, 2025).

Sejalan dengan hal tersebut, kewirausahaan dalam konteks pendidikan non-ekonomi berkontribusi penting dalam mengembangkan kompetensi peserta didik secara menyeluruh. Pendidikan kewirausahaan tidak hanya memberikan wawasan tentang konsep dan praktik usaha, tetapi juga membentuk pola pikir kewirausahaan (*entrepreneurial mindset*) yang mencakup kreativitas, inovasi, kemandirian, kemampuan mengambil keputusan, kemampuan beradaptasi, dan keberanian dalam menghadapi risiko. Melalui proses pembelajaran yang terintegrasi dalam berbagai disiplin ilmu, peserta didik didorong untuk mampu mengidentifikasi peluang, mengatasi masalah dengan cara kreatif, serta menghasilkan gagasan yang memberikan nilai

tambah bagi lingkungan sekitarnya. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan yang didukung oleh kurikulum yang relevan, tenaga pendidik yang berkompeten, fasilitas pendidikan yang memadai, dan praktik kewirausahaan yang nyata dapat meningkatkan minat dan kesiapan peserta didik untuk menjadi pencipta peluang, bukan hanya pencari pekerjaan. Oleh karena itu, nilai-nilai kewirausahaan dapat diimplementasikan dalam berbagai bidang pendidikan sebagai modal dasar dalam membentuk generasi yang inovatif, produktif, dan berdaya saing (Caroline, Fitriyani, & Sihombing, 2026).

Kewirausahaan dalam pendidikan non-ekonomi dianggap mampu membentuk sumber daya manusia yang kreatif, inovatif, dan mampu beradaptasi dengan perubahan sosial serta perkembangan di dunia kerja. Pendidikan kewirausahaan kini tidak hanya terfokus pada bidang ekonomi dan bisnis, tetapi telah diintegrasikan pada berbagai bidang ilmu lainnya, seperti keperawatan, pendidikan, kesehatan, seni, dan bidang profesi lainnya. Integrasi tersebut bertujuan

untuk membekali peserta didik dengan berbagai kompetensi yang diperlukan dalam menghadapi tantangan abad ke-21. Melalui pendidikan kewirausahaan, peserta didik memperoleh input dasar berupa pengetahuan, keterampilan, sikap, motivasi, serta karakter kewirausahaan yang mendukung kemampuan mereka untuk menemukan peluang, menciptakan solusi, dan mengembangkan inovasi sesuai dengan bidang keahliannya. Selain itu, proses pembelajaran yang berfokus pada pengalaman, kreativitas, dan pemecahan masalah mampu meningkatkan partisipasi peserta didik dalam kegiatan belajar. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa penerapan pendidikan kewirausahaan pada bidang non-ekonomi dapat membangun pola pikir inovatif, memperkuat kemampuan berpikir kritis, meningkatkan rasa percaya diri, serta menumbuhkan kemandirian dalam menghadapi beragam situasi dan tantangan (Nabila, Sianipar, Ganefri, Yulastri, & Firanda, 2025).

Sebagai bentuk pengembangan dari berbagai input dasar kewirausahaan yang sudah

ditanamkan melalui proses pendidikan, implementasi kewirausahaan dalam pendidikan non-ekonomi dapat dilaksanakan melalui berbagai strategi pembelajaran yang berpusat pada pengalaman dan partisipasi aktif peserta didik. Pendekatan seperti *Project-Based Learning* (PjBL), *problem-based learning*, praktik lapangan, simulasi bisnis, *market day*, serta kegiatan ekstrakurikuler kewirausahaan memberikan peluang kepada peserta didik untuk menerapkan pengetahuan dan keterampilan yang telah dipelajari dalam situasi nyata. Melalui kegiatan tersebut, peserta didik belajar untuk mengenali masalah, merancang solusi, bekerja sama dalam tim, mengelola sumber daya, serta mengevaluasi hasil yang telah dicapai. Pengalaman belajar yang bersifat aplikatif ini tidak hanya meningkatkan pemahaman konseptual, tetapi juga membantu mengembangkan kemampuan berpikir kritis, komunikasi, kerjasama, kreativitas, dan kepemimpinan. Selain itu, keterlibatan dalam berbagai aktivitas kewirausahaan menjadi cara yang efektif untuk menanamkan nilai-nilai karakter seperti kejujuran,

disiplin, tanggung jawab, empati, dan ketahanan. Dengan demikian, implementasi pendidikan kewirausahaan di berbagai bidang non-ekonomi mampu menciptakan pengalaman belajar yang bermakna dan mendukung pengembangan kompetensi serta karakter peserta didik secara menyeluruh (Kholid, 2025).

Efektivitas pengembangan berbagai input dasar kewirausahaan dipengaruhi oleh sejumlah faktor yang mendukung keberhasilan implementasi pendidikan kewirausahaan dalam bidang non-ekonomi. Hasil *systematic literature review* menunjukkan bahwa efektivitas implementasi pendidikan kewirausahaan dalam bidang non-ekonomi didukung oleh beberapa faktor utama. Pertama, penggunaan metode pembelajaran yang berbasis pengalaman (*experiential learning*), *project-based learning*, simulasi bisnis, dan pembelajaran kolaboratif terbukti lebih efektif dibandingkan dengan metode pembelajaran konvensional karena mampu mengembangkan kompetensi praktis peserta didik dengan lebih optimal. Kedua, dukungan dari lembaga

melalui penyediaan ekosistem kewirausahaan, program pendampingan (*mentoring*), keterlibatan praktisi industri, serta ketersediaan fasilitas dan sumber daya yang memadai menjadi faktor penting dalam menunjang keberhasilan program. Ketiga, integrasi teknologi digital dan kecerdasan buatan dalam proses pembelajaran mampu meningkatkan partisipasi peserta didik, kemampuan berpikir kritis, kreativitas, serta efektivitas proses belajar. Di samping itu, penguatan faktor psikologis seperti *self-efficacy*, kreativitas, kemampuan untuk *problem-solving*, dan motivasi belajar berfungsi sebagai mediator yang memperkuat pencapaian hasil dalam pembelajaran kewirausahaan. Dengan demikian, keberhasilan pendidikan kewirausahaan pada berbagai disiplin ilmu non-ekonomi tidak hanya tergantung pada materi yang diajarkan, namun juga pada strategi pembelajaran yang inovatif, dukungan lingkungan pendidikan, penggunaan teknologi, serta pengembangan kompetensi psikologis peserta didik secara berkelanjutan (Asbari, 2026).

Dengan memperhatikan berbagai komponen input dasar kewirausahaan serta faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilannya, dapat disimpulkan bahwa kewirausahaan dalam konteks pendidikan non-ekonomi merupakan kompetensi strategis yang perlu diintegrasikan secara komprehensif ke dalam kurikulum. Integrasi tersebut bertujuan agar lulusan tidak hanya memiliki pemahaman akademik, tetapi juga memiliki karakter yang kreatif, inovatif, adaptif, serta kemampuan untuk menciptakan peluang di tengah dinamika perkembangan dunia kerja. Implementasi kewirausahaan tidak cukup dapat diwujudkan melalui penyelenggaraan mata kuliah khusus, tetapi juga perlu didukung oleh inovasi pedagogis seperti pembelajaran berbasis pengalaman (*experiential learning*), pembelajaran berbasis proyek (*project-based learning*), kolaborasi lintas disiplin, serta pemanfaatan teknologi digital yang relevan dengan tuntutan abad ke-21. Keberhasilan integrasi tersebut juga dipengaruhi oleh dukungan kebijakan lembaga, peningkatan kemampuan pendidik, kerja sama dengan industri, serta kesiapan ekosistem digital yang mampu

menciptakan lingkungan belajar yang kondusif bagi pengembangan pola pikir kewirausahaan (*entrepreneurial mindset*). Di sisi lain, berbagai tantangan seperti kurangnya kompetensi pendidik, kesenjangan literasi digital, dan resistensi terhadap perubahan perlu diperhatikan dalam upaya meningkatkan efektivitas implementasi pendidikan kewirausahaan. Oleh karena itu, pengembangan kurikulum pendidikan non-ekonomi perlu difokuskan pada penguatan sinergi antara kebijakan, inovasi pembelajaran, kompetensi kewirausahaan, dan transformasi digital agar mampu menghasilkan lulusan yang tidak hanya siap untuk memasuki dunia kerja, tetapi juga mampu berinovasi, menciptakan nilai tambah, serta berkontribusi sebagai agen perubahan bagi masyarakat (Sahabuddin & Bado, 2025).

Transformasi Digital & Manajemen

Manajemen pendidikan memiliki peranan yang signifikan dalam mengembangkan kebijakan digital yang mendukung peningkatan literasi digital di institusi sekolah. Di tengah transformasi digital, kebijakan pendidikan harus fokus pada penguatan keterampilan guru,

penyediaan sarana dan prasarana, serta perlindungan data bagi guru dan siswa. Reformasi dalam manajemen pendidikan menuntut adanya kebijakan yang komprehensif dan responsif terhadap kemajuan teknologi, termasuk pelatihan literasi digital dan kolaborasi antara berbagai sektor untuk menciptakan ekosistem pembelajaran yang inovatif. Selain itu, manajemen pendidikan juga berfungsi dalam merancang kurikulum digital yang cocok dengan kebutuhan di abad ke-21. Kurikulum harus mencakup keterampilan digital, kemampuan berpikir kritis, serta literasi informasi dalam setiap mata pelajaran. Kurikulum pendidikan sangat penting dalam membangun literasi informasi dan pemikiran kritis siswa, namun masih ada kekurangan dalam pelatihan guru dan penyesuaian kurikulum. Oleh karena itu, manajemen pendidikan perlu memastikan bahwa kurikulum digital tidak hanya fokus pada aspek teknis, tetapi juga mendukung pengembangan karakter dan literasi digital (Nurhidayati & Thaufani, 2025).

Dalam konteks penciptaan dan penguasaan pengetahuan, inovasi seperti kecerdasan buatan dan

analitik big data memungkinkan perusahaan untuk mengambil, menganalisis, dan menggunakan informasi dari sejumlah data yang sangat besar dengan cara yang belum pernah terjadi sebelumnya. Sistem kecerdasan buatan bisa menemukan pola yang tidak terlihat, meramalkan perkembangan, serta memberikan wawasan yang dapat dimanfaatkan untuk inovasi. Dalam aspek berbagi dan distribusi pengetahuan, pemanfaatan platform kolaborasi berbasis awan serta media sosial perusahaan mendukung pertukaran informasi secara langsung tanpa batasan lokasi (Wujarso & Pratiwidewi, 2025).

Mengubah kurikulum serta metode pengajaran agar sesuai dengan perkembangan pesat alat digital merupakan tantangan penting lainnya dalam pengelolaan pendidikan di zaman digital. Kurikulum yang bersifat konvensional, seperti Kurikulum 2013 di Indonesia, umumnya dirumuskan dengan menggunakan cara pengajaran tradisional yang menitikberatkan pada pertemuan langsung, pemahaman materi melalui buku, dan ujian tertulis sebagai cara utama untuk menilai siswa. Salah satu

masalah utama adalah minimnya fasilitas dan pelatihan bagi guru guna mengimplementasikan teknik pengajaran digital yang sejalan dengan kurikulum. Metode pengajaran yang berbasis teknologi, seperti flipped classroom atau pembelajaran berbasis proyek, memerlukan keterampilan teknis tertentu yang tidak selalu dimiliki oleh semua pengajar. Mengadaptasi cara pengajaran juga berarti perlu adanya perubahan dalam penilaian hasil belajar siswa. Dalam sistem yang konvensional, evaluasi biasanya mengandalkan tes tertulis atau penilaian formatif yang dilakukan secara langsung. Namun, pada era digital ini, penilaian bisa dilakukan melalui berbagai platform yang memungkinkan penilaian yang terus menerus, seperti kuis daring, pengumpulan tugas digital, atau portofolio siswa. Kerjasama antara pembuat kebijakan, tenaga pengajar, dan ahli teknologi pendidikan sangat penting untuk menciptakan kurikulum yang membekali siswa, tidak hanya untuk saat ini tetapi juga untuk menghadapi tantangan di masa yang akan datang (Westari & Sumarsono, 2025).

Dengan menggunakan sistem yang mengandalkan data, para pengajar dapat memperoleh masukan yang lebih spesifik mengenai keunggulan dan kekurangan mereka, sehingga dapat mendorong peningkatan kemampuan yang lebih sesuai. Kebijakan ini juga mendukung cara yang berlandaskan bukti untuk meningkatkan profesionalitas para guru, di mana keputusan yang diambil mengenai pengembangan didasarkan pada informasi yang tepat. Selain itu, penilaian kinerja yang terpadu memfasilitasi kepala sekolah dalam mengawasi perkembangan guru dengan lebih efisien, membangun budaya belajar yang berkelanjutan (Nashrullah, Rahman, Majid, & Hariyati, 2025).

Strategi Khusus Media Sosial

Perlu kita pahami bahwa, “Generasi Z dikenal sebagai kelompok yang mengutamakan fleksibilitas dalam pekerjaan, daya cipta, serta prinsip-prinsip keberlanjutan dalam dunia usaha.” Peluang bagi Generasi Z adalah sebagai generasi muda di zaman digital yang sangat luas dan berpotensi untuk memiliki bisnis yang sukses jika diterapkan dengan strategi yang benar, inovasi yang

berkelanjutan, serta pemanfaatan teknologi secara maksimal (Effendy, Sunarsi, & Wicaksono, 2024).

Tantangan utama yang dihadapi oleh bisnis e-commerce dalam mengelola krisis pemasaran digital di platform media sosial antara lain: a. Penyebaran cepat informasi negatif yang dapat menjadi viral. b. Ketidadaan kepastian mengenai bagaimana publik akan bereaksi terhadap suatu isu atau konten tertentu. c. Dinamika interaksi di media sosial yang tidak dapat diprediksi, sehingga perusahaan perlu melakukan pemantauan secara langsung dan terus-menerus. Strategi yang efektif yang digunakan oleh bisnis e-commerce untuk menangani krisis di media sosial meliputi: a. Menyediakan respons yang cepat, jelas, dan informatif guna mencegah krisis semakin memburuk. b. Pembentukan tim khusus untuk menangani krisis digital yang mampu menjawab isu dengan cara yang terintegrasi dan terfokus. c. Menggunakan teknologi pemantauan dan analisis media sosial untuk mendeteksi potensi krisis secara dini. d. Melakukan komunikasi yang proaktif dan interaksi yang lebih intens dengan pemangku kepentingan

untuk membangun kepercayaan dan memperkuat citra positif dari perusahaan. Bisnis e-commerce yang secara konsisten menerapkan strategi ini menunjukkan kemampuan yang lebih baik dalam mengurangi dampak negatif dari krisis, mempercepat pemulihan reputasi, serta menjaga loyalitas pelanggan dalam menghadapi berbagai tantangan di media sosial. Manajemen krisis dalam pemasaran digital bukanlah sekadar reaksi, tetapi juga memerlukan pendekatan yang bersifat pencegahan, proaktif, dan strategis untuk menjaga ketahanan reputasi perusahaan dalam jangka panjang (Ndruru, 2026).

D. Kesimpulan

Transformasi media sosial sebagai pusat edukasi visual merupakan strategi yang relevan dan penting dalam menghadapi perkembangan teknologi digital serta perubahan pola belajar masyarakat modern. Media sosial tidak lagi berfungsi hanya sebagai sarana komunikasi dan hiburan, tetapi telah berkembang menjadi ruang pembelajaran nonformal yang mampu menjangkau masyarakat secara luas melalui penyajian informasi yang

visual, interaktif, dan mudah diakses. Dalam konteks ini, pendekatan kewirausahaan pendidikan menjadi landasan penting untuk mengoptimalkan pemanfaatan media sosial agar mampu memberikan dampak pendidikan yang berkelanjutan.

Hasil kajian menunjukkan bahwa keberhasilan transformasi tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor utama, yaitu penguatan literasi digital, pengembangan pola pikir kewirausahaan (entrepreneurial mindset), inovasi dalam manajemen pendidikan, serta kemampuan menciptakan konten edukatif yang menarik dan sesuai dengan kebutuhan audiens. Selain itu, dukungan kelembagaan, ketersediaan sumber daya manusia yang kompeten, pemanfaatan teknologi digital, serta kolaborasi antara berbagai pemangku kepentingan menjadi faktor pendukung yang menentukan keberlanjutan program edukasi berbasis media sosial.

Integrasi nilai-nilai kewirausahaan dalam pendidikan juga berperan penting dalam membentuk individu yang kreatif, inovatif, adaptif, dan mampu menciptakan peluang di

tengah perubahan sosial dan perkembangan teknologi. Melalui penerapan strategi pembelajaran berbasis pengalaman, pemanfaatan media sosial secara produktif, serta penguatan kompetensi digital, komunitas belajar dapat berkembang menjadi lebih mandiri dan berdaya saing.

Oleh karena itu, lembaga pendidikan dan komunitas belajar perlu mengembangkan strategi pengelolaan media sosial yang terencana, berorientasi pada kebutuhan pengguna, dan didukung oleh kebijakan yang adaptif terhadap perkembangan teknologi. Penelitian selanjutnya dapat mengkaji implementasi model transformasi media sosial sebagai pusat edukasi visual secara empiris pada berbagai jenjang pendidikan dan komunitas belajar untuk mengukur efektivitasnya dalam meningkatkan kualitas pembelajaran, keterlibatan masyarakat, serta keberlanjutan ekosistem pendidikan digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Amiruddin, A. (2022). Pendidikan Toleransi Solusi Keragaman Beragama (Analisis Surat Al-An'am Ayat 108). *Jurnal Pendidikan Dan Konseling (JPDK)*, 4(6), 10573–10578.
- Anggita, N. R., & Sulistyorini. (2025). Pemanfaatan Media Sosial untuk Meningkatkan Branding Lembaga Pendidikan: Tinjauan Sistematis 2021-2024. *Didaktika: Jurnal Kependidikan*, 14(4 Nopember), 6769–6786.
<https://doi.org/10.58230/27454312.3139>
- Asbari, M. (2026). Pengaruh Kewirausahaan Mahasiswa terhadap Kinerja Belajar : Systematic Literature Review. *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis (JISMAB)*, 3(1), 63–79.
- Burhan, L. I. (2025). Peningkatan Daya Saing UMKM melalui Strategi Branding dan Digital Marketing Berbasis Media Sosial. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Inovasi Teknologi Tepat Guna*, 1(02), 56–62.
<https://doi.org/10.63982/9n5kd859>
- Caroline, E., Fitriyani, R., & Sihombing, I. R. (2026). *Literature Review : Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Motivasi Berwirausaha Terhadap Minat Berwirausaha Mahasiswa Di Indonesia*. 2, 244–262.
- Effendy, A. A., Sunarsi, D., & Wicaksono, W. (2024). Peluang Bisnis Gen Z di Era Digital: Tinjauan Literatur Sistematis. *Lensa Ilmiah –Jurnal Manajemen Dan Sumberdaya* (, 4(2).
- Felix, A., Sutrisno, J., Bernanda, D. Y., Makarawung, R. J. N., Kembau, A. S., & Hong, K. (2025). Literasi Digital Dan Kewirausahaan:

- Mempersiapkan Generasi Muda Menghadapi Tantangan Bisnis Digital. *Jurnal Pengabdian Dan Kewirausahaan*, 9(1), 65–74.
<https://doi.org/10.30813/jpk.v9i1.8245>
- Kholid, I. (2025). INTEGRASI PENDIDIKAN KARAKTER DAN KEWIRAUSAHAAN DI SEKOLAH DASAR: SINTESIS PENDEKATAN KURIKULER-EKSTRAKURIKULER. *GENIUS: JURNAL INOVASI PENDIDIKAN DAN PEMBELAJARAN*, 3(2), 1–11.
- Monter, B. G. M., Culminas, C. J. C., Milan, V. E. N., Borja, A. H. R., Navarro, R. D., Coro, D. R., ... Bunga, Z. S. (2026). A Qualitative Study on the Lived Experiences of Young Mothers Transitioning from Schooling to Early Parenthood. *International Journal of Education, Research, and Innovation Perspectives*, 2(3), 1971–1980.
- Muhammad Ariqsyah, Ganefri, Asmar Yulastri, Nizwardi Jalinus, J. M. (2025). MENINGKATKAN KEWIRAUSAHAAN PEMUDA MELALUI PENDIDIKAN VOKASIONAL : TINJAUAN LITERATUR SISTEMATIS TENTANG KETERAMPILAN DAN NIAT KEWIRAUSAHAAN. *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 19(1), 43–56.
<https://doi.org/10.20961/jkb.v27i1.58934.3>
- Nabila, A. B., Sianipar, B. H., Ganefri, G., Yulastri, A., & Firanda, Y. A. (2025). Evaluasi Pembelajaran Kewirausahaan di Pendidikan Tinggi: Sebuah Systematic Literature Review Terhadap Studi Terindeks Scopus. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 8(8), 8815–8824.
<https://doi.org/10.54371/jiip.v8i8.8729>
- Nashrullah, M., Rahman, S., Majid, A., & Hariyati, N. (2025). TRANSFORMASI DIGITAL DALAM PENDIDIKAN INDONESIA: ANALISIS KEBIJAKAN DAN IMPLIKASINYA TERHADAP KUALITAS PEMBELAJARAN. *MUDIR (Jurnal Manajemen Pendidikan)*, 7(1).
<https://doi.org/10.55352/mudir>
- Ndruru, N. (2026). Tinjauan Literatur tentang Strategi Manajemen Krisis di Era Media Sosial. *FAATUATUA PUBLISHER*, 1(1). Retrieved from <https://10.XXXXXX/XXXX>
- Nurhaliza, N., Akbar, M. F., & Putri, M. L. (2025). Peranan Konten Instagram dalam Mendorong Partisipasi Mahasiswa terhadap Kampanye Sustainable Beauty Brand sebagai Bentuk sarana Edukasi Keberlanjutan. 402–410.
- Nurhidayati, R., & Thaufani, A. (2025). MENDORONG LITERASI DIGITAL GURU MELALUI MANAJEMEN PENDIDIKAN: TINJAUAN LITERATUR. *JURNAL MANAJEMEN PENDIDIKAN*, 10(3).

<https://doi.org/10.34125/jmp.v10i3.926>

mampu mengembangkan kreativ.
6(7), 10749–10763.

Roosinda, Fitria Widiyani, et al. (2021).

Metode Penelitian Kualitatif.

Yogyakarta: Zahir Publishing.

Sahabuddin, R., & Bado, B. (2025).

Integrasi Kewirausahaan dalam

Kurikulum Mahasiswa Sarjana

Pendidikan Non-Ekonomi: Sebuah

Systematic Literature Review.

Economics and Digital Business

Review, 7(1), 359–370.

Satriya, R. R., Avivah, A. R., Muttaqin,

M. F., Amaliyah, R., & Rahmawati,

I. D. (2024). *Pendidikan*

Kewirausahaan Di Era Digital :

Menyiapkan. 7(2), 191–202.

Westari, N., & Sumarsono, R. B. (2025).

Tantangan dan Peluang

Transformasi Manajemen

Pendidikan di Era Digital (Tinjauan

Literatur Sistematis). *Proceedings*

Series of Educational Studies.

Wujarso, R., & Pratiwidewi, M. (2025).

Integrasi Manajemen Pengetahuan

Dan Transformasi Digital : Sebuah

Tinjauan Pustaka Sistematis. *Startup*

Journal - Jurnal Penelitian Program

Studi Bisnis Digital, 2(1), 11–16.

Yani, A., & Azzaakiyyah, H. K. (2025).

MASYARAKAT DI ERA EKONOMI

DIGITAL Perkembangan ekonomi

digital di Indonesia telah

menghadirkan peluang dan

tantangan baru bagi pelaku usaha

mikro . Era digital menuntut

kemampuan adaptasi yang tinggi

terhadap Pelaku usaha mikro