



Fungsi Media Sosial Instagram pada Akun @sdialfalah_bjm dalam Penerimaan Siswa Baru Tahun 2024

Keukeu Amalia Rizky Banjarsari Dinarja¹, Sarwani²

^{1,2}Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Lambung Mangkurat,
Kota Banjarmasin

Surel: 2110414310065@mhs.ulm.ac.id

Abstrak. "Fungsi Media Sosial Instagram Pada Akun @sdialfalah_bjm Dalam Penerimaan Siswa Baru Tahun 2024" ditulis oleh Keukeu Amalia Rizky Banjarsari Dinarja Nim 2110414320065. Dosen Pembimbing Sarwani. Penelitian ini membahas fungsi media sosial Instagram, khususnya pada akun @sdialfalah_bjm, dalam konteks penerimaan siswa baru tahun 2024 di Sekolah Dasar Islam Al-Falah Banjarmasin. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana media sosial dapat berperan dalam meningkatkan citra sekolah di tengah persaingan yang ketat di dunia pendidikan. Metode penelitian melalui pendekatan kualitatif, data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, yang mengindikasikan bahwa pemanfaatan Instagram secara optimal bisa meningkatkan daya tarik sekolah di mata orang tua dan calon siswa baru. Hasil Penelitian diperoleh kesimpulan: Fungsi media sosial Instagram pada akun @sdialfalah_bjm dalam penerimaan siswa baru tahun 2024 adalah sebagai media komunikasi online, sarana promosi, menghubungkan banyak orang dan memberikan informasi serta berita. Melalui Media Sosial Instagram dengan akun @sdialfalah_bjm melalui pemasaran digital dapat meningkatkan jumlah rombongan belajar di tahun 2024 menjadi 2 buah dan terlihat dari followersnya 872 orang.

Kata Kunci: Fungsi Instagram, Akun @sdialfalah_bjm

Cara Sitasi: Dinarja, K. A. R. B., & Sarwani (2025). *Fungsi Media Sosial Instagram pada Akun @sdialfalah_bjm dalam Penerimaan Siswa Baru Tahun 2024*. JURNAL PERSUASI, 2(2), 20-27.

PENDAHULUAN

Sekolah Dasar Islam (SDI) Al-Falah di Banjarmasin menghadapi tantangan dalam jumlah penerimaan siswa baru, dengan penurunan tercatat pada tahun 2020 dibandingkan tahun 2019. Meskipun sempat terjadi penurunan, terdapat tren kenaikan jumlah siswa baru dalam empat tahun terakhir, dari 20 siswa pada tahun 2021 menjadi 36 siswa pada tahun 2024. Menghadapi persaingan antar sekolah, SDI Al-Falah berinovasi dalam strategi promosi untuk meningkatkan minat masyarakat.

Permasalahan dan Solusi Kekhawatiran akan penurunan jumlah siswa mendorong SDI Al-Falah untuk memanfaatkan media sosial sebagai sarana promosi, khususnya Instagram dengan akun @sdialfalah_bjm, selain upaya konvensional seperti pemasangan spanduk. Pemilihan Instagram didasarkan pada tingginya jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia, dimana Instagram menempati posisi kedua dengan 86,5% pengguna pada tahun 2023. Media sosial dianggap efektif bagi orang tua dalam mencari informasi sekolah, membandingkan fasilitas, kurikulum, reputasi, serta berinteraksi dengan pihak sekolah dan orang tua lainnya Fokus dan Tujuan Penelitian Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui fungsi media sosial Instagram, melalui akun @sdialfalah_bjm, dalam penerimaan siswa baru di SDI Al-Falah Kota Banjarmasin pada tahun 2024 Manfaat Penelitian Diharapkan penelitian ini dapat memberikan kajian teoritis mengenai fungsi Instagram sebagai media komunikasi online, sarana promosi, penghubung, dan sumber informasi dalam konteks penerimaan siswa baru. Selain itu, penelitian ini akan memberikan gambaran praktis mengenai fungsi akun Instagram @sdialfalah_bjm dalam proses tersebut.

METODE

Penelitian ini akan dilaksanakan dengan menggunakan pendekatan kualitatif yang dirancang secara sistematis untuk memahami secara mendalam fungsi media sosial Instagram (@sdialfalah_bjm) dalam proses penerimaan siswa baru di Sekolah Dasar Islam Al Falah Banjarmasin pada tahun 2024. Menggali makna dan perspektif dari berbagai informan kunci (Kepala Sekolah, Staf Tata Usaha, Guru) dan informan tambahan (orang tua siswa baru) melalui wawancara mendalam. Mengumpulkan data kontekstual melalui observasi terhadap aktivitas akun Instagram dan proses penerimaan siswa baru, serta dokumentasi data pendukung. Menganalisis data secara komprehensif melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Menjamin keabsahan data melalui teknik triangulasi, baik triangulasi metode (menggunakan kombinasi wawancara, observasi, dokumentasi) maupun triangulasi sumber (melibatkan beragam informan). Dengan demikian, metode penelitian yang terstruktur ini menyediakan kerangka kerja yang tepat untuk menjawab pertanyaan penelitian mengenai fungsi media sosial Instagram dalam meningkatkan citra sekolah dan mendukung penerimaan siswa baru, dengan fokus pada studi kasus di SDI Al Falah. Pelaksanaan penelitian yang terjadwal dari Juni hingga September 2024 di lokasi penelitian akan memastikan pengumpulan data yang relevan dan mendalam.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Media sosial Instagram akun @sdialfalah_bjm terbukti berfungsi secara efektif sebagai media komunikasi online, sarana promosi yang dominan, penghubung audiens, dan sumber informasi serta berita dalam proses penerimaan siswa baru di SD Islam Al-Falah Banjarmasin. Penggunaan Instagram ini berkontribusi signifikan terhadap

peningkatan jumlah siswa baru dari tahun ke tahun, khususnya kenaikan 33% pada tahun 2024. Meskipun efektif, disarankan adanya optimalisasi konten melalui peningkatan frekuensi dan kreativitas postingan untuk memaksimalkan jangkauan dan daya tarik sekolah.

Penelitian ini menunjukkan bahwa akun Instagram @sdialfalah_bjm milik SD Islam Al-Falah Banjarmasin (sekolah swasta, akreditasi B, berdiri 2009, dengan visi Islami dan program unggulan berbasis agama) memiliki empat fungsi utama dalam penerimaan siswa baru tahun 2024 Media Komunikasi Online: Memfasilitasi interaksi dua arah dengan calon siswa/orang tua (872 pengikut) Sarana Promosi (Paling Dominan): Menyebarkan informasi keunggulan dan kegiatan sekolah untuk menarik minat. Penghubung Banyak Orang: Meningkatkan jangkauan dan interaksi (likes, shares). Sumber Informasi & Berita: Menyediakan detail PSB dan aktivitas sekolah. Dampak utama penggunaan Instagram ini adalah peningkatan signifikan jumlah siswa baru, khususnya kenaikan 33% pada tahun 2024 (dari 27 menjadi 36 siswa) dibandingkan tahun 2023, melanjutkan tren positif sejak 2020. Meski berhasil, disarankan agar sekolah meningkatkan frekuensi dan kreativitas konten Instagram untuk hasil yang lebih optimal.

Tabel 1. Informan Penelitian

Informan Penelitian			
No	Nama	Jabatan	Jenis Informan
1.	Junaidi HS,S.Pd.i	Kepala Sekolah	Informan Kunci 1
2.	M.Hendra Gandi,S.kom	Staf Tata Usaha	Informan Kunci 2
3.	Dewi <u>Danasartika,S.Pd.i</u>	Guru Mapel	Kunci Informan 3
4.	Emi Fitriani	Orang tua murid dari <u>M.Qaisar</u>	Kunci Informan 4
5.	Apri Felnaldi	Orang tua murid dari <u>M.Albiru Quhafa</u>	Kunci Informan 5

Pembahasan

Sekolah Dasar Islam (SDI) Al Falah, yang berlokasi di Jalan Raya Yudistira No.1 RT. 42, Komplek Bumi Pemurus Permai, Kelurahan Pemurus Dalam, Kecamatan Banjarmasin Selatan, Kota Banjarmasin, Provinsi Kalimantan Selatan, dengan koordinat Lintang -3.3529 dan Bujur 114.6179, berdiri di atas tanah dan bangunan seluas 1.112 m². Didirikan pada tahun 2009, pendirian sekolah ini merupakan respons atas permintaan para orang tua murid yang anak-anaknya telah menyelesaikan pendidikan di TK Islam Al-Falah dan adanya kebutuhan untuk melanjutkan pendidikan Islam di jenjang selanjutnya. Pada awalnya, kegiatan belajar mengajar dilakukan dengan meminjam gedung TK, namun seiring dengan bertambahnya jumlah siswa, SDI Al Falah secara bertahap membangun

fasilitas gedungnya sendiri. Sekolah ini secara berkelanjutan berupaya meningkatkan kualitas pendidikannya melalui berbagai strategi, termasuk menjalin kerjasama dengan masyarakat dan dinas pendidikan.

SDI Al Falah Banjarmasin, dengan Nomor Pokok Sekolah Nasional (NPSN) 30314302 dan Nomor Statistik Sekolah (NSS) 102156001070, merupakan lembaga pendidikan dasar swasta yang telah terakreditasi B (Baik). Sekolah ini berada di bawah naungan Yayasan Al-Hidayah Banjarmasin dan dapat dihubungi melalui nomor telepon 0511-6779185 serta alamat email sdialfalah2021@gmail.com. Fasilitas belajar mencakup 7 ruang kelas untuk jenjang kelas 1 hingga kelas 6. Visi SDI Al Falah adalah "Mewujudkan generasi Islami yang Beriman, Berakhlak Mulia, Unggul dan Mandiri." Untuk mencapai visi tersebut, sekolah mengemban beberapa misi, yaitu: menyelenggarakan pendidikan berkarakter Islami; menerapkan sikap jujur dan mandiri dalam kehidupan sehari-hari; mewujudkan Panca Budaya 5 S (Senyum, Salam, Sapa, Sopan dan Santun); menanamkan nilai-nilai Agama dan budaya lokal dalam pembelajaran; mengembangkan minat dan bakat siswa dalam prestasi akademik serta non-akademik; membekali siswa kemampuan memecahkan masalah dan bertanggung jawab; serta memberikan pengetahuan dasar Bahasa Asing. Visi dan misi ini disosialisasikan kepada siswa, salah satunya pada tahun 2024.

Struktur organisasi sekolah untuk tahun ajaran 2023/2024 dipimpin oleh Kepala Sekolah, Junaidi HS, S.Pd.I, dengan Wakil Kepala Sekolah Wedha Pramuwijayatno, S.Psi. Bagian Tata Usaha dikelola oleh M. Hendra Gandi, S.Kom, dan perpustakaan oleh A. Jailani, S.Ag. Tenaga pendidik terdiri dari guru mata pelajaran dan guru kelas, termasuk di antaranya Dewi Dana Sartika, S.Pd.I, Amelia Fitriani, S.Pd.I, dan lainnya, yang berdedikasi dalam proses belajar mengajar. Jumlah siswa di SDI Al Falah menunjukkan tren peningkatan. Pada tahun 2023, total siswa berjumlah 133 orang, yang terdiri dari 79 siswa laki-laki dan 54 siswa perempuan. Pada tahun 2024, jumlah siswa meningkat menjadi 144 orang, dengan rincian 84 siswa laki-laki dan 60 siswa perempuan. Peningkatan signifikan terlihat pada penerimaan siswa kelas 1, yang pada tahun 2023 berjumlah 27 siswa, dan meningkat menjadi 36 siswa pada Agustus 2024, menunjukkan kenaikan sebesar 33,3% atau 9 siswa.

Kegiatan pembelajaran di SDI Al Falah mengacu pada kurikulum Sekolah Dasar Umum dengan penambahan muatan pendidikan berbasis Agama Islam, seperti Bahasa Arab Melayu, Baca Tulis Al Quran (BTA) Metode UMMI, pelaksanaan shalat wajib berjamaah, dan shalat sunah Dhuha. Selain itu, sekolah juga menawarkan berbagai kegiatan ekstrakurikuler pilihan untuk mengembangkan minat dan bakat siswa, di antaranya Rebana, Futsal, Mewarna/Menggambar, Karate, Olimpiade Matematika/IPAS, dan Multimedia. Kegiatan ekstrakurikuler ini dilaksanakan pada hari Jum'at dan Sabtu, bersifat wajib, dan disesuaikan dengan bakat serta minat siswa. Program-program ini, seperti pembiasaan shalat Dhuha dan bimbingan tata cara shalat Zuhur berjamaah yang baik dan benar, secara langsung mendukung pengembangan visi dan misi sekolah.

Sebuah penelitian dilakukan untuk mengkaji fungsi media sosial Instagram, melalui akun @sdalfalah_bjm, dalam penerimaan siswa baru (PPDB) tahun 2024. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram memiliki beberapa fungsi krusial. Pertama, sebagai media komunikasi online. Muhammad Hendra Gandi, selaku admin, dan Dewi

Dana Sartika, seorang guru, menyampaikan bahwa sekolah menggunakan Instagram untuk menyebarkan informasi PPDB, membagikan foto dan video kegiatan sekolah, serta berinteraksi dengan masyarakat melalui kolom komentar dan fitur chat. Orang tua siswa, seperti Ibu Emi.F dan Bapak Apri.F, juga mengonfirmasi bahwa mereka dapat dengan mudah berinteraksi dan mendapatkan informasi melalui akun tersebut, bahkan ulasan dari pengguna lain turut memengaruhi keputusan mereka.

Komunikasi *online* ini, menurut Achmad S. Ruky (dalam Ivony, 2017), merupakan proses pemindahan pesan yang efektif dan mampu membangun kepercayaan melalui interaksi dialogis (Kriyantono, 2015). Observasi pada akun @sdalfalah_bjm menunjukkan adanya interaksi tanya jawab mengenai biaya sekolah dan kuota siswa, serta jumlah pengikut mencapai 872, yang menandakan jangkauan komunikasi yang cukup luas.

Kedua, Instagram berfungsi sebagai sarana promosi. Kepala Sekolah, Junaidi HS, S.Pd.I, menyatakan bahwa akun Instagram digunakan untuk menyebarkan informasi mengenai keunggulan sekolah dan menarik minat orang tua. Dewi Dana Sartika menambahkan bahwa promosi difokuskan pada keunggulan program keagamaan seperti pelajaran Bahasa Arab, BTA, Arab Melayu, Hadist, dan Fikih. Bapak Apri.F, orang tua siswa, merasakan bahwa informasi yang menarik di Instagram menjadi salah satu faktor pendorong. Hal ini sejalan dengan penelitian Yanuarita Dewi & Desnia Ade (2023) serta Alifia Rahma Putri, dkk (2024) yang menunjukkan pengaruh positif media sosial sebagai alat promosi terhadap peningkatan jumlah peserta didik. Data jumlah siswa baru kelas 1 SDI Al Falah menunjukkan peningkatan dari 21 siswa pada tahun 2019 menjadi 36 siswa pada tahun 2024, setelah penggunaan Instagram dimulai pada tahun 2019. Aktivitas promosi PPDB di Instagram mendapatkan respon positif berupa "*like*" dan pembagian ulang (*share*) dari pengguna.

Ketiga, Instagram mampu menghubungkan banyak orang. Dewi Dana Sartika menjelaskan bahwa kegiatan sekolah ditampilkan melalui reel, story, atau siaran langsung (*live*) agar dapat dilihat oleh masyarakat luas. Ibu Emi.F, orang tua siswa, menyatakan bahwa ia dapat melihat dan memberikan komentar, yang menunjukkan adanya keterhubungan antar pengguna. Dengan 872 pengikut, setiap unggahan berpotensi menjangkau banyak orang secara bersamaan, memfasilitasi interaksi dan penyebaran informasi lebih lanjut.

Keempat, Instagram menjadi tempat mencari informasi serta berita. Junaidi HS, S.Pd.I, Muhammad Hendra Gandi, dan Dewi Dana Sartika menjelaskan bahwa informasi mengenai PPDB, jadwal, persyaratan, keunggulan sekolah (seperti ekstra kurikuler tahfiz dan pembelajaran UMMI), serta aktivitas siswa terkini disebarluaskan melalui Instagram. Orang tua siswa, seperti Ibu Emi dan Bapak Apri.F, juga aktif menggunakan Instagram untuk mencari informasi awal mengenai sekolah. Dokumentasi pada akun @sdalfalah_bjm menunjukkan unggahan mengenai informasi PPDB, kegiatan shalat Dhuha, market day, Jumat bersih, dan pramuka. Pemanfaatan Instagram ini sejalan dengan teori pemasaran digital Andrew T. Stephen (2022, dalam Randy.S dan Faizal.A, 2024) dan penelitian Hasan Sazali dkk. mengenai peran media sosial dalam meningkatkan citra lembaga pendidikan.

Pembahasan penelitian ini, yang didukung oleh triangulasi metode (wawancara, dokumentasi, observasi) dan sumber (Kepala Sekolah, admin, guru, dan orang tua siswa), menyimpulkan bahwa fungsi media sosial Instagram pada akun @sdalfalah_bjm yang

paling dominan dalam penerimaan siswa baru tahun 2024 adalah sebagai media promosi. Peningkatan jumlah siswa baru, khususnya di kelas 1, dari 17 orang pada tahun 2020 menjadi 36 orang pada tahun 2024 (kenaikan 33% dari tahun 2023), menunjukkan dampak signifikan dari upaya promosi digital ini. Instagram memungkinkan sekolah menjangkau audiens yang luas dengan biaya yang lebih efisien, sebagaimana diungkapkan Dave Kerpen (2011) mengenai fungsi media sosial sebagai platform interaksi dan penyebaran konten. Meskipun demikian, hasil observasi dan dokumentasi menunjukkan bahwa frekuensi unggahan foto, video, dan reel story pada akun @sdalfalah_bjm masih dapat ditingkatkan. Disarankan agar pihak sekolah menetapkan target unggahan secara berkala dan mendorong admin untuk lebih inovatif dan kreatif dalam menyajikan konten, sehingga akun Instagram sekolah menjadi lebih menarik, selalu terbaru, dan semakin dikenal luas oleh masyarakat.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan diperoleh kesimpulan:

1. Fungsi media sosial instagram pada akun @sdalfalah_bjm dalam penerimaan siswa baru tahun 2024 adalah sebagai media komunikasi *online*, sebagai sarana promosi terutama saat penerimaan siswa baru, sebagai media yang dapat menghubungkan banyak orang, sebagai media yang memberikan informasi serta berita.
2. Fungsi instagram pada akun@sdalfalah_bjm, yang paling dominan adalah sebagai sarana promosi sekolah terutama saat penerimaan siswa baru,dengan 872 followers, terlihat di tahun 2024 peningkatan jumlah siswa baru sebanyak 33% dari tahun sebelumnya dan jumlah rombongan belajar di tahun 2024 menjadi 2 buah rombongan belajar dengan jumlah siswa 36 siswa.

DAFTAR PUSTAKA

- Ambar(2017),*TeoriNewMedia-Pengertian-Latar Belakang*, Pakarkomunikasi.com
<https://pakarkomunikasi.com/teori-new-media>
- APJII (2024). *Penggunaan Internet Indonesia Tembus 221 Orang*.
<https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internetindonesia-tembus-221-juta-orang>
- Creswell, J.W (2013) *Reasea Disain:Qualitative, Quantitative, and Mixd Methods Approaches*. Edisi 3. Thousand Oaks, CA: Sage Publication
- Creswell, J.W (2020) *Penelitian Kualitatif dan Desain Riset: Memilih Di antara Lima Pendekatan*. Edisi 4, Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Fairuz Fara.D, Hanifah.U & Ningsih Titick.S (2024). *Pemanfaatan Media Sosial Intagram @Edukasiparlemen Dalam Meningkatkan Citra*, Universitas Tama Jagakarsa Vol. 24 No. 1
- Faktor-Faktor dan Perusahaan*
- Habibah.A & Hidayati.D (2023). *Pemanfaatan Media Sosial Dalam Upaya Meningkatkan Penerimaan Siswa Baru di SMA Swasta*, Academy of Education Jurnal Vol.14 No

- Handayani.A & Widiawati.K (2021) *Promosi Sekolah Melalui Media Dalam Penerimaan Siswa Baru Pada SDIT Qurrota Ayun Cikarang Barat*, Jurnal Mahasiswa Bina Insani Vol. 6 No.1
- Hidayat. R & Abdilah (2019), *Ilmu Pendidikan "Konsep, Teori dan Aplikasinya"*, Lembaga Peduli Pengembangan Pendidikan Indonesia (LPPPI), Medan
- Hira.A (2023), *Mengenai Brand Image, Apa Manfaat bagi Perusahaan*, Markplus Institute <https://geotimes.id/opini/definisi-kekuatan-hard-power-dan-soft-power>
- Trianto.R (2024), *4 Tujuan Komunikasi dalam Perspektif perubahan sosial*, <https://markplusinstitute.com/explore/cara-membangun-brand-image/>
<https://www.djkn.kemenkeu.go.id/>
<https://www.referensisiswa.my.id/>
- Humas SMAU CT Foundation Sebagai Media Informasi Dan Publikasi Dalam Meningkatkan Citra Lembaga Pendidikan, Jurnal Ilmu Komunikasi
- Imaroh, Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran, Vol. 7 No. 3
- Indrianto B.J (2021), *Pentingnya Komunikasi Efektif di Dalam Suatu Organisasi*,
- Ivony(2017), 35 Pengertian Komunikasi Menurut para , 35 Pengertian Komunikasi Menurut Para Ahli - PakarKomunikasi.com
- Karamang.E (2022). *Pengaruh Social Media Marketing Dan Brand Image Terhadap Keputusan Memilih Pada Sekolah Bisnis Di Bandung*, Universitas Indonesia Membangun Vol. 5 No.1
- Kementerian Keuangan
- Kriyantono.R (2015), *Public Relations issue & crisis magement pendekatan critical public Relation, Etnografi Kritis & Kulitatif*, Kencana Jakarta
- Mukhadis.A,Ibnu.S& Dasna .w (2003), *Dasar-Dasar Metodologi penelitian*, Penerbit Ardi, Yogyakarta
- MY. Mahmud, Hayat.N, Chaniago.F & Erlianto.M (2022). *Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Sekolah*, UIN Sultan Thaha Saifuddin Jambi, Jurnal Pendidikan Agama Islam, Vol. 5 NO. 1.
- Nandy (2024), *Manfaat Media Sosial Untuk Kehidupan Sehari-hari*, Gramedia Jakarta <https://www.gramedia.com/literasi/manfaat-media-sosial/>
- PondokSurvayer(2018) PengertianCitra, <https://pondoksurveyor.com/pengertian-citra/>
- Nasih. M & Ghozaly Abdul. H (2021). *Analisis Penggunaan Media Sosial Dalam Perekrutan Peserta Didik Baru Di SMP Plus Darussalam Blockagung Tegalsari Banyuwangi*.Jurnal Mangemen Pendidikan Islam Darussalam (JMPID) Vol. 3, No.2
- Octora, H., & Alvin, S. (2022). *Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Digital Pada Proses Penerimaan Mahasiswa Baru Untar*. Professional: Jurnal Komunikasi dan Administrasi Publik, 9(2), 261-270.
- Pranata R, Priyantno. A & Ramdhan .M.R (2024). *Kompetensi Kepala Sekolah Dalam Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Membangun Citra Sekolah Di SMK Ibnu Aqil Bogor*, Karimah Tauhid, Vol.3 No. 6
- Pusitaningtyas. A (2016). *Pengaruh Komunikasi Orang Tua dan Guru Terhadap Kreativitas Siswa*, Universitas Muhammadiyah Siduarjo
- Putri Alifa.R, Kosim.A & Abidin.J (2024) *Pengaruh Media Sosial Sebagai Alat Promosi Terhadap Peningkatan Peserta Didik Di Madrasah Aliyah Al-*
- Renita (2024), *Pengertian Citra (Image) adalah Menurut Para Ahli, Jenis-Jenis*,
- Riyanto D.A(2023). *Hootsuite (We Are Social): Indonesia Digital Report 2023*. <https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia>
- Rumah Produksi (2023), *Media sosial Menurut Para ahli*.

- <https://rumahproduksiindonesia.com/category/uncategorized/>
- Sahi, A. (2021). *Pemanfaatan Instagram Ads untuk Optimalisasi Digital Marketing di Lingkungan LP3I*. Jurnal Manajemen Informatika, 8(2), 123-134.
- Saputra .R & Pulungan, Purnama Adiprasetya.F (2024), *Proyek Pemasaran Digital di Media dan E-Commerce Melalui Pembuatan Content Marketing dan Advertising Campingn Untuk Meningkatkan Brand Awerness Rachel*, Jurnal Riset Ilmu Managemendsn Kewirausahaan Vol.2 No.5
- Saputra Hari.D.M (2017) Definisi Kekutan : *Hard Power dan Soft Power*
- Sarwendah (2018), *Sistem Pendaftaran Siswa Baru Pada SMPN 1 Kelapa Berbasis Web*, Jurnal SISFOKOM Vol. 7 No.2
- Sazali.H & Sukriah .A (2021). *Pemanfaatan Media Sosial (Instagram) Oleh SDI AL Falah Banjarmasin* (2023). *Profil Sekolah Dasar Islam Al Falah Banjarmasin Tahun 2023/2024*. Banjarmasin
- Sugiyono(2016), *Konsep Dasar Penelitian Ilmiah*, Alfabeta, Yogyakarta Yaumi.M(2018), *Teori dan Praktek Media Baru*, Prenada Media
- Waruwu M (2023). *Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif. Metode Penelitian Kuantitafi Dan Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method)*. Magister Administrasi Pendidikan, Universitas Kristen Satya Wacana. Vol.7 No. 1
- Windasari Pratiwi.l, Prasetyo B.A & Mubarak H.A (2023), *Perancangan Sistem Penerimaan Peserta DIdidk Baru Berbasis Web Pada MTS Nahdlatusy Syubban Sayung Demak*, Jurnal Teknik Komputer Vol.2 No.1
- Yanuarita, D., & Desnia, A. (2023). *Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Melalui Media Sosial Instagram sebagai Sarana Promosi di Sekolah Alam Kebun Tumbuh*. Jurnal Penelitian Inovatif, 3(2), 245-256.
- Yusanda, A., Darmastuti, R., & Huwae, G. N. (2021). *Strategi Personal Branding Melalui Media Sosial Instagram (Analisis Isi pada Media Sosial Mahasiswa Universitas Kristen Satya Wacana)*. Jurnal Ilmu Komunikasi, 11(1), 1-12.
- Yvonna S &Denzin .N.K (2018) *The Sage Hanbook Of Qualitative Research*. Sage Publication.