

Strategi Promosi melalui Media Sosial dalam Meningkatkan Jumlah Siswa di SMP Fajrul Islam dalam Perspektif Islam

Sukarna

Prodi Ekonomi syariah, IAI-N Laa Roiba Bogor

sukarnama25@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine promotion strategies through social media in increasing the number of students at SMP Fajrul Islam, research methods. namely a descriptive qualitative method that emphasizes observing a phenomenon and researching more on the substance of the meaning of the phenomenon. The results of the study stated that in carrying out a promotion strategy to get students it could be done in two ways, namely 80% utilization of social media such as WhatsApp, Facebook. And Instagram. The 20% is done by going directly to the field promotions. The proper use of social media to promote schools is able to prove that schools can compete healthily to gain a good image in the eyes of society. The use of promotional social media can be done effectively and efficiently because it doesn't take up a lot of time so it can be done anytime and anywhere. continue to instill the most important religious teachings such as having a dhuha prayer program every morning, reading and writing the Koran, tahfidz qur'an, safinah books and muhadhoroh as a way to continue to instill Islamic Sharia in schools.

Keywords: *promotion strategy, social media, school institutions*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi promosi melalui media sosial dalam meningkatkan jumlah siswa di SMP Fajrul Islam, Metode penelitian. yaitu metode kualitatif deskriptif yang menekankan pada pengamatan suatu fenomena dan lebih meneliti pada substansi makna dari fenomena tersebut Hasil dari penelitian menyatakan bahwa dalam melakukan strategi promosi untuk mendapatkan siswa bisa dilakukan dengan dua cara yaitu 80% pemanfaatan media sosial seperti *whatsapp, facebook*. Dan *Instagram*. Untuk 20% nya dilakukan dengan promosi terjun langsung ke lapangan. Penggunaan media sosial secara tepat untuk mempromosikan sekolah mampu membuktikan bahwa sekolah dapat bersaing dengan sehat untuk mendapatkan citra nama baik di mata masyarakat. penggunaan media sosial promosi dapat dilakukan secara efektif dan efisien karena tidak menyita waktu banyak sehingga dapat dilakukan kapanpun dan dimanapun. tetap menanamkan pengajaran agama yang paling utama seperti adanya program sholat dhuha setiap pagi, baca tulis al-qur'an, tahfidz qur'an, kitab safinah dan muhadhoroh sebagai salah satu cara untuk tetap menanamkan Syariat Islam di sekolah.

Kata kunci: *strategi promosi, media sosial, lembaga sekolah*

PENDAHULUAN

Siswa merupakan orang yang secara resmi terdaftar untuk mengikuti pelajaran di dunia pendidikan (Sarwono, 2007:27). Siswa memiliki hak untuk memilih lembaga pendidikan yang sesuai dengan keinginannya, yang berkualitas dan juga bermutu. Pendidikan yang bermutu adalah pendidikan yang mampu menghasilkan lulusan yang memiliki kemampuan atau kompetensi, baik akademik maupun kejuruan yang dilandasi oleh kompetensi personal dan sosial, serta nilai akhlak mulia (Hari Sudrajad, 2005:15). Di era sekarang ini, perkembangan dan persaingan antar lembaga pendidikan sangatlah ketat. Banyak lembaga pendidikan yang berlomba untuk menunjukkan kualitas maupun kuantitas dari lembaga itu sendiri (Sinatra & Darmastuti, 2009). Dengan meningkatnya jumlah sekolah yang ada di lingkungan sekitar, tentu ada persaingan antar sekolah, untuk itu sebagai lembaga pendidikan perlu melakukan promosi melalui berbagai media, seperti brosur, iklan melalui media sosial dan cara lainnya agar mendapatkan siswa baru setiap tahun ajaran baru.

Pemasaran yang dilakukan lembaga pendidikan adalah promosi. Promosi merupakan kegiatan usaha untuk penyebarluasan informasi yang dilakukan untuk memperkenalkan sekolah kepada masyarakat dan kepada calon siswa baru nantinya agar mereka tertarik untuk mendaftar ke sekolah tersebut, dengan tujuan untuk meningkatkan jumlah siswa baru setiap tahunnya dan menciptakan citra sekolah yang bermutu dan juga berkualitas di mata masyarakat.

Dalam perkembangan pemasaran yang dilakukan tentu berhubungan dengan praktek muamalah yang sesuai dengan syariat Islam. Agama mengatur bagaimana beretika dalam menggunakan sebuah alat yang digunakan sebagai media pemasaran yang sesuai dengan prinsip syariah dan juga tidak merugikan orang lain. Kegiatan untuk promosi dapat menggunakan teknologi internet, karena teknologi internet lebih dekat dengan masyarakat. Dampak positif dari teknologi internet adalah kita dapat dengan mudah untuk membagikan dan mendapatkan sebuah informasi. Media sosial dilansir dari Good stats bahwasannya platform media sosial paling banyak digunakan oleh masyarakat tahun 2022 adalah whatsapp 80%, kemudian disusul oleh Instagram 78%, facebook 75% dan terendah adalah pinterest hanya 45%. Jelas penggunaannya sangat tinggi di masyarakat lembaga pendidikan hanya perlu membagikan konten berupa video, foto maupun tulisan yang berkaitan dengan strategi promosi lembaga pendidikan. Sehingga masyarakat hanya perlu mengaksesnya melalui akun media sosial lembaga pendidikan tersebut.

Sekolah pada dasarnya adalah sebuah lembaga formal yang dirancang untuk pengajaran siswa atau murid dibawah pengawasan pendidik atau guru. Bagi orang tua sekolah menjadi lembaga utama dalam mencerdaskan anak-anak, agar anak-anak mampu menggapai cita-citanya menjadi generasi penerus bangsa yang memiliki kecerdasan dan bermanfaat dimasa yang akan datang. Tentunya sebagai orang tua wajib untuk memilih lembaga sekolah yang terbaik untuk anaknya agar orang tua dapat dengan percaya kepada sekolah untuk mengajarkan dan

memberikan pendidikan kepada anaknya. Hal inilah yang menjadi dasar untuk para lembaga sekolah untuk melakukan promosi.

TINJAUAN PUSTAKA

Promosi

Strategi promosi adalah kegiatan perusahaan untuk mendorong penjualan dengan mengarahkan komunikasi-komunikasi yang meyakinkan kepada para pembeli (Moekijat 2000). Pendapat lain diutarakan oleh Lamb, Hair, McDaniel (2001: 146), strategi promosi adalah: "Rencana untuk penggunaan yang optimal dari elemen-elemen promosi: periklanan, hubungan masyarakat, penjualan pribadi dan promosi penjualan".

Tujuan Promosi

Menurut Kismono (2001:374), tujuan promosi yaitu:

- Memberikan informasi pada konsumen potensial mengenai produk yang ditawarkan kepada konsumen untuk dibeli dengan harga yang telah ditetapkan
- Untuk meningkatkan penjualan
- Menstabilkan penjualan
- Untuk membentuk citra produk
- Untuk memposisikan produk

Indikator Promosi

Menurut Kotler (2016:272) indikator-indikator promosi diantaranya:

- Pesan Promosi, pesan promosi Adalah tolak ukur seberapa baik pesan promosi dilakukan dan disampaikan kepada pasar.
- Waktu Promosi, waktu promosi Adalah lamanya promosi yang dilakukan oleh perusahaan.
- Frekuensi Promosi, frekuensi promosi Adalah jumlah promosi penjualan yang dilakukan dalam suatu waktu melalui media promosi penjualan.
- Media Promosi, media promosi Adalah media yang digunakan oleh perusahaan guna melaksanakan promosi.

Media Sosial

B.K Lewis (2010), dalam karyanya yang berjudul Social Media and Strategic Communication Attitudes and Perceptions among College Students yang terbit pada tahun 2010 menyatakan, bahwa media sosial merupakan suatu label yang merujuk pada teknologi digital yang berpotensi membuat semua orang untuk saling terhubung dan melakukan interaksi, produksi dan berbagi pesan.

Platform media sosial yang sering digunakan masyarakat setiap harinya seperti *whatsapp, facebook, tiktok* dan *Instagram*.

Jenis-Jenis Media Sosial

1. Layanan Blog, layanan Blog dapat dipahami sebagai jurnal pribadi yang ada internet, memiliki fungsi untuk membagikan catatan atau pandangan penggunaannya tentang berbagai isu tertentu. Pengguna media sosial jenis ini biasanya disebut sebagai narablog atau blogger. Contoh layanan blog yaitu seperti: WordPress, Blogger.
2. Layanan Jejaring Sosial (***Social Network***), layanan jejaring sosial merupakan salah satu jenis media sosial yang paling banyak digunakan masyarakat di berbagai belahan dunia saat ini. Salah satu jenis media sosial ini memiliki fungsi sebagai tempat berkumpulnya banyak orang untuk saling bersosialisasi. Dalam layanan ini, pengguna biasanya saling mengirim pesan, informasi, foto, hingga video. Contoh media sosial layanan jejaring sosial adalah Facebook, Whatsapp, Tiktok dan Instagram.
3. Layanan Blog Mikro (*Microblogging*), layanan blog mikro atau biasa disebut juga dengan microblogging. jenis media sosial ini menyajikan halaman yang lebih ringkas. Hal ini membuat layanan mikro blog memiliki kecepatan yang lebih baik dibandingkan layanan blog. Salah satu contoh layanan blog mikro adalah Twitter.
4. Layanan Berbagi Media (*Media Sharing*), layanan berbagi media atau biasa disebut juga dengan media sharing. jenis media sosial ini pada dasarnya memang memiliki fokus utama untuk membuat penggunaannya saling berbagi konten media seperti foto, audio, atau video. Salah satu contoh lain dari layanan berbagi media, yaitu Instagram, Flickr, dan lain sebagainya.
5. Layanan Kolaborasi, layanan kolaborasi ini sendiri digunakan untuk membuat pengguna saling mengajak pengguna yang lain untuk menciptakan suatu kontribusi. Tidak hanya mengajak, dalam layanan kolaborasi ini, pengguna biasanya diperbolehkan untuk membuat konten sekaligus melakukan koreksi terhadap isi konten dari 'anggota' dari situs tersebut. Salah satu contoh layanan kontribusi yang paling populer saat ini adalah Wikipedia. Wikipedia sendiri merupakan sebuah proyek ensiklopedia multibahasa dalam jaringan yang dioperasikan secara bebas dan terbuka. Layanan kontribusi ini dijalankan oleh Wikimedia Foundation, yang merupakan salah satu organisasi nirlaba yang terletak di Florida, Amerika Serikat.
6. Layanan Forum, Jenis layanan forum ini dapat dikatakan sebagai salah satu jenis media sosial yang telah lama muncul dan dikenal luas sejak lama. Layanan forum sendiri dapat digunakan pengguna sebagai tempat untuk membicarakan berbagai hal atau topik secara spesifik bersama pengguna lain dalam suatu ruang diskusi. Contoh media sosial layanan forum yaitu Kaskus, Quora, dan lain sebagainya.

Media sosial yang digunakan dalam penelitian ini yaitu whatsapp, facebook dan instagram, termasuk kedalam jenis media sosial kategori *social networking*.

Lembaga Pendidikan

Lembaga pendidikan dapat diartikan sebagai suatu institusi atau tempat dimana proses pendidikan atau belajar-mengajar berlangsung, diantaranya pendidikan di dalam keluarga, sekolah, dan masyarakat. Lembaga pendidikan juga dapat didefinisikan sebagai suatu organisasi yang dibentuk untuk mencapai tujuan tertentu, yaitu transfer ilmu pengetahuan dan budaya kepada individu untuk mengubah tingkah laku seseorang menjadi lebih dewasa dan memperoleh kehidupan yang lebih baik di masa depan.

Menurut Arikunto dan Yuliana (2008) perekrutan peserta didik baru merupakan peristiwa yang penting bagi sekolah, sebab penerimaan peserta didik baru ini merupakan cikal bakal menentukan kelancaran bagi sekolah. Maka dari itu pelaksanaan penerimaan peserta didik baru ini sekolah harus benar-benar ekstra memperhatikan kualifikasi dan kuantitasnya.

Pemasaran Dalam Perspektif Islam

Dalam Islam, pemasaran adalah disiplin bisnis strategi yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran dan perubahan nilai dari satu inisiator kepada penciptanya. Menurut prinsip syariah, kegiatan pemasaran harus dilandasi semangat beribadah kepada Tuhan Sang Maha Pencipta, berusaha semaksimal mungkin untuk kesejahteraan bersama, bukan untuk kepentingan golongan apalagi kepentingan sendiri. Islam agama yang mampu menyeimbangkan dunia dan akhirat, antara *hablum minallah* (hubungan dengan Allah) dan *hablum minannas* (hubungan sesama manusia). Dalam islam, tidak ada larangan bila seorang hamba memiliki rencana atau keinginan untuk memperjuangkan usahanya agar berhasil, dengan syarat tidak bertentangan terhadap ajaran Syariat Islam.

METODE PENELITIAN

Adapun metode penelitian yang penulis gunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif. Menurut Mukhtar (2013), Penelitian deskriptif kualitatif adalah sebuah metode yang digunakan peneliti untuk menemukan pengetahuan atau teori terhadap penelitian pada satu waktu tertentu.

Metode penelitian. yaitu metode kualitatif deskriptif yang menekankan pada pengamatan suatu fenomena dan lebih meneliti pada substansi makna dari fenomena tersebut, Penelitian juga menangkap, merekam, menganalisa data- data tersembunyi yang diterimanya dari obyek penelitian dan lingkungannya seperti Bahasa tubuh, Bahasa tutur, perilaku serta ungkapan yang berkembang dalam dunia dan lingkungan responden. Hal ini dilakukan dengan teknik pengumpulan data dengan cara wawancara, observasi, dan dokumentasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis data yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumentasi strategi promosi melalui media sosial yang dilakukan SMP Fajrul Islam, sebagai berikut:

Whatsapp

SMP Fajrul Islam memanfaatkan whatsapp sebagai media promosi sekolah karena bisa dapat langsung tergabung dengan orang-orang yang berada dilingkungan sekitar dan juga dapat terhubung dengan orang-orang berada diluar jangkauan. Hal ini dilakukan dengan bekerjasama dengan para dewan guru, orang tua murid dan juga siswa-siswi untuk membagikan moment-moment penting yang ada di SMP Fajrul Islam sebagai bukti kualitas yang di bangun disekolah dan menciptakan citra sekolah yang baik.

Promosi yang dilakukan dengan membagikan foto dan video kegiatan penting, mempromosikan penerimaan siswa baru, mempromosikan brosur, membagikan prestasi-prestasi yang diraih, dan kegiatan-kegiatan harian yang ada di SMP Fajrul Islam untuk dijadikan *story* di *whatsapp*. SMP Fajrul Islam juga memiliki akun *whatsapp* pribadi sebagai media yang akan terhubung dengan pihak luar.

Facebook

SMP Fajrul Islam memanfaatkan *facebook* sebagai media promosi, SMP Fajrul Islam membuat akun *facebook* pada tahun 2020 dengan nama (Fajrul Islamypfi), akun ini dibuat di masa pandemic covid dengan tujuan untuk mempromosikan kepada masyarakat luar karena tidak dapat bertemu secara langsung diakibatkan oleh pandemic *Covid 19* ini.

Hal-hal yang dibagikan di akun media facebook nya yakni mengenai kegiatan-kegiatan penting, program-program yang ada di SMP Fajrul Islam, video-video kegiatan, foto-foto kegiatan, foto-foto keadaan lingkungan sekolah, dan juga informasi-informasi terkait yang ada di SMP Fajrul Islam seperti jadwal penerimaan siswa baru.

Setelah 3 tahun berjalan akun facebook SMP Fajrul Islam memiliki jumlah pertemanan 1.326 orang teman. Dengan jumlah pertemanan yang banyak dapat dengan mudah untuk membagikan informasi mengenai sekolah kepada masyarakat. Dapat dilihat dari jumlah siswa yang mendaftar ke SMP Fajrul Islam itu meningkat. Akun media sosial inilah yang banyak digunakan oleh masyarakat sehingga SMP Fajrul Islam mampu mendapatkan pertemanan yang banyak melalui facebook.

Instagram

Instagram merupakan salah satu media sosial juga yang digunakan oleh SMP Fajrul Islam untuk mempromosikan yang memiliki fitur sama hal nya dengan whatsapp dan facebook yakni digunakan untuk membagikan kegiatan-kegiatan penting, program-program yang ada di SMP Fajrul Islam, video-video kegiatan, foto-foto kegiatan, foto-foto keadaan lingkungan sekolah, dan juga informasi-informasi terkait yang ada di SMP Fajrul Islam seperti jadwal penerimaan siswa baru.

Akun *instagram* SMP Fajrul Islam baru dibuat pada tahun 2022 dengan nama (@timmedia.FajrulIslam) yang baru memiliki perteman sekitar 266 orang teman. Dengan membuat akun media sosial ini diharapkan mampu menarik orang-orang untuk melihat SMP Fajrul Islam, Agar dapat dikenal oleh masyarakat yang jauh lebih luas.

Selain beberapa media sosial yang digunakan untuk melakukan promosi, SMP Fajrul Islam juga menempuh promosi terjun langsung kelapangan dengan cara :

Mengunjungi sekolah dasar (SD)

Hal ini dilakukan dengan cara bekerja sama dengan kepala sekolah dari Lembaga sekolah dasar untuk mengizinkan SMP Fajrul Islam mempromosikan sekolah disekolah tersebut. Dengan harapan ada beberapa siswa yang berminat untuk sekolah di SMP Fajrul Islam.

Memasang papan informasi sekolah

Hal ini dilakukan dengan pemasangan baliho mengenai SMP Fajrul Islam di beberapa titik di jalan raya. Agar para masyarakat atau orang tua dapat mengetahui keberadaan SMP Fajrul Islam dan berminat untuk memasukan anaknya ke SMP Fajrul Islam.

Menyebarkan brosur dan formulir

Hal ini dilakukan dengan cara menyebarkan brosur dan formulir kepada para alumni dan siswa siswi yang ada di SMP Fajrul Islam untuk mempromosikan kepada anak-anak yang ada di sekitar rumah mereka. Sebagai bentuk output yang pernah bersekolah di SMP Fajrul Islam dan sudah merasakan kelebihan dan kekurangannya bersekolah di SMP Fajrul Islam untuk ikut andil dalam mengembangkan sekolah.

Bekerjasama dengan masyarakat dan para tokoh agama

Dalam hal dilakukan terhadap masyarakat dan juga tokoh agama yang sudah merasakan manfaat dari memasukan anaknya di SMP Fajrul Islam sehingga dapat memberikan pengaruh baik terhadap orang tua yang baru akan memasukan anaknya ke SMP Fajrul Islam.

Oleh karena itu tujuan utama promosi melalui media sosial yang dilakukan oleh SMP Fajrul Islam adalah:

- Menyebarkan informasi mengenai SMP Fajrul Islam kepada masyarakat.
- Membentuk citra sekolah yang baik dimata masyarakat.
- Untuk meningkatkan jumlah siswa disetiap tahun ajarannya
- Menjadi pembeda dan mengunggulkan dibandingkan dengan sekolah lain dengan jenjang yang sama.
- Memperkenalkan program-program terbaik di SMP Fajrul Islam sebagai daya tarik kepada orag tua untuk memilih SMP Fajrul Islam sebagai tempat untuk mendidik anak-anak.

Dengan strategi promosi yang terarah mampu memberikan dampak yang baik terhadap perkembangan SMP Fajrul Islam terlihat dari naiknya jumlah siswa dan siswi baru. Siswa dan siswi di SMP Fajrul Islam ini bukan hanya dari lingkungan desa Gunung Bunder I dan Gunung Bunder II, ada juga siswa yang memang luar dari Desa Gunung Bunder bahkan luar dari Kecamatan Pamijahan. Adapun penurunan siswa dan siswi dikarenakan pada masa *Covid 19* yang penyebarannya cukup cepat sehingga para panitia tidak bisa terjun langsung kepada masyarakat, hanya bisa melalui penyebaran informasi melalui media sosial.

Dengan adanya strategi promosi melalui media sosial ini SMP Fajrul Islam memiliki alat pemasaran yang jelas untuk mengembangkan dan mengenalkan *brand market* barunya dikalangan anak-anak dan orang tua dengan inovasi yang baru. Ketika siswa baru meningkat maka ekonomi lembaga sekolah akan stabil sehingga sarana prasarana terus meningkat dan memadai, kualitas siswa pun akan bertambah baik.

KESIMPULAN

1. Strategi promosi melalui media sosial

Media sosial whatsapp, facebook dan Instagram dimanfaatkan oleh SMP Fajrul Islam untuk melakukan promosi sekolah dengan cara membagikan informasi mengenai SMP Fajrul Islam melalui foto dan video kegiatan, prestasi-prestasi yang diraih, program pembelajaran, program ekstrakurikuler, dan program pembiasaan setiap hari. Hal ini dibagikan melalui media sosial untuk menarik anak-anak dan juga orang tua. Penggunaan media sosial secara tepat untuk mempromosikan sekolah mampu membuktikan bahwa sekolah dapat bersaing dengan sehat untuk mendapatkan citra nama baik di mata masyarakat.

2. Perbedaan Strategi promosi melalui media sosial dengan terjun langsung kelapangan

Selain penggunaan media sosial juga SMP Fajrul Islam melakukan promosi dengan terjun langsung kelapangan yakni dengan cara bekerjasama dengan masyarakat, para tokoh agama, pemasangan baliho, penyebaran brosur dan berkunjung ke sekolah dasar (SD) disekitaran Desa Gunung Bunder I dan Desa Gunung Bunder II untuk memikat siswa masuk ke SMP Fajrul Islam.

Namun promosi secara terjun langsung kelapangan memiliki kekurangan karena harus dilakukan dengan waktu yang panjang dan mengeluarkan biaya-biaya tertentu, sedangkan dengan penggunaan media sosial promosi dapat dilakukan secara efektif dan efisien karena tidak menyita waktu banyak sehingga dapat dilakukan kapanpun dan dimanapun.

3. Keberhasilan promosi melalui media sosial dalam meningkatkan jumlah siswa

Kecepatan informasi yang dibagikan melalui media sosial mampu memberikan hal yang positif dalam penerimaan siswa baru di SMP Fajrul Islam. Keberhasilan promosi ini bukan hanya dari segi meningkatnya jumlah siswa/i dari tahun ke tahun namun juga mampu menarik siswa/i yang berada di luar desa Gunung Bunder, bahkan di luar kecamatan Pamijahan.

4. Program-program yang dilakukan oleh SMP Fajrul Islam

SMP Fajrul Islam merupakan lembaga sekolah dengan dasar kedinasan bukan keagamaan, namun hal ini menjadi pemicu untuk SMP Fajrul Islam untuk tetap menanamkan pengajaran agama yang paling utama seperti adanya program sholat dhuha setiap pagi, baca tulis al-qur'an, tahfidz qur'an, kitab safinah dan muhadhoroh sebagai salah satu cara untuk tetap menanamkan Syariat Islam di sekolah. Hal ini juga yang menarik orang tua dalam mendaftarkan anaknya ke SMP Fajrul Islam untum di didik anak-anaknya dari segi pembiasaanya dan juga keagamannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Hari sudrajad.2005 *Manajemen Peningkatan Mutu Berbasis Sekolah; Peningkatan Mutu Melalui ImplementasiKBK*. Bandung: cipta lekas grafika
- Kotler, philip. 2016. *Dasar-Dasar Pemasaran*, Jakarta : Bumi Aksara
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono, 2022. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Dinda Sekar Puspitarini, Reni Nuraeni, 2019. Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi, Jurnal Vol.3 No 1
- Garaika, Winda Feriyan, 2018. Promosi Dan Pengaruhnya Terdap Animo Calon Mahasiwa Baru Dalam Memilih Perguruan Tinggi, Jurnal Aktual Stie Trisna Negara
- Mahbub, Eva Husnia Zen, 2020. Pengaruh Promosi Pendidikan Terhadap Minat Peserta Didik Baru Man 3 Banyuwangi, Jurnal Manajemen Pendidikan Islam
- Muhammad Nasih, Abdul Hamid Ghozaly 2021. Analisis Penggunaan Media Sosial Dalam Perekrutan Peserta Didik Baru Di Smp Plus Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi, Jurnal Vol.3 No 2. Banyuwangi
- Nur Fadilah, 2020. Pengertian, Konsep Dan Strategi Pemasaran Syariah, Jurnal Volume 1. No 2 Kediri.
- Vincentia Devina Setyawati Dan Alfiyan Richard. 2020. Pendampingan Intensifikasi Promosi Sekolah Melalui Media Sosial Smpk Indriyasana Vii Surabaya, Jurnal Pengabdian Masyarakat, Vol 1 No 2 2020.