

Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Universitas Islam Al-Azhar (Unizar)

Danang Priyo Jatmiko ^{1*}

* Ilmu Komputer, Universitas Islam Al-Azhar

jatmikopriyodanang@gmail.com ¹

Article Info

Article history:

Received ...

Revised ...

Accepted ...

Keyword:

Digitalization marketing, Instagram, Social media, Youtube.

ABSTRACT

Digitalization an important role as a marketing media and transmission of academic/non-academic information. Therefore, analysis related to optimizing the use of digital marketing for Unizar. The hope, using digital marketing to expand the range of Unizar promotions to remote areas. Al-Azhar Islamic University (UNIZAR) is one of the oldest and well-known campus on Lombok Island, starting to develop digital systems in various aspects that support campus activities. UNIZAR realizes that digital marketing can reach all people wherever they are without any geographical or time boundaries. The digital system that UNIZAR has begun to use includes in the academic field using the Academic System called SIAKAD UNIZAR, as well as in utilizing social media as a means of massive promotion and publication. Even though Unizar has used digitization, its utilization is considered not optimal. This is of particular concern, because digitization plays an important role as a marketing medium or delivery of academic and non-academic information. Therefore, it is necessary to carry out an analysis related to optimizing the use of digital marketing for Unizar.. Digital marketing to promote Unizar using social media such as Facebook, Instagram and YouTube. The use of Instagram, and Youtube are social media with the most users, so it's more efficient to promote Unizar. And now time to change to use digital marketing in order to increase the number of prospective new students Unizar.



This is an open access article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

I. PENDAHULUAN

Perkembangan internet dan dunia digital semakin maju pesat terhadap dunia marketing. Saat ini, trend marketing mulai beralih dari konvensional menjadi digitalisasi. Digital marketing mempermudah para pebisnis dalam memantau dan menyediakan segala kebutuhan atau keinginan calon konsumen. Menurut Hidayat (2020), jangkauan digital marketing sangat luas, sehingga mempermudah calon konsumen dalam mencari dan mendapatkan informasi produk tanpa ada batasan geografis ataupun waktu.

Salah satu digital marketing yang paling banyak digunakan sebagai mediasi promosi produk yaitu melalui media sosial seperti Facebook, Instagram, TikTok, dan lain-lain. Penggunaan media sosial dapat membantu meningkatkan penjualan. Disamping itu, digital marketing juga dianggap lebih efektif dan efisien sebagai media

komunikasi dan dalam pembiayaan dana pemasaran atau iklan.

Tidak hanya dalam dunia bisnis jual beli produk, digital marketing juga ke ranah sektor dunia Pendidikan. Digital marketing memiliki peran penting dalam memberikan informasi, misalnya dalam hal promosi kampus ataupun informasi akademik lainnya.

Universitas Islam Al-Azhar (UNIZAR) merupakan salah satu kampus swasta tertua dan ternama di Pulau Lombok, mulai mengembangkan sistem digital pada berbagai aspek yang menunjang kegiatan kampus. Sistem digital yang mulai dimanfaatkan oleh UNIZAR antara lain dalam bidang akademik menggunakan Sistem Akademik yang disebut dengan SIAKAD UNIZAR, serta dalam memanfaatkan social media sebagai sarana promosi dan publikasi secara massif. Meskipun unizar telah menggunakan digitaslisasi, namun pemanfaatannya dinilai belum maksimal. Hal ini

menjadi perhatian khusus, karena digitalisasi berperan penting sebagai media pemasaran ataupun penyampaian informasi akademik maupun non-akademik. Oleh karena itu, perlu dilakukan Analisa terkait optimalisasi pemanfaatan digital marketing bagi unizar. Dengan demikian, diharapkan adanya pembenahan dan pengelolaan lebih maksimal terhadap pemanfaatan digital marketing unizar, guna menarik calon mahasiswa baru serta mengoptimalkan system informasi akademik unizar.

II. METODE

Metode yang digunakan dalam Analisis terkait pemanfaatan digital marketing bagi UNIZAR meliputi:

1. Melakukan survey terhadap Platform digital yang digunakan UNIZAR seperti SIAKAD, Instagram UNIZAR (@officialunizar), dan Youtube (Unizar Channel).
2. Wawancara pengguna dan pengelola SIAKAD dan social media UNIZAR.
3. Analisis dari hasil wawancara untuk mengetahui permasalahan terkait pemanfaatan digital.
4. Hasil dan Kesimpulan.

Berikut bagan metode yang digunakan tersaji dalam bagan berikut ini:



III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Universitas Islam Al-Azhar (UNIZAR) memanfaatkan beberapa platform digital untuk memasarkan atau promosi guna menarik minat calon mahasiswa baru, Tidak hanya itu, UNIZAR juga memanfaatkan platform digital untuk meningkatkan popularitas dan gaung UNIZAR sebagai salah satu kampus swasta terbaik di Provinsi NTB. Setelah melakukan survey, platform digital yang paling sering digunakan oleh UNIZAR yaitu SIAKAD UNIZAR; Instagram (@officialunizar), dan Youtube (Unizar Channel).

A. Sistem Akademik Universitas Islam Al-Azhar (SIAKAD UNIZAR)

Pada umumnya, pengelolaan data pada perguruan tinggi terdiri dari pengelolaan data calon mahasiswa, kemudian data calon mahasiswa yang lulus seleksi penerimaan mahasiswa baru (maba), kemudian melakukan pendaftaran

ulang, bagi calon mahasiswa baru (camaba) yang diterima pada perguruan tinggi tersebut.

Permasalahan yang sering terjadi dalam pengelolaan data adalah proses atau langkah-langkah pengelolaan data yang dilakukan sangat banyak dalam waktu singkat. Contohnya, pengelolaan data perkuliahan mahasiswa. Yang terdiri dari data absensi mahasiswa dan dosen yang mengampu mata kuliah, data jadwal ujian tengah semester ataupun ujian akhir semester, data transkrip nilai, dan masih banyak lagi. Oleh karena itu, dibutuhkan suatu rancangan sistem digital informasi akademik.

Sistem informasi akademik atau yang biasa disingkat dengan SIAKAD yaitu suatu sistem yang drancang dan disesuaikan untuk pengelolaan dan pengolahan data akademik perguruan tinggi. SIAKAD menerapkan teknologi komputer berupa hardware maupun software untuk mempermudah pengelolaan proses kegiatan akademik menjadi informasi digital. SIAKAD dapat memberikan kemudahan kepada penggunanya dalam pengadministrasian akademik kampus secara online.

SIAKAD Universitas Islam Al-Azhar atau SIAKAD UNIZAR yaitu sebuah aplikasi berbasis Sistem Akademik yang digunakan khusus untuk menunjang kegiatan akademik dengan alamat URL sebagai berikut: <https://unizar.siakadcloud.com>. Setiap mahasiswa dan dosen memiliki akun SIAKAD UNIZAR. Berikut hasil survey dan wawancara kepada pengguna dan pengelola SIAKAD UNIZAR yang disajikan dalam table berikut ini:

TABEL I
KEGUNAAN SIAKAD UNIZAR

No.	Kegunaan SIAKAD UNIZAR	
	Mahasiswa	Dosen
1.	Pengisian KRS	Pengisian KRS
2.	Pelaporan KHS	Pengisian KHS
3.	Proses Perkuliahan	Proses Perkuliahan
4.	Pengumpulan Tugas	Pemberian Soal/Tugas
5.	Informasi akademik	Informasi akademik

Adapun manfaat SIAKAD bagi perguruan tinggi, dalam hal ini Universitas Islam Al-Azhar antara lain:

1. Proses pengelolaan data baik akademik maupun non-akademik lebih mudah;
2. Sebagai pusat informasi dan integrasi data;
3. Laporan perkembangan mahasiswa dan juga laporan dosen dalam proses pembelajaran;

4. Kampus lebih up to date;
5. Meningkatkan citra kampus;
6. Memudahkan pelaporan ke Pangkalan Data Perguruan Tinggi (PDDikti).

Fitur SIAKAD yang dikembangkan yaitu fitur perencanaan studi; fitur perkuliahan; fitur isi absensi; fitur pembayaran; fitur forum diskusi kelas; fitur transfer data pangkalan data perguruan tinggi (PDPT); fitur data pegawai; dan fitur integrasi data.

B. Instagram

Instagram merupakan platform media sosial yang saat ini sedang naik daun dan paling banyak digunakan warga dunia. Adapun yang paling ahli dalam menggunakan Instagram yaitu generasi millennial dan juga generasi Z atau Gen-Z. Berdasarkan data yang diperoleh dari www.kompas.com bahwa pada tahun 2019 perusahaan analisis sosial media marketing NapoleonCat mengungkapkan bahwa jumlah atau total dari pengguna Instagram di Republik Indonesia ini mencapai angka lebih dari 59.840.000. angka tersebut disa diumpamakan seperti seperempat dari jumlah penduduk di Indonesia.

Berdasarkan pencarian pada Wikipedia.com, istilah Instagram berasal dari kata “Insta” yang diambil dari kata “Instan”, dimana terinspirasi dari kamera polaroid yang merupakan kamera instan atau kamera langsung jadi seketika. Sedangkan kata “gram” berasal dari kata “Telegram” yang mampu mengirim informasi secara cepat. Sehingga, nama Instagram memiliki tujuan yakni mampu mengirim foto dan atau video dalam jaringan internet secara instan dan cepat. Pada masa kini, orang menyebutnya IG.

Instagram merupakan milik perusahaan Amerika yakni Meta Platforms yang berbasis gambar dengan layanan *sharing* photo atau video secara online. Pengguna Instagram dapat mengunggah foto atau video ke dalam *feed* kemudian dapat diedit dengan berbagai filter yang disediakan oleh Instagram. Tidak hanya itu, pengguna juga dapat memberikan informasi lokasi foto atau video yang diunggah serta memberikan tanda pagar atau menandai pengguna lainnya. Unggahan tersebut dapat di-*sharing* ke publik atau dengan pengikut (*followers*).

Di San Francisco, Amerika Serikat, Instagram pertama kali dikembangkan oleh sebuah perusahaan *startup* Burbn, Inc dengan CEO bernama Kevin Systrom dan Mike Krieger. Pada versi pertama IG adalah Burbn, dimana hanya dapat digunakan pada perangkat iPhone. Namun, versi Burbn ini dianggap terlalu banyak fitur, sehingga IG difokuskan fitur hanya untuk *sharing* foto atau video, memberikan saran atau

masukan berupa komentar, atau hanya sekedar memberikan tanda *love* atau *like* pada foto atau video yang diunggah.

Pertumbuhan pengguna Instagram dapat dikatakan signifikan dari waktu ke waktu terus meningkat. Tidak hanya digunakan sebagai media interaksi dan komunikasi dan juga berbagi foto maupun video, melainkan saat ini IG menjadi peluang bisnis online terbaru.

Terdapat beberapa fitur yang dikembangkan pada Instagram, antara lain:

1. Fitur Explore atau Jelajah..

Di tahun 2011, tepatnya pada bulan Juni 2012, ada fitur baru yang diperkenalkan oleh Instagram yakni fitur explore atau jelajah. Fitur ini diperbarui pada tahun 2015 untuk menampilkan *tag* dan lokasi atau tempat, dan juga konten yang dikurasi. Saat ini, menu jelajah ditambahkan sesuai dengan munculnya fitur baru *Instagram live* dan *Instagram story*.

2. Fitur Video

Pada mulanya, IG atau Instagram merupakan layanan untuk berbagi foto. Namun pada pertengahan tahun 2013, tepatnya Juni 2013, Instagram memasukkan *sharing* 15 detik fitur video. Seiring berkembangnya teknologi, Instagram meningkatkan kualitas fitur video tersebut dan menambah batas durasi waktu video menjadi 60 detik.

3. Fitur Instagram *Direct Message* (DM) atau Kirim Pesan

Fitur DM resmi diluncurkan pada tahun 2013 dan mengalami pembaruan pada tahun 2015. Fitur DM memungkinkan pengguna untuk berinteraksi antar pengguna lainnya melalui *message* atau pesan secara pribadi. Tidak hanya itu, pengguna juga dapat mengirim pesan pribadi dengan menambahkan foto atau video. Bahkan, penggunaan Instagram DM ini dapat mengirim foto kepada 15 orang.

4. Instagram Television atau IGTV

Fitur IGTV merupakan paling terbaru yang dikeluarkan oleh Instagram. Penggunaan IGTV dapat mengunggah dengan ukuran file hingga 650 MB. Artinya, pengguna dapat mengunggah video hingga sekitar 10 menit durasi waktu. Selain itu, apabila pengguna IGTV memverifikasi dan diizinkan untuk mengunggah video berdurasi hingga 60 menit dengan ukuran file hingga 5,4 GB.

5. Instagram *Stories*

Fitur Instagram *stories* diluncurkan pada tahun 2016 sekitar awal bulan Agustus. Fitur ini memungkinkan pengguna bercerita dengan foto atau video yang bisa ditambahkan efek lainnya kemudian diunggah pada fitur *insta story*. Namun, foto yang diunggah ke dalam IG *Story* memiliki tenggat waktu selama 24 jam. Fitur IG *Story* ini dianggap sebagai tiruan aplikasi *Snapchat*, karena terdapat beberapa filter yang tersedia pada IG *Story* sama seperti filter *Snapchat* seperti contohnya filter mahkota bunga atau telinga kelinci. Namun, hal ini tidak menjadi permasalahan yang krusial, karena Fitur IG *Story* mampu melampaui jumlah pengguna aktif harian *Snapchat* hanya dalam waktu 8 (delapan) bulan saja..

Beberapa akun Instagram yang digunakan oleh Universitas Islam Al-Azhar untuk menunjang penyebarluasan informasi dan media promosi diberbagai bidang. Berikut beberapa akun-akun Instagram yang digunakan oleh Universitas Islam Al-Azhar tersaji dalam table 2 berikut ini:

No.	Akun Instagram	Admin	Kegunaan
1.	@officialunizarmataram	Tim Media Unizar	<ul style="list-style-type: none"> • Memposting atau mengunggah seluruh kegiatan kampus. • Mempromosikan kampus
2.	@pmb_unizarmataram	Bagian PMB UNIZAR	<ul style="list-style-type: none"> • Memposting atau mengunggah informasi-informasi terkait penerimaan mahasiswa baru. • Mempromosikan kampus

3.	@akademik.ke mahasiswaan.unizar	Bagian Akademik dan Kemahasiswaan UNIZAR	Konten berisi kegiatan akademik dan kemahasiswaan
4.	@fakultas_teknik.unizar	Fskultas Teknik	Konten berisi kegiatan-kegiatan fakultas teknik

C. Youtube

Platform penyedia Layanan video terpopuler di dunia adalah Kanal YouTube. Sejak diluncurkannya kanal youtube pada Februari 2005, kini YouTube memiliki lebih dari satu miliar pengguna. Bahkan, setiap harinya ada ratusan juta video per-jam dan ditonton pengguna sebanyak miliaran kali penayangan. Pada perangkat seluler saja, kanal youtube dapat menjangkau lebih banyak penonton atau audiens.

Berdasarkan data dan informasi dari google, selama 3 (tiga) tahun terakhir, berturut-turut, pertumbuhan waktu menonton di YouTube naik minimal 50%. Bahkan, sejak Maret 2014, jumlah penonton YouTube per-harinya naik 40%, dan naik lebih dari 3 (tiga) kali lipat banyaknya jumlah pengguna yang memiliki akun Youtube ini per-tahunnya. Setelah Google pada peringkat pertama, kini YouTube juga sebagai aplikasi terbesar kedua di dunia yang sangat informatif dalam pencarian *online*. Hal ini menunjukkan bahwa banyaknya warga online mencari informasi dengan menggunakan YouTube.

YouTube Video

Layanan video streaming yang memberikan kemudahan dalam mengunggah ataupun untuk mengunduhnya, selain itu juga sangat mudah untuk membagikan video tersebut mulai dari sosial media, *email*, *website* dan juga dapat ditautkan ke dalam situs-situs lainnya. Tersedianya cara yang mudah untuk menyimpan video dan membagikannya dengan orang lain menjadikan aplikasi ini menjadi *favorite* dikalangan warga online. Fitur ini dapat menyajikan video *trending* dan penting untuk diupload dan ditonton. Video mudah untuk dibagi melalui bentuk lain.

Pada fitur ini, terdapat menu *suggested videos*. *Suggested videos* adalah sebuah fasilitas video yang dikalkulasikan oleh YouTube untuk memberikan referensi tentang video yang cocok untuk ditonton penggunanya. Pengguna fitur YouTube video dapat mengungkapkan pendapat atau komentar dari video ditonton. Pengguna juga

dapat menyimpan video untuk ditonton selanjutnya, atau *sharing* video yang disukai.

YouTube Channels

Fitur YouTube *Channel* sering digunakan untuk bisnis. Hal ini dikarenakan, pengguna dapat mempercantik video dengan gambar atau profil yang indah. Pada bagian 'About' dalam YouTube Channel, pengguna dapat memberikan deskripsi singkat dari bisnis atau profil diri. Misalnya dengan menambahkan *link website* atau rincian kontak.

Pada fitur *channel* ini, pengguna dapat mengelompokkan video yang dibuat dan diupload. Tidak hanya itu, video yang ditonton dan diberi tanda *like* juga dapat dikelompokkan. Bahkan, daftar dari video pengguna yang dibuat dengan YouTube *Channel* memiliki *web address* (URL). Tentu saja hal ini dapat dijadikan sebagai media promosi atau program marketing. Contohnya, pengguna bisa memiliki playlist yang menampilkan video tentang masing-masing kategori produk.

Tips untuk Menggunakan YouTube

Dalam bisnis, program marketing sangatlah penting. YouTube merupakan sebuah aplikasi yang cukup menjanjikan dalam mendukung program marketing. Melalui video yang diunggah oleh pengguna di Youtube nya, maka semua orang dari penjuru dunia dapat menonton video tersebut, sehingga membuat calon pembeli tertarik. Oleh karena itu, menggunakan Youtube dapat membuat program marketing bisnis pengguna sangat luas jangkauannya. Peluang penonton video pengguna Youtube untuk bisnis agar membeli produk ataupun ikut mempromosikan bisnis melalui jaringan social media sangatlah tinggi. Tidak hanya itu, video promosi bisnis pengguna juga dapat memberikan *feedback* atau mencari informasi lebih lanjut tentang bisnis atau produk oleh calon pembeli.

Dalam Layanan YouTube terdapat berbagai fitur seperti *call to action* yang digunakan untuk memberikan *feedback* melalui komentar untuk menilai video. Selain itu, juga dapat *share* video, berlangganan video atau melihat YouTube channel untuk *playlist* video lainnya. Dengan menggunakan *call to action* juga dapat mengarahkan penonton ke situs pengguna.

Mengelola Feedback

Aplikasi YouTube lebih interaktif kepada penggunanya yang memberikan peringkat kepada video yang ditonton. Pengguna Youtube untuk bisnis sangat diuntungkan dengan kegiatan interaktif kepada pelanggannya. Tentu saja karena memberikan penilaian atau *feedback* kustomer secara langsung. Pengguna dapat juga memonitoring komentar dan peringkat pada video.

Cara Agar akun YouTube tidak bermasalah

1. Mengunggah Video orisinal atau belum pernah ditonton
Video yang diunggah di YouTube tidaklah harus diedit seindah mungkin terlebih dahulu. Video yang spontanitas juga dapat diunggah di Youtube. Meskipun demikian, video yang diunggah juga harus memiliki kualitas cukup tinggi. Audio dari video tersebut harus terdengar dengan jelas. Butalah video yang singkat saja, namun isinya padat dan jelas. Hal ini akan membuat penonton tertarik untuk menonton hingga akhir dan menyukai video tersebut. dengan demikian, penonton dan berminat dan melakukan *call to action*. Pengguna dapat memantau data mengenai siapa saja yang menonton videonya. Jika penonton tidak menonton video pengguna hingga akhir, maka disarankan membuat video yang lebih pendek dan menarik. Seperti halnya *trailer film*, pengguna dapat membantu rencana video yang lebih singkat, mudah diingat dan membuat penonton menjadi menginginkan hal yang lebih lagi.
2. Jadilah Pusat, bukan Hanya Viral
Buatlah video yang menjadi viral. Video viral yang baik adalah video yang menghibur atau sangat menarik dan bermanfaat. Video yang kurang menarik akan tenggelam dan tergantikan oleh video lain yang lebih *fresh*. Oleh karena itu, perhatikan kualitas video singkat, padat dan jelas sehingga sangat menarik bagi yang menontonnya. Perlu diperhatikan, jika untuk menarik perhatian penonton, maka unggahlah video yang berisi pemecahan masalah dan bersifat menghibur atau memotivasi penonton.
3. Janganlah Kehilangan Arah dalam Tujuan
Setiap video yang diunggah harus memiliki tujuan yang jelas, sehingga menarik penonton menjadi kustomer untuk membeli produk pengguna. Jika video yang diunggah tanpa tujuan yang jelas, akan berisiko *feedback* yang diterima dari penonton ataupun kustomer tidaklah bagus. Oleh karena itu, janganlah sampai kehilangan arah dan tujuan dalam mengunggah video pada aplikasi Youtube.

Pada tahun 2021, Universitas Islam Al-Azhar atau Unizar, mulai memperhatikan program marketing untuk mempromosikan kampus melalui digital marketing. Selain Instagram, kini Unizar telah memiliki akun YouTube. Dengan kata lain, Unizar kini sebagai pengguna dari aplikasi Youtube. Berikut ini pengenalan dan penjelasan terkait aplikasi Youtube yang digunakan oleh Unizar.

Unizar Youtube Channel

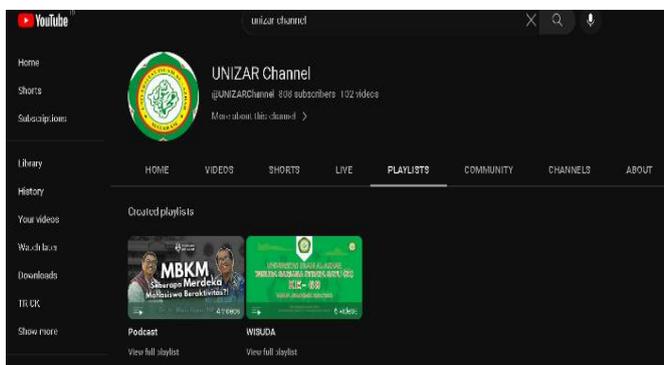
Universitas Islam Al-Azhar memiliki akun YouTube yang bernama Unizar Channel, dimana pengikutnya (subscriber) sejumlah 808 subscribe. Ada 102 video yang

terdapat dalam youtube Unizar Channel ini. Dalam menu Playlist hanya terdapat 2 (dua) list video, yakni Wisuda dan Podcast. Dalam menu Live, ada 21 video yang tersaji. Dan pada menu yang lainnya, masih kosong. Hal ini menunjukkan kurangnya keaktifan admin YouTube Unizar dalam meng-update/upload video kegiatan-kegiatan dilingkungan kampus Universitas Islam Al-Azhar. Oleh karena itu, perlu adanya pengelolaan pada akun YouTube Unizar sehingga penggunaannya dan pemanfaatannya lebih optimal. Adapun tampilan dari akun youtube Unizar Channel pada menu home tersaji dalam gambar 1 dibawah ini:



Gambar 1. Unizar channel Youtube

Dari gambar 1 terlihat video yang terupload pada akun youtube unizar channel masih sangat minim. Untuk itu perlu upload lebih banyak video yang lebih menarik lagi. Selain itu, dalam youtube Unizar Channel tampilan pada menu playlist dapat dilihat pada gambar 2 berikut:



Gambar 2. Playlist Unizar Channel

Berdasarkan gambar yang terlihat pada gambar 2, pada menu playlist hanya ada 2 (dua) daftar video yang dibuat, oleh admin Unizar Channel. Playlist salah satu cara penonton untuk memudahkan mencari video yang lampau. Oleh karena itu, perlu ada pembenahan agar playlist dibuat lebih banyak sehingga terlihat lebih menarik dan lebih banyak konten. Pada menu lainnya, seperti Shorts dan Live sudah cukup banyak video yang terupload di Unizar Channel, hanya saja masih perlu ditingkatkan kembali agar semakin banyak video

yang diupload maka semakin banyak subscriber yang menonton youtube Unizar.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan yang tertuang pada artikel ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pemanfaatan digital marketing sangat penting pada era globalisasi saat ini;
2. Universitas Islam Al-Azhar menggunakan sosial media sebagai salah satu strategi digital marketing dalam mempromosikan kampus sehingga daya tarik masyarakat meningkat untuk berkuliah di Unizar;
3. Selain social media, Universitas Islam Al-Azhar juga menggunakan digitasi atau sebuah aplikasi yang bernama Siakad Unizar untuk mempermudah proses aktifitas akademik.
4. Pemanfaatan digital marketing bagi Unizar masih sangat kurang, sehingga perlu ada pembenahan, pengelolaan yang lebih baik lagi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kami ucapkan kepada Program Studi Ilmu Komputer Fakultas Teknik Universitas Islam Al-Azhar, dan Bapak/Ibu Dosen, teman-teman seangkatan dan seluruh pihak terkait yang membantu menyelesaikan artikel ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. Kadir and T. C. Triwahyuni, Pengantar Teknologi Informasi, Revisi. Yogyakarta: Andi, 2013.
- [2] Andina, Anisa Nur. *Pemanfaatan Sosial Media untuk Digital Marketing Bagi Anak Berkebutuhan Khusus di SLB B Yakut Purwokerto*. (2023) The IEEE website. [Online]. Tersedia: <http://www.ieee.org/>
- [3] Andi Chairunnas., Agung Prajuhana Putra., Mohamad Iqbal Suriansyah., Buku Ajar Sistem Digital Teori dan Implementasi., Flash Penayang. 2020.
- [4] Desyanti, Febrina Sari, Wetri Febrina, M.A., 2021. Peningkatan Minat Dan Skill Kewirausahaan Masyarakat Di Kelurahan Bukit Batrem, Kota Dumai. *Masyarakat Berdaya Dan Inovasi*, 2(2), Pp.150–158.
- [5] Heidrick and Struggles, *The Adoption of Digital Marketing in Financial Services Under Crisis*, 2009.
- [6] Hidayati, N. Et Al., 2020. Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Digital Marketing UMKM di Kecamatan Tembaang., 3(3). Pp.119-124.
- [7] P. Kotler and L. K. Kevin, *Marketing Management*, 14th ed. United States of America: Pearson, 2016.

- [8] Urva, Gellysa., dkk. *Optimalisasi Media Sosial Sebagai Penunjang Digital Marketing*. (2022). The IEEE website. [Online]. Tersedia: <http://www.ieee.org/>
- [9] Prasetyo, Barlian Henryranu. dkk. *System digital*. Universitas Brawijaya Press. 2022.
- [10] (2023) Wikipedia website. [Online]. Tersedia: <https://id.wikipedia.org/wiki/YouTube>