



**UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A**

**IMPLEMENTASI SOCIAL MEDIA MARKETING
DALAM TRANSPARANSI LAPORAN KEGIATAN
PADA LEMBAGA BAZNAS KOTA SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel
Surabaya, Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Sosial (S.Sos)**

Oleh
**Khoirul Faiqoh
NIM. 04040420071**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAKWAH
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UIN SUNAN AMPEL SURABAYA
2023**

PERNYATAAN KEASLIHAN KARYA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Khoirul Faiqoh
NIM : 04040420071
Prodi : Manajemen Dakwah

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi berjudul **"Implementasi Social Media Marketing Dalam Transparansi Laporan Kegiatan Pada Lembaga BAZNAS Kota Surabaya"** adalah benar merupakan karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam skripsi tersebut diberi tanda sitasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar dan ditemukan pelanggaran atas karya skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh dari skripsi tersebut

Surabaya, 16 Desember 2023
Yang membuat pernyataan



Khoirul Faiqoh
NIM. 04040420071

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Nama : Khoirul Faiqoh

Nim : 04040420071

Prodi : Manajemen Dakwah

Judul : Implementasi Social Media Marketing Dalam
Transparansi Laporan Kegiatan Pada Lembaga
BAZNAS Kota Surabaya

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui oleh dosen pembimbing

Surabaya, 9 Desember 2023

Dosen Pembimbing



Airlangga Bramayudha, M.M

(NIP.197512302003121001)

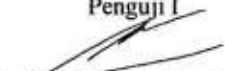
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI
IMPLEMENTASI SOCIAL MEDIA MARKETING DALAM
TRANSPARANSI LAPORAN KEGIATAN PADA
LEMBAGA BAZNAS KOTA SURABAYA

Disusun Oleh
Khoirul Faiqoh
04040420071

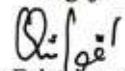
Telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana Strata Satu
Pada tanggal 22 Desember 2023

Tim Penguji

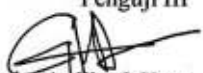
Penguji I


Airlangga Bramayudha, M.M
NIP. 197512142011011005

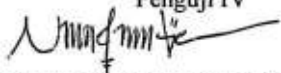
Penguji II


Aun Falestien Falesthan, MHRM, Ph.D
NIP. 198205142005011001

Penguji III


Yunita Ardila, S.Kom., M.MT
NIP. 199206042020122015

Penguji IV


Novie Andriani Zakariya S.Sos., M.E.
NIP. 202111009



1 Januari 2024

Dekan,


Dr. Muchlisin Arif, S.Ag., M.Fil.I
NIP. 197710171998031001



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpus@uinsby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Khoirul Faiqoh
NIM : 04040420071
Fakultas/Jurusan : Fakultas Dakwah dan Komunikasi / Prodi Manajemen Dakwah
E-mail address : khoirul faiqoh22@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan

UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Skripsi Tesis Desertasi (Lain-Lain)

yang berjudul :
Implementasi Social Media Marketing Dalam Transparansi Laporan Kegiatan Pada

Lembaga BAZNAS Kota Surabaya

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 25 Januari 2024

Penulis

(Khoirul Faiqoh)

ABSTRAK

Khoirul Faiqoh, 2023. Implementasi Social Media Marketing Dalam Transparansi Laporan Kegiatan BAZNAS Kota Surabaya.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Penerapan social media marketing BAZNAS Kota Surabaya dalam transparansi laporan kegiatan serta kendala-kendala dalam penerapan social media marketing BAZNAS Kota Surabaya sebagai media pelaporan kegiatan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi dan dokumen. Teknik validitas yang digunakan pada penelitian ini adalah triangulasi sumber. Serta analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah Miles dan Huberman dalam Ahmad Rijali.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Implementasi Sosial media Marketing pada lembaga BAZNAS Kota Surabaya sebagai media pelaporan kegiatan meliputi beberapa tahapan diantaranya: memberikan kejelasan terkait publikasi mengenai kegiatannya dengan menyajikan video dan foto secara real time, menggunakan whatsapp grup, DM, dan kolom komentar sebagai akses timbal balik terkait pelaporan kegiatannya, melakukan repost postingan UPZ (Unit Pengumpul Zakat) mengenai pelaporan bantuan dari warga kecamatan yang memperoleh bantuan dari BAZNAS Surabaya, memberikan pelaporan progres agenda kegiatan BAZNAS Surabaya, menyematkan khusus postingan berupa pelaporan penyaluran bantuan di beberapa highlight sorotan instagram nya, menyajikan konten penyaluran bantuan dengan melibatkan tokoh publik, serta beberapa lembaga dan instansi yang terkait, memberikan kemudahan kepada masyarakat dengan mencantumkan link web yang mengarahkan ke semua laporan yang dibutuhkan.

<http://digilib.uinsa.ac.id/> <http://digilib.uinsa.ac.id/>

Kemudian untuk faktor penghambat dalam implementasi social media marketing di BAZNAS Surabaya adalah Ketidakterampilan dalam menyajikan variasi konten pelaporan kegiatan, kurangnya sumber daya di bagian media serta ketidak ahlian dalam bidang pengambilan video podcast sehingga hal tersebut menghambat adanya pemahaman masyarakat mengenai pelaporan kegiatan pada podcast tersebut, biaya iklan dan promosi yang mahal yang menjadikan keterbatasan lembaga dalam memberikan laporan kegiatan dengan jangkauan yang lebih luas.

Kata Kunci: Sosial Media Marketing, 4C, Transparansi Laporan Kegiatan



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

ABSTRACT

Khoirul Faiqoh, 2023. Implementation of Social Media Marketing in the Transparency of BAZNAS Activity Reports in Surabaya City.

This research aims to analyze the application of BAZNAS Surabaya City social media marketing in the transparency of activity reports as well as the obstacles in implementing BAZNAS Surabaya City social media marketing as a media for reporting activities. This research uses qualitative research methods with a case study type of research. The data collection techniques used were interviews, observation and documents. The validity technique used in this research is source triangulation. And the data analysis used in this research is Miles and Huberman in Ahmad Rijali.

The results of this research show that the implementation of social media marketing at the Surabaya City BAZNAS institution as a media for reporting activities includes several stages including: providing clarity regarding publications regarding activities by presenting videos and photos in real time, using WhatsApp groups, DM, and comments columns as access. reciprocity regarding reporting on activities, reposting UPZ (Zakat Collecting Unit) posts regarding reporting on aid from sub-district residents who received assistance from BAZNAS Surabaya, providing progress reporting on BAZNAS Surabaya's activity agenda, embedding special posts in the form of reporting on aid distribution in several highlights on Instagram, presents aid distribution content by involving public figures, as well as several related institutions and agencies, providing convenience to the public by including web links that direct to all required reports.

Then the inhibiting factor in implementing social media marketing at BAZNAS Surabaya is the lack of skills in presenting variations activity reporting content, lack of resources in the

media and lack of expertise in the field of video podcast recording so that this hinders public understanding regarding activity reporting on the podcast, expensive advertising and promotion costs which limit institutions in providing activity reports with a wider reach. wide.

Keyword: Social Media Marketing, 4C, Transparency of Activity Reports.



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR ISI

IMPLEMENTASI SOCIAL MEDIA MARKETING DALAM TRANSPARANSI LAPORAN KEGIATAN PADA LEMBAGA BAZNAS SURABAYA	i
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iii
DAFTAR ISI	ix
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Definisi Konsep	7
F. Sistematika Pembahasan	9
BAB II	11
KAJIAN TEORITIK	11
A. Kerangka Teoritik	11
1. Social Media Marketing	11
2. Transparansi	18
B. Penelitian Terdahulu	21
BAB III	34
METODE PENELITIAN	34
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	34
B. Lokasi dan Objek Penelitian	34

C. Jenis dan Sumber data	35
D. Tahap Tahap Penelitian	36
E. Teknik Pengumpulan Data	40
F. Teknik Validitas Data	42
G. Teknik Analisis Data	43
BAB IV	46
HASIL PENELITIAN	46
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	46
B. Penyajian Data	49
1. Implementasi Sosial Media Marketing	51
2. Kendala penerapan sosial media marketing BAZNAS Surabaya	78
C. Pembahasan Hasil Penelitian	85
1. Penerapan Sosial Media Marketing	85
2. Kendala penerapan sosial media marketing	95
BAB V	101
PENUTUP	101
A. Kesimpulan Error! Bookmark not defined.	102
B. Saran dan Rekomendasi	102
C. Keterbatasan Penelitian	103
DAFTAR PUSTAKA	104
Lampiran-Lampiran	112

Daftar Gambar

Gambar 4.1	Struktur BAZNAS Surabaya	48
Gambar 4.2	Tampilan konten berupa survei lokasi.....	52
Gambar 4.3	Tampilan konten berupa penyerahan.....	58
Gambar 4.4	Tampilan flyer penggalangan dana.....	61
Gambar 4.5	Proses penyaluran penyaluran bantuan.....	62
Gambar 4.6	Tampilan Whatsapp Grup.....	65
Gambar 4.7	Story Instagram BAZNAS penyerahan	68
Gambar 4.8	Konten Instagram berupa agenda kegiatan.....	69
Gambar 4.9	Konten tiktok pemberian bantuan.....	73
Gambar 4.10	tampilan link web BAZNAS Surabaya	76
Gambar 4.11	Tampilan link web berupa artikel online	76

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

Daftar Pustaka

- Afizha Jihan, And Kholik Abdul, 'Penerapan Komunikasi Efektif 7c Dalam Pelayanan Publik Oleh Kantor Pelayanan Kekayaan Dan Lelang Jakarta II', *Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah Dan Komunikasi*, 3.1 (2021), July
- Afsya, Srifariyanti Dan, 'Prinsip Kepemimpinan Dalam Perspektif Qs. An-Nisa: 58-59', *Jurnal Madaniyah*, 9 (2019), 58-59
- Agusta, Ivanovich, 'Teknik Pengumpulan Dan Analisis Data Kualitatif', *Pusat Penelitian Sosial Ekonomi. Litbang Pertanian, Bogor*, 27, 02.1 (2003), 59
- Anggraeni, Ruri, Diana Djuwita, Iain Syekh, Nurjati Cirebon, Trust Sebagai, Variabel Mediasi, And Others, 'Analisis Pemanfaatan Social Media Marketing Terhadap Customer Loyalty Yang Menggunakan Brand Trust Sebagai Variabel Mediasi', *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (Jrmb) Fakultas Ekonomi Uniat*, 4.3 (2019), 445-55
- Anizir, A., & Wahyuni, R, 'Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Brand Image Perguruan Tinggi Swasta Di Kota Serang', *Sains Manajemen: Jurnal Manajemen Unsera*, 2, 2017, 1-23
- Arum Wahyuni Purbohastuti, 'Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi', *Ekonomika*, 12.2 (2017), 212-31
- Aura, Dhivia Diar Farrell, 'Optimalisasi Mediasosial Dan Website Desa Dalam Meningkatkan Informasi Dan Transparansi Didesa Bolo, Kecamatan Kare, Kabupaten Madiun', *Jurnal Pengabdian Nasional*, 01.02 (2023), 1-23
- Bachri, Bachtiar S, 'Meyakinkan Validitas Data Melalui Triangulasi Pada Penelitian Kualitatif', *Teknologi Pendidikan*, 10 (2010), 46-62
- Damayanti, Silvy, Arianis Chan, And Cecep Safa'atul Barkah, 'Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Brand Image My Pangandaran Tour And Travel', *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9.3 (2021), 852-62
<<https://doi.org/10.26740/jim.v9n3.p852-862>>

<http://digilib.uinsa.ac.id/> <http://digilib.uinsa.ac.id/>

- Dwijayanti, Andina, Rita Komalasari, Budi Harto, Puji Pramesti, And M. Wildan Alfaridzi, 'Efektivitas Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Dan Pemasaran Pada Umkm Sablon Anggi Screen Di Era Digital', *Ikra-Ith Abdimas*, 6.2 (2022), 68–75 <<https://doi.org/10.37817/ikra-ithabdimas.V6i2.2408>>
- Fadli, Muhammad Rijal, 'Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif', *Humanika Kajian Ilmiah Mata Kuliah Umum*, 21.1 (2021), 33–54 <<https://doi.org/10.21831/hum.V21i1.>>
- Firman, 'Analisis Data Dalam Kualitatif', *Article*, 4, 2015, 1–13
- Geralda, Maura, And Julianti Kasih, 'Implementasi Digital Marketing Pada Sosial Media Dan Website Bimbel Media Bandung', *Jurnal Strategi*, 2 (2020), 27–38
- Hakim, Lukman Nul, 'Ulasan Metodologi Kualitatif: Wawancara Terhadap Elit', *Aspirasi*, 4.2 (2013), 165–72 <<https://jurnal.dpr.go.id/index.php/aspirasi/article/view/501>>
- Hastrida, Andhini, 'Proses Pengelolaan Media Sosial Pemerintah : Manfaat Dan Risiko Process Of Government Social Media Management : Benefit And Risk', *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 25.2 (2021), 149–65
- Hastuti, Ulfah Rulli, 'Konsep Layanan Perpustakaan : Analisis Tafsir Surat Al-Maidah Ayat (2)', *Journal Of Librarianship And Information Science*, 2.2 (2022), 88–93
- Heidy Arviani1, Dyva Claretta Kusnarto, Nisrina Delinda Savira, And Izzaanti, 'Sosial Media Marketing : Peluang & Tantangan Bagi Umkm Lokal Di Masa Pandemi Covid-19', *Jurnal Simbolika: Research And Learning In Communication Study*, 7.1 (2021), 57–65 <<https://doi.org/10.31289/simbolika.V7i1.4417>>
- Herna, Herna, Hiswanti Hiswanti, Hidayaturahmi Hidayaturahmi, And Amanda Anindya Putri, 'Strategi Komunikasi Media Sosial Untuk Mendorong Partisipasi

- Khalayak Pada Situs Online Kitabisa.Com’, *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 17.2 (2019), 146–56
 <<https://doi.org/10.46937/17201926843>>
- Hidayah, Nurdin, Tatang Sopian, Aziz M. Nauval, Feby Nur Ikawardani, Flavia Domitilla Fausta, Inggit Salsabila Putri, And Others, ‘Strategi Pemasaran Media Sosial Destinasi Pariwisata Menggunakan Pendekatan Sostac: Studi Kasus Pada Akun Media Sosial Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kab. Lebak, Banten’, *Jurnal Kepariwisata: Destinasi, Hospitalitas Dan Perjalanan*, 5.2 (2021), 57–75
 <<https://doi.org/10.34013/jk.v5i2.408>>
- Jogiyanto, Dewi, Ni Made Ari Puspita, And I Gde Kt. Warmika, ‘Peran Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat Dan Persepsi Resiko Terhadap Niat Menggunakan Mobile Commerce Di Kota Denpasar’, *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5.4 (2016), 2606–36
 <<https://media.neliti.com/media/publications/251442-peran-persepsi-kemudahan-penggunaan-pers-198c6e75.pdf>>
- Junaid, Ilham, ‘Analisis Data Kualitatif Dalam Penelitian Pariwisata’, *Jurnal Kepariwisata*, 10.01 (1979), 59–74
- Kelana, Anda Et.Al., ‘The Interpretation Of The Verses Of The Quran On Public Relation’, *Cybernetics: Journal Educational Research And Sosial Studies*, 2.April (2021), 1–10
- Liedfray, Tongkotow, Fonny J Waani, And Jouke J Lasut, ‘Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Tombatu Timur Kabupaten Minasa Tenggara’, *Jurnal Ilmiah Society*, 2.1 (2022), 2
- Melda Yanti, Adhi Pratistha Silen, Jose Beno, ‘Dampak Pandemi Covid-19 Pada Kegiatan Ekspor Impor (Studi Pada Pt.Pelabuhan Indonesia Ii(Persero) Cabang Teluk Bayur)’, *Jurnal Saintek Maritim*, 22.2 (2022), 117–26

- Millenia, Leza Putri, Ilham Gemiharto, And Yuliani Dewi Risanti, 'Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Pada Akun Instagram @ Bittersweet _ By _ Najla', *Ilmu Komunikasi*, 5.2 (2023), 25–37
- Mubarok, Iqbal Syauqi, Program Studi Informatika, Universitas Islam Indonesia, Program Studi Informatika, And Universitas Islam Indonesia, 'Penerapan Indikator Transparansi Dalam Website Donasi Online', *Universitas Islam Indonesia*, 31 (2022), 9
- Mulitawati, Iga Mauliga, And Maya Retnasary, 'Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Membangun Brand Image Melalui Sosial Media Instagram (Studi Kasus Deskriptif Komunikasi Pemasaran Prodak Polycrol Forte Melalui Akun Instagram @Ahlinyaobatmaag)', *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, 4.1 (2020), 23
<<https://doi.org/10.30829/Komunikologi.V4i1.7616>>
- Nabil, Hafizh Abdurrahman, And Witri Cahyati, 'Customer Engagement Akun Instagram Dalam Meningkatkan Impulsive Buying', *Jurnal Sosial, Bisnis, Akutansi Dan Teknik (Sobat)*, 2021, 277–94
<<https://doi.org/10.32897/Sobat3.2021.25>>
- Narottama, Nararya, And Natasha Erinda Putri Moniaga, 'Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Destinasi Wisata Kuliner Di Kota Denpasar', *Jurnal Master Pariwisata (Jumpa)*, 8 (2022), 741
<<https://doi.org/10.24843/Jumpa.2022.V08.I02.P19>>
- Neneng Nurmalasari, And Imas Masitoh, 'Manajemen Strategi Pemasaran Pendidikan Berbasis Media Sosial', *Jurnal.Unigal.Ac.Id*, Volume 4.3 (2020), 543
- Nilamsari, Natalina, 'Memahami Studi Dokumen Dalam Penelitian Kualitatif', *Wacana*, 13.2 (2014), 177–81
- Nur Arifah, Fatimah, "“Transformasi Jurnal Informasi & Pengembangan Iptek” (Stmik Bina Patria) Analisis Sosial
<http://digilib.uinsa.ac.id/> <http://digilib.uinsa.ac.id/>

- Media Sebagai Strategi Marketing Dalam Bisnis Online’,
 Jurnal Transformasi, 11.2 (2015), 143–49
- Ong, Danny, ‘Analisa Penggunaan Sistem Sosial Media Terhadap Dampak Pemasaran Penjualan Produk Pada Umkm’,
 Respati, 15.2 (2020), 26
 <<https://doi.org/10.35842/jtir.v15i2.345>>
- Permadi, Ricky Noor, ‘Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Platform Utama Pemasaran Produk Umkm’,
 Avant Garde, 10.1 (2022), 15
 <<https://doi.org/10.36080/ag.v10i1.1695>>
- Prasetyo, Hendi, ‘Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Pemasaran Desa Wisata’,
 Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Budaya, 9.2019 (2023), 515–22
 <<https://doi.org/10.32884/ideas.v9i2.1281>>
- Purwanti, Umi, ‘Transparansi Pengelolaan Dana Desa Di Desa Melilian Kecamatan Gelumbang Kabupaten Muara Enim’,
 Jurnal Ilmu Administrasi Dan Studi Kebijakan (Jiask), 3.2 (2021), 79–90
 <<https://doi.org/10.48093/jiask.v3i2.35>>
- Rafiah, Kurnia Khafidhatur, And Desty Hapsari Kirana, ‘Analisis Adopsi Media Sosial Sebagai Sarana Pemasaran Digital Bagi Umkm Makanan Dan Minuman Di Jatinangor’,
 Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah), 2.1 (2019), 188–98
 <<https://doi.org/10.36778/jesya.v2i1.45>>
- Rahmah, Zakiyah Zulfa, Yusriyah Rahmah, Chamdan Purnama, Dinda Fatmah, And Rahmah Mirhamida, ‘Strategi Peningkatan Pemasaran Melalui Media Sosial Terhadap Umkm Di Desa Kintelan (Studi Kasus Umkm Di Desa Kintelan Kelurahan Puri Kabupaten Mojokerto)’,
 Jurnal Budimas, 01.01 (2022), 1–23
- Rahman, Muktir, ‘Peran Digital Marketing Dan Digital Fundraising Dalam Peningkatan Minat Masyarakat Membayara Zakat, Infak Dan Sedekah Di Baznas Kabupaten Sumenep’,
 Islamic Sciences, Sumenep, 1.1 (2022), 54–69

- Rijali, Ahmad, 'Analisis Data Kualitatif', *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 17.33 (2019), 81
<<https://doi.org/10.18592/alhadharah.v17i33.2374>>
- Rohma, Siti, Mokh. Sya'roni, Solkhah Mufrihah, And Ahmad Tajuddin Arafat, 'Media Sosial Sebagai Sarana Pemasaran Konten Edukasi Islami Untuk Masyarakat Semarang', *Dimas: Jurnal Pemikiran Agama Untuk Pemberdayaan*, 20.2 (2020), 117
<<https://doi.org/10.21580/dms.2020.202.6712>>
- Rusrina, Ririn, 'Pengaruh Nilai-Nilai Transparansi Dan Akuntabilitas Terhadap Pengelolaan Keuangan Sektor Publik Pada Badan Pendapatan Daerah Provinsi Sulawesi Selatan', *Jurnal Akuntansi S1*, 2020, 1–9
- Sari, Astari Clara, Rini Hartina, Reski Awalia, Hana Irianti, And Nurul Ainun, 'Komunikasi Dan Media Sosial', *Jurnal The Messenger*, 3.2 (2018), 69
<https://www.researchgate.net/profile/Astari-Clara-Sari/publication/329998890_Komunikasi_Dan_Media_Sosial/links/5c2f3d83299bf12be3ab90d2/Komunikasi-Dan-Media-Sosial.pdf>
- Setyawan, Dwi Ageng Et Al, 'Optimalisasi Media Sosial Terhadap Pemasaran Di Usaha Mikro Kecil Menengah', *Equilibrium: Jurnal Ekonomi-Manajemen-Akuntansi*, 16.1 (2020), 37–46
- Sinaga, Eto Jaya, And Hertanto Hertanto, 'Efektivitas Media Sosial Dalam Upaya Peningkatan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Transparansi Perekrutan Badan Adhoc Pemilu 2024', *Jurnal Ilmiah Muqoddimah: Jurnal Ilmu Sosial, Politik, Dan Humaniora*, 7.2 (2023), 622
<<https://doi.org/10.31604/jim.v7i2.2023.622-626>>
- Sirodjudin, Mochamad, And S Sudarmiatin, 'Implementasi Digital Marketing Oleh Umkm Di Indonesia: A Scoping Review', *Ebismen: Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 2.2 (2023), 1–16
- Sungkono, Cutisah, 'Analisis Dampak Penggunaan Aplikasi
<http://digilib.uinsa.ac.id/> <http://digilib.uinsa.ac.id/>

Tiktok Terhadap Minat Beli Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang Angkatan 2020', *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 2.3 (2023), 191–200

Taan, Hapsawati, Djoko Lesmana Radji, Herlina Rasjid, And Indriyani, 'Social Media Marketing Untuk Meningkatkan Brand Image', *Journal Of Management & Business*, 4.1 (2021), 315–30
<<https://doi.org/10.37531/Sejaman.V4i1.1268>>

Tong, Thomas Kevin Putra Bawono, 'Analisa Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Repurchase Intention Melalui Brand Trust Sebagai Variabel Mediasi Pada Instagram Adidas Indonesia Di Surabaya.', *Jurnal Strategi Pemasaran*, 7.1 (2020), 1–23

Tong, Thomas Kevin Putra Bawono, And Hartono Subagio, 'Analisa Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Repurchase Intention Melalui Brand Trust Sebagai Variabel Mediasi Pada Instagram Adidas Indonesia Di Surabaya', *Jurnal Strategi Pemasaran*, 7.1 (2020), 10

Veranita, Mira, Lukmanulhakim Almamalik, And Sugiyanto Ikhsan, 'Pemanfaatan Pemasaran Melalui Media Sosial Oleh Umkm Di Era Pandemi: Studi Kasus Pada Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Di Kabupaten Bandung', *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13.1 (2022), 89–96

<<http://journal.ikopin.ac.id/index.php/coopetition/article/view/590>>
<<https://journal.ikopin.ac.id/index.php/coopetition/article/download/590/801>>

Wijaksono, Nrsra, 'Penerapan Digital Marketing (Social Media Marketing) Penerimaan Taruna-Taruni Baru Sttkd Yogyakarta Di Era Revolusi Industri 4.0', *Jurnal Kewarganegaraan*, 6.2 (2022), 2924–34

<[http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=3034822&val=20674&title=Penerapan Digital Marketing Social Media Marketing Penerimaan Taruna-](http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=3034822&val=20674&title=Penerapan%20Digital%20Marketing%20Social%20Media%20Marketing%20Penerimaan%20Taruna-Taruni%20Baru%20Sttkd%20Yogyakarta%20Di%20Era%20Revolusi%20Industri%204.0)

<http://digilib.uinsa.ac.id/> <http://digilib.uinsa.ac.id/>

- Taruni Baru Sttkd Yogyakarta Di Era Revolusi Industri 40>
Wulaningrum, Puspita Dewi, And Amin Pinanto, 'Akuntabilitas Dan Transparansi Laporan Keuangan Pada Organisasi Pengelola Zakat : Studi Komparatif Di Baz Dan Laz Yogyakarta', 03.1 (2020), 15–24
<<https://doi.org/10.18196/jati.030122>>
- Wulus.Vinlyvia G. R Et Al, 'Determinan Efektivitas Social Media Marketing Pada Insitusi Pemerintah Daerah', *Seiko : Journal Of Management & Business*, 4.3 (2022), 522–38
<<https://doi.org/10.37531/sejaman.v4i3.2926>>
- Yusmanizar, Thahir, Alimuddin Unde, And Muhammad Yunus, 'Analisis Karakteristik Penggunaan Media Sosial Pada', *Jurnalisa*, 06.November (2020), 200–215
<<https://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/jurnalisa/article/view/16263/11055>>

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A