

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA
PEMASARAN DIGITAL PADA PENINGKATAN PEMINAT
SMK NEGERI 12 SURABAYA**

SKRIPSI

Oleh:

ALIFAH RAHMANIA CHOTIDJAH

D73219044



Dosen Pembimbing I

Dr. Sahudi, S. Pd. I. M.H.I., M.Pd

NIP. 1977004122009121001

Dosen Pembimbing II

Dr. Moch. Zainul Arifin, S. Ag., M. Pd. I

NIP. 197104172007101004

PROGRAM STUDI MANAJEMEN PENDIDIKAN ISLAM

JURUSAN PENDIDIKAN ISLAM

FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA

2026

PERTANYAAN KEASLIAN SKRIPSI

PERTANYAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan dibawah ini:

NAMA : ALIFAH RAHMANIA CHOTIDJAH

NIM : D73219044

JUDUL : PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA
PEMASARAN DIGITAL TERHADAP PENINGKATAN
PEMINAT SMK NEGERI 12 SURABAYA

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil
penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang merujuk pada
sumbernya.

Surabaya, 4 Januari 2026

Yang menyatakan,


ALIFAH RAHMANIA CHOTIDJAH
D73219044

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi ini dibuat oleh:

NAMA : ALIFAH RAHMANIA CHOTIDJAH

NIM : D73219044

JUDUL : PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA
PEMASARAN DIGITAL TERHADAP PENINGKATAN PEMINAT SMK NEGERI
12 SURABAYA

Telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan.

Surabaya, 24 Desember 2025

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Sahadi, S. Pd. I. M.H.I. M.Pd.
NIP. 1977004122009121001

Dr. Moch. Zainul Arifin, S. Ag., M. Pd. I
NIP. 197104172007101004

HALAMAN PENGESAHAN

PENGESAHAN TIM PENGUJI SKRIPSI

Skripsi oleh Alifah Rahmania Chotidjah ini telah dipertahankan didepan tim penguji skripsi
Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Surabaya, 13 Januari 2026

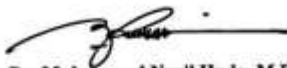
Mengesahkan,
Dekan,

Prof. Dr. H. Muhammad Thohir, S.Ag., M.Pd.
NIP. 197407251998031001

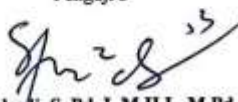
Penguji 1


Dr. Arif Mansvuri, S.Pd.I, M.Pd
NIP. 197903302014111001

Penguji 2


Dr. Muhammad Nuril Huda, M.Pd
NIP. 198006272008011006

Penguji 3


Dr. Sahudi, S. Pd. I. M.H.I., M.Pd
NIP. 1977004122009121001

Penguji 4


Dr. Moch. Zainul Arifin, S. Ag., M. Pd. I
NIP. 197104172007101004

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN**

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpustakaan@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 : Alifah Rahmania Chotidjah
NIM : D73219044
Fakultas/Jurusan : Tarbiyah dan Keguruan / Manajemen Pendidikan Islam
E-mail address : alifah.rahmania.real@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 :

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA PEMASARAN DIGITAL PADA
PENINGKATAN PEMINAT SMK NEGERI 12 SURABAYA.**

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). 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, 9 Januari 2026
Penulis

Alifah Rahmania Chotidjah

ABSTRAK

Alifah Rahmania Chotidjah (D73219044), 2025, Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Pemasaran Digital Pada Peningkatan Peminat SMK Negeri 12 Surabaya, Progran Studi Manajemen Pendidikan Islam, Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, Dosen Pembimbing I Dr. Sahudi, S.Pd.I., M.H.I., M.Pd., Dosen Pembimbing II Dr. Moch. Zainul Arifin, S. Ag., M.Pd.I

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran digital pada peningkatan peminat SMKN 12 Surabaya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini terdiri dari pihak humas SMKN 12 Surabaya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial SMKN 12 Surabaya sebagai sarana pemasaran digital telah dilakukan melalui pembuatan konten, keterlibatan audiens, berbagi konten, dan upaya membangun komunitas. Namun, pemanfaatan media sosial tersebut belum secara langsung dikaitkan dengan peningkatan jumlah pendaftar baru, karena konten yang disajikan lebih berfokus pada penyebaran informasi kegiatan sekolah dibandingkan strategi pemasaran yang bersifat persuasif.

Selain itu, peningkatan peminat SMKN 12 Surabaya dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain sikap orang tua yang merasa aman terhadap lingkungan dan pengawasan sekolah, sikap teman sebaya yang ditunjukkan melalui perilaku kolektif dalam mencari informasi sekolah, prestasi sekolah yang dikenal melalui berbagai kejuaraan, serta keberhasilan kegiatan ekstrakurikuler yang aktif dan berkelanjutan.

Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa keterkaitan antara pemanfaatan media sosial dan peningkatan peminat belum dirancang secara sistematis. Strategi pembuatan konten dilakukan secara adaptif melalui uji coba oleh tim humas, dengan mempertimbangkan keterbatasan sumber daya manusia. Meskipun demikian, media sosial memberikan keuntungan berupa jangkauan informasi yang luas, namun juga menghadapi rintangan berupa keterbatasan waktu dan konsistensi pengelolaan konten.

Kata kunci: media sosial, pemasaran digital, peningkatan peminat, SMK.

ABSTRACT

Alifah Rahmania Chotidjah (D73219044), 2025, Utilization of Social Media as a Digital Marketing Tool to Increase Enthusiasm at SMK Negeri 12 Surabaya, Islamic Education Management Study Program, Faculty of Tarbiyah and Teacher Training, Sunan Ampel State Islamic University Surabaya, Supervisor I Dr. Sahudi, S.Pd.I., M.H.I., M.Pd., Supervisor II Dr. Moch. Zainul Arifin, S. Ag., M.Pd.I

This study aims to describe the utilization of social media as a digital marketing tool in increasing student enrollment interest at SMKN 12 Surabaya. This research employed a qualitative approach with a descriptive method. Data were collected through interviews, observations, and documentation. The informants in this study were members of the public relations team of SMKN 12 Surabaya.

The results show that social media at SMKN 12 Surabaya has been utilized as a digital marketing medium through content creation, audience engagement, content sharing, and efforts to build online interaction. However, the use of social media has not been directly linked to the increase in the number of new student applicants, as the content primarily focuses on disseminating school information rather than persuasive marketing strategies aimed at attracting prospective students.

Furthermore, the increase in student interest at SMKN 12 Surabaya is influenced by several factors, including parents' attitudes reflected in their sense of security toward the school environment and supervision, peer attitudes shown through collective behavior in seeking school-related information, school achievements recognized through various competitions, and the success of extracurricular activities that are actively and consistently implemented.

The findings also indicate that the relationship between social media utilization and increased student interest has not been systematically designed. Content creation strategies are implemented adaptively through trial and error by the public relations team, considering limited human resources. Despite these limitations, social media provides advantages in terms of wide information reach, while also presenting challenges related to time constraints and consistency in content management.

Keywords: social media, digital marketing, student enrollment interest, vocational high school.

DAFTAR ISI

JUDUL	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
PERTANYAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	v
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT.....	viii
MOTTO.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian.....	22
C. Tujuan Penelitian	22
D. Manfaat Penelitian	23
E. Definisi Konseptual.....	24
F. Penelitian Terdahulu	28
G. Sistematika Penulisan	33
BAB II KAJIAN PUSTAKA	36
A. Media Sosial sebagai Sarana Pemasaran Digital	36
B. Peningkatan Peminat.....	66
C. Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Pemasaran Digital Terhadap Peningkatan Peminat SMK Negeri 12 Surabaya	86
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	97
A. Jenis Penelitian.....	97
B. Lokasi Penelitian.....	99

C. Sumber Data.....	99
D. Informan Penelitian.....	101
E. Metode Pengumpulan Data.....	102
F. Teknik Analisis Data.....	105
G. Keabsahan Data.....	110
H. Pedoman Penelitian/ Instrumen Pengumpul Data.....	113
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	124
A. Deskripsi Lokasi Penelitian.....	124
B. Temuan Penelitian.....	127
1) Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Pemasaran Digital SMK Negeri 12 Surabaya	127
2) Peningkatan Peminat SMK Negeri 12 Surabaya.....	139
3) Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Pemasaran Digital Terhadap Peningkatan Peminat SMK Negeri 12 Surabaya.....	150
C. Pembahasan.....	161
1) Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Pemasaran Digital SMK Negeri 12 Surabaya	162
2) Peningkatan Peminat SMK Negeri 12 Surabaya.....	168
3) Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Pemasaran Digital Terhadap Peningkatan Peminat SMK Negeri 12 Surabaya.....	172
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	176
A. Kesimpulan	176
B. Saran.....	178
DAFTAR PUSTAKA	179
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	185

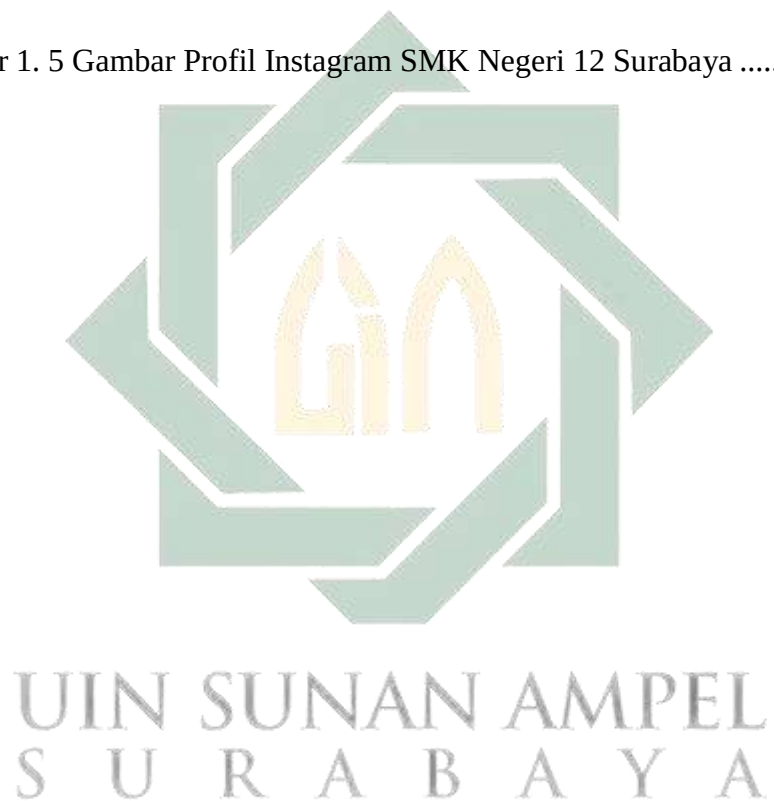
DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Pendaftar SMK Negeri 12	19
Tabel 3.1 Informan Penelitian	100
Tabel 3.2 Data Informan	101
Tabel 3.3 Indikator Data Kebutuhan Observasi	103
Tabel 3. 4 Indikator Data Kebutuhan Wawancara	104
Tabel 3. 5 Indikator Data Kebutuhan Dokumentasi.....	105
Tabel 3. 6 Pengkodean Data Penelitian.....	109
Tabel 3. 7 Lembar Observasi	113
Tabel 3. 8 Pedoman Wawancara	116
Tabel 3. 9 Pedoman Dokumentasi	121

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Gambar Vidio TikTok Viral SMK Negeri 12 Surabaya	12
Gambar 1. 2 Gambar Vidio Youtube Brownies TRANSTV	13
Gambar 1. 3 Gambar YouTube Pas Buka TRANS7	13
Gambar 1. 4 Gambar Vidio YouTube tvOneNews	13
Gambar 1. 5 Gambar Profil Instagram SMK Negeri 12 Surabaya	14



DAFTAR PUSTAKA

- Adimiharja, Djasman. *Psikolgi Umum Pusat Pengembangan Penataran Guru Tertulis*. Bandung, 1988.
- Ahdiat, Adi. "Rata-Rata Waktu Yang Dhabiskan Konsumen Untuk Mengakses Media (Kuartal II 2022)." *Databoks. Katadata.Co.Id*. Last modified 2022. Accessed November 28, 2023. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/12/01/ini-jenis-media-yang-paling-banyak-menyedot-perhatian-konsumen>.
- Ahmadi, Abu. *Psikologi Umum*. Jakarta: PT Rineka Cipta, 2003.
- Amir, Mohammad Faizal, and Septi Budi Kartika. *Buku Ajar Metodologi Penelitian Dasar Bidang Pendidikan*. Sidoarjo: Umsida Press, 2017.
- Anggraini, Indah Ayu, Wahyuni Desti Utami, and Salsa Bila Rahma. "Mengidentifikasi Minat Bakat Siswa Sejak Usia Dini Di SD Adiwiyata." *Islamika: Jurnal Keislaman dan Ilmu Pendidikan* 2, no. 1 (2020).
- Annur, Cindy Mutia. "Survei KIC: Mayoritas Masyarakat Indonesia Mengakses Informasi Di Media Sosial." *Databoks. Katadata.Co.Id*. Last modified 2022. Accessed November 28, 2023. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/20/survei-kic-mayoritas-masyarakat-indonesia-mengakses-informasi-di-media-sosial>.
- Arifin, Mohamad Zaenal, Suliyono, and Muh. Anshori. "Pemasaran Syariah Dalam Perspektif Hadits Dan Aplikasinya Pada Perbankan Syariah." *Madani Syariah* 5, no. 2 (2022): 83–97.
- Astalini, and Dwi Agus Kurniawan Sumaryanti. "Sikap Siswa Terhadap Pelajaran Di SMAN Kabupaten Batanghari." *JIPF: Jurnal Ilmu Pendidikan Fisika* 3, no. 2 (2018).
- Ayesha, Ivonne, and I Wayan Adi Pratama Syahril Hasan Amaliyah Nur Ika Effendi Tri Yusnanto Ni Desak Made Santi Diwyarthi Ristianawati Dwi Utami Adhy Firdaus Mumuh Mulyana Fitriana Norhidayati Ash Shadiq Egim. *Digital Marketing (Tinjauan Konseptual)*. Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi, 2022.
- Bachri, Bachtiar S. "Meyakinkan Validitas Data Melalui Trianggulasi Pada Penelitian Kualitatif." *Jurnal Teknologi Pendidikan* 10, no. 1 (2010).
- Bungin, Burhan. *Metodologi Penelitian Sosial: Format-Format Kuantitaif Dan Kualitatif*. Surabaya: Airlangga Universitas Press, 2001.
- Burke, Fauzia. *Online Marketing For Busy Authors (A Step By Step Guide)*. Oakland: Berrett-Koehler Publisher, 2016.
- Callen, Barry. *Mananager's Guide To Marketing, Advertising and Publicity*. New York: McGraw-Hill, 2010.

- Chaffey, Dave, and Fiona Ellis Chadwick. *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. Sixth. Edinburgh Gate: Pearson Education Limited, 2016.
- Chaffey, Dave, and PR Smith. *EMarketing EXcellence (Planning and Optimizing Your Digital Marketing)*. 3rd ed. Amsterdam: ELSEVIER, 2008.
- Chaffey, Dave, and Paul Russell Smith. *Digital Marketing Excellence*. 5th ed. Abingdon: Routledge, 2017.
- Chakti, Andi Gunawan. *The Book Of Digital Marketing*. Makasar: Celebes Media Perkasa, 2019.
- Coine, Ted, and Mark Babbitt. *A World Gone Social: How Companies Must Adapt To Survive*. New York: AMACOM: Amarican Management Association, 2014.
- Desy, Hidayati. "Mengembangkan Minat Baca Anak Usia Dini Melalui Kegiatan Literasi Perpustakaan Di Paud Hasanuddin Majedi Banjarmasin." *Jambura Journal of Linguistics and Literature* 1, no. 2 (2020).
- Fitriyanti, Dona Nur. "Manajemen Media Sosial Sekolah Di Madrasah Tsanawiyah Muhammadiyah 2 Karanganyar." *Al-Idaroh: Jurnal Studi Manajemen Pendidikan Islam* 7, no. 1 (2023): 93–108.
- Funk, Tom. *Advanced Sicial Media Marketing*. New York: Apress, 2013.
- Hafiar, Ridwan Setiawan Daradajat Hanny, and Yanti Setianti. "Implementasi Komunikasi Pemasaran Dalam Menarik Minat Calon Siswa Bersekolah Di SMK." *Jurnal Edutech* 1, no. 3 (2015).
- Hanlon, Annmarie. *Quick Win Social Media Marketing*. Cork: Oak Tree Press, 2014.
- Hasmayani, Babby, and Hotman Simatupang. "Perbedaan Minat Sekolah Dan Motivasi Belajar Ditinjau Dari Pola Asuh Orang Tua." *ANALATIKA JUNI* 4, no. 1 (2012).
- Heald, Lucy. "George Meredith's Interest In Education." *JSTOR* 21 (2013): 112–123.
- Hollensen, Svend, Phillip Kotler, and Mare Oliver Opresnik. *Social Media Marketing: A Practitioner Guide*. St. Gallen: Opresnik Management Consulting, 2017.
- Hurlock, Elizabeth B. *Child Development*. New York: McGraw-Hill, 1978.
- Independence. *Social Media*. Vol. 95. Cambridge: Independence Educational Publishers, 2015.
- Isnaini, Nazliati, and Nina Rahayu. "Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Bersekolah Anak Di Teluk Meku Langkat, Sumatera Utara." *Jurnal Anifa*:

- Studi Gender dan Anak* 3, no. 1 (2022).
- Istanto, Yuni, and Dkk. *Pemasaran Melalui Media Sosial Pada Usaha Kecil*. Yogyakarta: Zahir Publishing, 2020.
- Jahja, Yudrik. *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: Kencana, 2011.
- Jawa Pos. "Bangku Kosong SMK Negeri Lebih Banyak," n.d.
- Kamil, Harry Hidayat, and Aries Tanno. "Pengaruh Media Sosial Sebagai Sumber Informasi Dalam Pengambilan Keputusan Investor Berinvestasi, Latar Belakang Pendidikan Dan Penghasilan Sebagai Variabel Kontrol." *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi* 6, no. 2 (2022): 1622–1637. <https://www.owner.polgan.ac.id/index.php/owner/article/view/568/375>.
- Kerin, Roger A., Steven W. Hartley, and William Rudelius. *Marketing*. New York: McGraw-Hill, 2009.
- Kingsnorth, Simon. *Digital Marketing Strategy: An Intregrated Approach To Online Marketing*. London: Kogan Page, 2016.
- Krisprimandoyo, Denpharanto Agung. "Reputation and Risk Management in Promotional Activities in Relation to the Brand Identity of IQOS." *Pena Justisia: Media Komunikasi dan Kajian Hukum* 23, no. 2 (2024).
- Laing, Roger. *Social Media Made Easy*. London: Flame Tree Publishing, 2013.
- Le, Tri D., Nhi V. Le, Tan T. Nguyen, Khoa T. Tran, and Huong Q. Hoang. "Choice Factors When Vietnamese High School Students Consider Universities: A Mixed Method Approach." *Education Sciences* 12, no. 779 (2022): 779.
- Li, Fangfang, Jorma Larimo, and Leonidas C. Leonidou. "Social Media Marketing Strategy: Definition, Conceptualization, Taxonomy, Validation, and Future Agenda." *Journal Of The Academy Of Marketing Science* 49 (2021): 51–70.
- Luttrell, Regina. *Social Media: How To Engage, Share And Connect*. Lanham: Rowman & Littlefield Publishers, 2016.
- Masa'deh, Ra'ed, Shafiq AL-Haddad, Dana Al Abed, Hadeel Khalil, Lina AlMomani, and Taghreed Khirfan. "The Impact of Social Media Activities on Brand Equity." *Information* 12, no. 477 (2021).
- Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi Republik Indonesia. "Peraturan Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset Dan Teknologi Republik Indonesia Nomor 47 Tahun 2023 Tentang Standar Pengelolaan Pada Pendidikan Anak Usia Dini, Jenjang Pendidikan Dasar, Dan Jenjang Pendidikan Menengah." [chrome-extension://efaidnbmnnnibpcajpcglclefindmkaj/https://jdih.kemdikbud.go.id/sjdih/siperpu/dokumen/salinan/salinan_20230810_163641_2023pmkemdikbud47.pdf](https://jdih.kemdikbud.go.id/sjdih/siperpu/dokumen/salinan/salinan_20230810_163641_2023pmkemdikbud47.pdf).

- Morissan. *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana, 2010.
- Neher, Krista. *Social Media Field Guide*. Ohio: Boot Camp Publishing, 2010.
- Novitasari, Nurul, Nur Lailatul Fitri, and Ati Ni'matur Rohmah. "Peran Manajemen Humas Dalam Meningkatkan Kualitas Promosi Penerimaan Peserta Didik Baru Di TK Dharma Wanita Singgahan Tuban TP. 2021/2022." *JECED: Journal of Early Childhood Education and Development* 4, no. 2 (2022): 129 – 142.
- Nugrahani, Farida. *Metode Penelitian Kualitatif Dalam Penelitian Pendidikan Bahasa*. Surakarta, 2014.
- Peter, J. Paul, and James H. Donnelly Jr. *Marketing Management: Knowledge and Skills*. Boston: McGraw-Hill Irwin, 2007.
- Pranaya, Astaf Aji. "Analisis Jaringan Sosial Terhadap Pembentukan Virtual Togetherness Melalui Tagar #PrayForBali." *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO: Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Sosial dan Informasi* 8, no. 4 (2023).
- Putri, Nichita Heryananda. "Teknologi Maju, Digital Marketing Jadi Tren Baru." *DISKOMINFO KALTIM*. Last modified 2021. Accessed November 30, 2023. <https://diskominfo.kaltimprov.go.id/teknologi/teknologi-maju-digital-marketing-jadi-tren-baru>.
- Putro, Adi Nugroho Susanto. "Optimalisasi Website STAB Negeri Raden Wijaya Dengan Search Engine Optimization Untuk Meningkatkan Jumlah Mahasiswa Baru." *MALCOM: Indonesian Journal of Machine Learning and Computer Science* 4, no. 1 (2024).
- Qarlina, Cherly Dwi, Purwanto, and Fitri Wulandari. "Pengaruh Media Sosial Sebagai Alat Promosi Terhadap Minat Peserta Didik Di SMA Batik Surakarta." *Technomedia Journal* 8, no. 1 (2023): 82–91.
- Rahman, Dzulfiqar Fathur. "NRata-Rata Warga India Punya 9 Medsos, Bagaimana Indonesia?" *Databoks. Katadata.Co.Id*. Last modified 2022. Accessed November 28, 2023. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/08/09/rata-rata-warga-india-punya-9-medsos-bagaimana-indonesia>.
- Rewoldt, Stewart H., James D. Scott, and Martin R. Warshaw. *Strategi Promosi Pemasaran*. Jakarta: Rineka Cipta, 1995.
- Rijali, Ahmad. "Analisis Data Kualitatif." *Jurnal Alhadharah* 17, no. 33 (2017).
- Rowell, Rebecca. *Social Media: Like It Or Leave It*. California: Capstone, 2015.
- Ruangkanjanases, Athapol, Ornlatcha Sivarak, Ardy Wibowo, and Shih-Chih Chen. "Creating Behavioral Engagement Among Higher Education's Prospective Students Through Social Media Marketing Activities: The Role Of Brand Equity As Mediator." *Frontiers in Psychology* 13 (2022).

- Ryan, Damian, and Calvin Jones. *Understanding Digital Marketing*. London: Kogan Page, 2009.
- Saputri, Nur Marzydha. *Pengaruh Media Sosial Sebagai Alat Promosi Terhadap Minat Peserta Didik Di Madrasah Aliyah Negeri Kendal*. Semarang, 2022.
- Semiawan, Conny R. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Grasindo, 2020.
- Setyaningrum, Ari, Jusuf Udaya, and Efendi. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI, 2015.
- Shaleh, Abd. Rahman. *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*. Jakarta: PT. Prenada Media, 2004.
- Siyoto, Sandu, and M. aLI SODIK. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015.
- Slameto. *Belajar Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya*. Jakarta: Rineka Cipta, 2015.
- Smith, Nick. *Social Media Marketing In A Week*. London: Teach Yourself, 2016.
- Sosiawan, Edwi Arief. "Penggunaan Situs Jejaring Sosial Sebagai Media Interaksi Dan Komunikasi Di Kalangan Mahasiswa." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 9, no. 1 (2011).
- Sudaryono. *Manajemen Pemasaran: Teori Dan Implementasi*. Yogyakarta: ANDI, 2016.
- Sugars, Bradley J. *Instant Promotions*. New York: McGraw-Hill, 2006.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Susanto, Ahmad. *Teori Belajar Dan Pembelajaran Di Sekolah Dasar*. Jakarta: Kencana, 2013.
- Sutriani, Elma, and Rika Octaviani. *Analisis Data Dan Keabsahan Data*, 2019.
- Syah, Muhibbin. *Psikologi Belajar*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004.
- Tambunan, Eric Harianto Damelina, Liliana Dewi, and Yuwono Marta Dinata. "Parent's Decisions In Choosing K-12 Education During The Covid-19 Pandemic: An Exploratory Factor Analysis." *JAM: Jurnal Aplikasi Manajemen* 20, no. 4 (2022): 796–808.
- Urva, Gellysa, Merina Pratiwi, and Amiroel Oemara Syarief. "Optimalisasi Media Sosial Sebagai Penunjang Digital Marketing." *ABDINE: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 2, no. 1 (2022).
- Utami, Fajar Sri, Mudofir, and Supriyanto. "Manajemen Strategi Pemasaran Pendidikan." *Jurnal Pendidikan dan Konseling* 4, no. 4 (2022): 4746–4751.
- Vollmer, Christopher, and Geoffrey Precourt. *Always On: Advertising, Marketing and Media In An Era Of Consumer Control*. New York: McGraw-Hill, 2008.

Wahidmurni. *Pemaparan Metode Penelitian Kualitatif*, 2017.

Wati, Andy Prasetyo, Jefry Aulia Martha, and Aniek Indrawati. *Digital Marketing*. Malang: Edulitera, 2020.

Wijaya, Nur Qoudri, Syaiful Anwar, and Unsul Abrar. "Peran Copywriter Dalam Pembuatan Konten Sebagai Sarana Media Informasi Digital Pada Dinas Kominfo Sumenep." *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia* 8, no. 1 (2022).

Williams, Richard N. *Everyday Guides Made Easy: Social Media Marketing Basics*. London: Flame Tree Publishing, 2015.

"Kamus Besar Bahasa Indonesia." Accessed June 16, 2023.
<https://kbbi.kemdikbud.go.id/>.

"Kamus Besar Bahasa Indonesia." Accessed November 23, 2023.
<https://kbbi.kemdikbud.go.id/>.

"Link Vidio Brownis TRANS TV." https://youtu.be/Bd_hp8HHwB0?si=vhpSBwRpAI--1HU.

"Link Vidio Pas Buka TRANS7." <https://youtu.be/gYD6sGrdZsY?si=GoKz9f7JC3XABKyR>.

"Link Vidio Tiktok Viral SMK Negeri 12 Surabaya." <https://vt.tiktok.com/ZSrwBqFF5/>.

"Link Vidio TvOneNews Wawancara Guru Viral SMK Negeri 12 Surabaya." <https://youtu.be/AD5ewyXZcgU?si=VyX25CiJ4Rw4fdkH>.

"Profil Instagram SMK Negeri 12 Surabaya." <https://www.instagram.com/smkn12surabaya?igsh=bnR1cml2Yzd6MnZy>.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A