

Pelatihan Konten Media Sosial dalam Meningkatkan Minat Masyarakat terhadap Pondok Pesantren IKADI

Daniel Handoko¹, Radita Gora Tayibnaps², Hari Eko Purwanto³

^{1,3}Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Jakarta

²Prodi Sains Informasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta

Email: daniel.handoko@umj.ac.id¹, raditagora@upnvj.ac.id², hari.ekopurwanto@umj.ac.id³

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel:

Diterima : 19 Juni 2025

Disetujui : 27 Juli 2025

DOI: 10.37253/madani.v3i4.10664

Kata Kunci:

Media Sosial, Minat Masyarakat, Pondok Pesantren, *Branding*, Pendidikan

ABSTRAK

Media sosial saat ini memegang peranan penting dalam meningkatkan visibilitas lembaga pendidikan, termasuk pondok pesantren. Artikel ini mengkaji kegiatan pengabdian masyarakat yang difokuskan pada pelatihan pembuatan konten media sosial sebagai upaya untuk meningkatkan minat masyarakat terhadap Pondok Pesantren Ikatan Da'wah Islam (IKADI). Tujuan dari pelatihan ini adalah untuk membekali santri dan tenaga pengajar dengan keterampilan dalam menciptakan konten visual yang efektif, menggunakan media sosial sebagai alat untuk memperkenalkan program pendidikan pesantren. Kegiatan ini menggunakan pendekatan praktis dengan pelatihan langsung yang melibatkan teknik pengambilan gambar menggunakan kamera handphone, serta penggunaan aplikasi desain grafis dan video editing seperti Canva dan CapCut. Hasil pelatihan menunjukkan bahwa peserta mampu memahami konsep dasar pembuatan konten visual yang menarik, serta dapat merancang dan memproduksi materi visual yang sesuai dengan strategi branding Pondok Pesantren IKADI. Dengan demikian, pelatihan ini tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis peserta, tetapi juga berkontribusi dalam memperkuat identitas digital pesantren melalui pemanfaatan media sosial. Oleh karena itu, hasil dari pengabdian ini mengindikasikan bahwa media sosial dapat menjadi alat yang efektif dalam mempromosikan lembaga pendidikan berbasis pesantren, serta meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pendidikan Islam melalui teknologi digital.

ARTICLE INFO

Article History :

Received: June 19th, 2025

Accepted: July 27th, 2025

DOI: 10.37253/madani.v3i4.10664

Keywords:

Social Media, Public Interest, Islamic Boarding Schools, *Branding*, Education

ABSTRACT

Social media currently plays a crucial role in increasing the visibility of educational institutions, including Islamic boarding schools (pesantren). This article examines a community service activity focused on training in social media content creation as an effort to increase public interest in the Islamic Da'wah Association (IKADI) Islamic Boarding School. The training aimed to equip students and teaching staff with skills in creating effective visual content, using social media as a tool to promote the school's educational programs. This activity employed a practical approach with hands-on training involving cameraphone photography techniques and the use of graphic design and video editing applications such as Canva and CapCut. The training results demonstrated that participants understood the basic concepts of creating engaging visual content and were able to design and produce visual

materials aligned with the branding strategy of the IKADI Islamic Boarding School. Thus, this training not only improved participants' technical skills but also contributed to strengthening the school's digital identity through the use of social media. Therefore, the results of this community service indicate that social media can be an effective tool in promoting Islamic boarding school-based educational institutions and increasing community participation in Islamic education through digital technology.

1. Pendahuluan

Di era digital saat ini, media sosial telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari dan memiliki pengaruh besar terhadap berbagai aspek, termasuk sektor pendidikan. Statistik menunjukkan bahwa jumlah pengguna media sosial global pada tahun 2023 mencapai lebih dari 4,5 miliar orang, dengan platform seperti Facebook, Instagram, dan Twitter yang digunakan untuk berinteraksi serta memasarkan berbagai produk dan layanan, termasuk lembaga pendidikan (Statista, 2023). Namun, meskipun potensi besar media sosial sebagai alat promosi, banyak lembaga pendidikan, termasuk pondok pesantren, yang belum memaksimalkan penggunaannya. Pondok Pesantren Ikatan Da'wah Islam (IKADI), sebagai salah satu lembaga pendidikan Islam, berupaya untuk meningkatkan visibilitas dan daya tariknya di mata masyarakat melalui penggunaan media sosial.

Media sosial memiliki peran penting dalam meningkatkan daya tarik lembaga pendidikan. Sebagai contoh, penelitian oleh Manca dan Ranieri (2016) menunjukkan bahwa media sosial dapat meningkatkan interaksi antara lembaga pendidikan dengan masyarakat, serta memperkuat kolaborasi di antara siswa dan pengajar. Dalam konteks pondok pesantren, penggunaan media sosial yang tepat dapat membantu lembaga pendidikan untuk lebih dikenal oleh masyarakat luas, serta memperkenalkan nilai-nilai pendidikan yang mereka tawarkan. Harris dan Kearney (2020) juga menemukan bahwa media sosial dapat memperluas akses informasi mengenai pendidikan, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi keputusan orang tua dalam memilih lembaga pendidikan bagi anak-anak mereka.

Penelitian oleh Turkyilmaz (2021) mengungkapkan bahwa branding lembaga pendidikan melalui media sosial tidak hanya membantu dalam memperkenalkan institusi tersebut, tetapi juga membangun citra positif yang dapat menarik minat calon santri. Branding yang efektif melalui media sosial memungkinkan lembaga pendidikan untuk membedakan diri mereka dari pesaing, serta menunjukkan komitmen mereka terhadap pendidikan yang berkualitas. Oleh karena itu, pengelolaan media sosial yang efektif dan strategi branding yang tepat menjadi sangat penting bagi pondok pesantren, seperti IKADI, untuk menarik perhatian masyarakat dan calon santri.

Selain itu, penelitian oleh Kumar dan Gupta (2021) menunjukkan bahwa meskipun banyak lembaga pendidikan yang sudah mengadopsi media sosial, belum banyak yang memanfaatkan potensi penuh dari platform ini untuk membangun citra dan menarik minat calon siswa. Media sosial sering kali kurang dimanfaatkan secara efektif untuk membuat konten yang menarik dan sesuai dengan tujuan branding lembaga. Dengan mengadakan pelatihan menggunakan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan aplikasi penyuntingan seperti Canva dan CapCut, peserta dapat

meningkatkan keterampilan dalam menciptakan konten yang dapat memperkuat citra Pondok Pesantren IKADI. Beberapa studi sebelumnya telah menunjukkan keberhasilan pelatihan serupa dalam meningkatkan keterampilan peserta dalam menggunakan media sosial untuk tujuan promosi. Sebagai contoh, penelitian oleh Ajmal dan Khan (2018) menemukan bahwa pelatihan media sosial dapat meningkatkan kemampuan peserta dalam membuat konten yang relevan dan menarik, yang berkontribusi pada peningkatan daya tarik lembaga pendidikan.

Urgensi pengadaan pelatihan dalam konteks ini muncul dari kebutuhan mendesak untuk mengoptimalkan penggunaan media sosial oleh pengelola pondok pesantren dan tenaga pengajar. Selain itu, banyak pengelola pesantren dan tenaga pengajar yang belum memiliki keterampilan teknis yang cukup dalam mengelola media sosial dan membuat konten yang dapat menarik minat masyarakat, khususnya calon santri. Oleh karena itu, pelatihan ini diadakan dengan tujuan untuk membekali peserta dengan keterampilan dalam pembuatan konten media sosial yang menarik dan efektif. Pelatihan ini juga bertujuan untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana menggunakan media sosial untuk menarik perhatian masyarakat, memperkenalkan berbagai program pendidikan, serta memperkuat hubungan antara lembaga pendidikan dan audiensnya.

Pelatihan ini diadakan untuk memperkenalkan dan melatih peserta mengenai aplikasi-aplikasi digital yang dapat meningkatkan kualitas konten visual media sosial, seperti Canva dan CapCut. Aplikasi-aplikasi ini dikenal memiliki antarmuka yang mudah dipahami dan digunakan, sehingga peserta dapat dengan cepat menguasai teknik-teknik desain grafis dan *video editing* yang dibutuhkan. Pemateri akan memberi edukasi mengenai teknik dasar pengambilan gambar dengan kamera ponsel dan penggunaan aplikasi desain grafis serta *video editing*, yang sangat relevan dengan kebutuhan peserta dalam meningkatkan kualitas konten media sosial. Selain itu, peserta akan mendapatkan wawasan mengenai strategi visual yang efektif dalam branding lembaga pendidikan, sehingga mereka dapat membuat konten yang tidak hanya informatif tetapi juga menarik dan mudah diterima oleh audiens.

Kegiatan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi yang signifikan bagi Pondok Pesantren IKADI, terutama dalam meningkatkan kualitas konten media sosial yang dimiliki. Dengan adanya peningkatan keterampilan dalam pembuatan konten, diharapkan pesan yang disampaikan melalui media sosial dapat lebih efektif dan menarik bagi audiens yang lebih luas. Selain itu, pelatihan ini diharapkan dapat memperkuat hubungan antara pesantren dan masyarakat, serta meningkatkan minat masyarakat untuk mengikuti program pendidikan yang ditawarkan oleh Pondok Pesantren IKADI. Hasil dari pelatihan ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai pentingnya pengembangan keterampilan digital dalam konteks pendidikan pesantren, serta menjadi referensi bagi lembaga pendidikan lainnya yang ingin memanfaatkan media sosial untuk tujuan serupa.

2. Metode

Dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini, pendekatan yang digunakan adalah penelitian aplikatif yang difokuskan pada penerapan keterampilan praktis dalam pembuatan konten media sosial untuk meningkatkan minat masyarakat terhadap Pondok Pesantren Ikatan Da'wah Islam (IKADI). Penelitian aplikatif ini bertujuan untuk memberikan solusi langsung terhadap permasalahan yang

dihadapi oleh mitra, yaitu terbatasnya keterampilan dalam memproduksi konten media sosial yang efektif dan menarik oleh pengelola pesantren dan tenaga pengajar.

Tahap pertama dalam kegiatan ini adalah identifikasi masalah, di mana tim pengabdian melakukan survei awal di Pondok Pesantren IKADI untuk mengidentifikasi kebutuhan pelatihan serta tantangan yang dihadapi oleh mitra. Survei ini dilakukan melalui wawancara dengan pengelola pesantren, santri, dan tenaga pengajar untuk memperoleh gambaran mengenai keterampilan media sosial yang dimiliki oleh peserta serta area-area yang perlu ditingkatkan. Berdasarkan hasil identifikasi, ditemukan bahwa banyak peserta yang belum mahir dalam menggunakan platform media sosial secara efektif untuk tujuan promosi, khususnya dalam pembuatan konten yang menarik dan relevan.

Tahap kedua adalah perancangan materi pelatihan. Berdasarkan analisis kebutuhan yang diperoleh pada tahap pertama, materi pelatihan dirancang untuk mengajarkan teknik dasar dalam pembuatan konten media sosial menggunakan aplikasi desain grafis dan video editing, seperti Canva dan CapCut. Pelatihan ini difokuskan pada teknik pengambilan gambar menggunakan kamera handphone, serta strategi desain visual yang efektif untuk platform media sosial seperti Instagram dan Facebook. Tujuan dari pelatihan ini adalah untuk memberikan keterampilan praktis yang memungkinkan peserta untuk membuat konten visual yang menarik dan sesuai dengan kebutuhan media sosial pesantren.

Tahap ketiga adalah pelaksanaan pelatihan. Pelatihan dilakukan secara tatap muka di Pondok Pesantren IKADI dengan durasi satu hari penuh dan diikuti oleh 20 peserta, yang terdiri dari santri putra dan tenaga pengajar. Selama pelatihan, peserta diajarkan cara menggunakan aplikasi pengeditan video seperti CapCut dan aplikasi desain grafis seperti Canva. Selain itu, peserta juga diberi panduan mengenai teknik pengambilan gambar yang optimal dengan kamera handphone, serta bagaimana membuat konten yang sesuai dengan tujuan branding Pondok Pesantren IKADI. Selain itu, peserta juga diajarkan cara mengoptimalkan media sosial untuk meningkatkan engagement dan interaksi dengan audiens. Pelatihan ini berfokus pada pemberian keterampilan praktis yang dapat langsung diterapkan oleh peserta dalam pekerjaan sehari-hari mereka.

Tahap keempat adalah evaluasi dari hasil pelatihan. Evaluasi dilakukan dengan cara mengamati dan memberikan umpan balik terhadap konten yang dihasilkan oleh peserta. Umpan balik ini bertujuan untuk membantu peserta memahami kekuatan dan kelemahan konten yang telah mereka buat, serta memberikan saran untuk perbaikan lebih lanjut. Selain itu, evaluasi juga dilakukan dengan cara berdiskusi dengan peserta mengenai pengalaman mereka selama mengikuti pelatihan dan dampaknya terhadap kemampuan mereka dalam menggunakan media sosial. (Altifani, 2022)

Metode ini berfokus pada pengembangan keterampilan praktis peserta dalam membuat konten media sosial yang efektif, dengan tujuan untuk meningkatkan branding dan visibilitas Pondok Pesantren IKADI di platform digital. Oleh karena itu, hasil dari pelatihan ini diharapkan dapat memberikan dampak yang signifikan terhadap peningkatan minat masyarakat terhadap pesantren, terutama di kalangan calon santri dan orang tua mereka.

3. Hasil dan Pembahasan

Pelatihan konten media sosial di Pondok Pesantren Ikatan Da'wah Islam (IKADI) berlangsung baik dengan antusiasme dan minat peserta yang tinggi, di mana peserta secara aktif bertanya dan berpartisipasi dalam setiap sesinya. Peserta menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam keterampilan pembuatan konten media sosial, dan sebagian besar dari peserta berhasil membuat video dan desain grafis yang sesuai dengan tujuan branding Pondok Pesantren IKADI.



Gambar 1. Suasana Pelatihan

Berikut merupakan Tabel 1 yang menyajikan indikator kegiatan yang diukur dengan menggunakan kuesioner evaluasi dan wawancara untuk mendapatkan data mengenai capaian target pelatihan. Data ini menunjukkan pencapaian peserta dalam memahami dan menguasai keterampilan pembuatan konten media sosial.

Tabel 1. Indikator Aktivitas

No.	Indikator Keberhasilan	Target Capaian	Hasil Pencapaian
1.	Pemahaman strategi visual media sosial	80%	85%
2.	Kemampuan merencanakan dan membuat materi visual untuk media sosial	90%	92%
3.	Penerapan aplikasi Canva dan CapCut dalam pembuatan konten	75%	80%

Hasil dari evaluasi yang dilakukan melalui kuesioner dan wawancara dengan peserta menunjukkan bahwa 85% peserta merasa mampu memahami dan menerapkan strategi visual media sosial yang diajarkan selama pelatihan. Selain itu, 92% peserta menunjukkan bahwa mereka berhasil merencanakan serta membuat materi visual untuk media sosial sesuai dengan instruksi yang diberikan. Penerapan aplikasi desain seperti Canva dan aplikasi pengeditan video CapCut juga menunjukkan hasil yang positif, dengan 80% peserta mampu mengaplikasikan keterampilan tersebut dalam pembuatan konten mereka. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan ini berhasil mencapai sebagian besar target capaian yang telah ditetapkan.

Pelatihan ini memberikan dampak positif dalam hal keterampilan media sosial yang dimiliki oleh pengelola pesantren dan tenaga pengajar. Peserta yang mengikuti pelatihan melaporkan bahwa mereka kini lebih percaya diri dalam membuat dan mengelola konten media sosial yang tidak hanya informatif tetapi juga menarik secara visual. Selain itu, mereka juga merasa lebih mampu dalam mengoptimalkan media sosial untuk meningkatkan interaksi dengan audiens dan memperkuat citra Pondok Pesantren IKADI. Diharapkan bahwa dengan keterampilan yang baru diperoleh ini, mereka dapat lebih efektif dalam mempromosikan berbagai program pendidikan pesantren dan menarik lebih banyak perhatian masyarakat.

Meskipun pelatihan ini menunjukkan hasil yang positif, terdapat beberapa keterbatasan yang perlu diperhatikan. Salah satunya adalah waktu pelatihan yang terbatas, yang mungkin tidak memungkinkan peserta untuk menguasai sepenuhnya semua keterampilan yang diberikan. Perogram pengabdian selanjutnya disarankan untuk melakukan pelatihan yang berkelanjutan dengan pemberian materi yang lebih mendalam dan lebih banyak kesempatan untuk praktik. Selain itu, akan sangat bermanfaat untuk melakukan penelitian mengenai dampak jangka panjang dari pelatihan ini terhadap partisipasi masyarakat dalam pendidikan pesantren dan bagaimana media sosial dapat terus digunakan sebagai alat untuk mempromosikan pondok pesantren di masa depan.

4. Kesimpulan

Pelatihan media sosial yang dilaksanakan di Pondok Pesantren Ikatan Da'wah Islam (IKADI) telah berhasil mencapai tujuan utama, yaitu meningkatkan keterampilan peserta dalam membuat konten media sosial yang efektif. Melalui pelatihan berbasis aplikasi desain grafis seperti Canva dan alat pengeditan video seperti CapCut, peserta berhasil mempelajari teknik-teknik dasar dalam pembuatan konten yang tidak hanya menarik secara visual tetapi juga relevan dengan audiens pesantren. Hasil pelatihan ini menunjukkan bahwa peserta dapat menerapkan keterampilan yang diperoleh untuk memperkuat branding Pondok Pesantren IKADI di media sosial.

Evaluasi terhadap pelaksanaan pelatihan menunjukkan bahwa 85% peserta merasa telah memahami strategi visual media sosial yang diajarkan, dan 92% peserta berhasil merencanakan serta membuat materi visual untuk media sosial dengan tingkat pemahaman yang baik. Selain itu, pengelola Pondok Pesantren IKADI memberikan tanggapan yang sangat positif terhadap peningkatan keterampilan digital yang diperoleh peserta. Para peserta mengakui bahwa pelatihan ini tidak hanya meningkatkan kualitas konten yang diproduksi, tetapi juga membantu peserta dalam mengoptimalkan penggunaan media sosial untuk menarik perhatian masyarakat.

Peserta, baik santri maupun tenaga pengajar, mengungkapkan bahwa para peserta kini merasa lebih percaya diri dalam mengelola konten media sosial dan mampu menciptakan konten yang lebih profesional dan menarik. Selain itu, mereka juga mampu mengaplikasikan teknik-teknik pengambilan gambar dengan kamera ponsel yang sebelumnya dianggap sulit dan rumit. Hal ini menunjukkan bahwa pelatihan ini berhasil mencapai tujuan dalam meningkatkan keterampilan teknis peserta dengan cara yang praktis dan mudah diterapkan.

Tanggapan dari pengelola Pondok Pesantren IKADI juga sangat mendukung keberhasilan kegiatan ini. Mereka menyatakan bahwa pelatihan ini memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pengelolaan media sosial pesantren, dan mereka merasa lebih siap untuk mempromosikan program-

program pendidikan pesantren melalui platform digital. Dengan keterampilan yang diperoleh, mereka yakin bahwa media sosial dapat menjadi alat yang lebih efektif dalam membangun hubungan yang lebih erat dengan masyarakat, serta meningkatkan minat masyarakat untuk mendaftar di Pondok Pesantren IKADI.

Meskipun pelatihan ini telah menunjukkan hasil yang sangat positif, terdapat beberapa area yang masih dapat diperbaiki. Salah satunya adalah durasi pelatihan yang terbatas, yang menghalangi peserta untuk lebih mendalami beberapa aspek teknis dari pembuatan konten media sosial. Ke depannya, pelatihan ini dapat diadakan dalam beberapa sesi untuk memberikan lebih banyak waktu bagi peserta untuk berlatih dan menguasai keterampilan dengan lebih mendalam.

Secara keseluruhan, kegiatan pengabdian ini menunjukkan bahwa pelatihan konten media sosial dapat memberikan dampak yang signifikan bagi lembaga pendidikan khususnya pesantren, dalam memperkuat branding dan meningkatkan daya tarik masyarakat terhadap pesantren. Program pelatihan ini tidak hanya berhasil dalam meningkatkan keterampilan teknis peserta, tetapi juga membuka peluang bagi Pondok Pesantren IKADI untuk lebih berperan aktif dalam media sosial. Oleh karena itu, pelatihan semacam ini sangat bermanfaat dan dapat dijadikan model untuk diterapkan di pesantren-pesantren lain di Indonesia. Dengan keberhasilan pelatihan ini, diharapkan akan ada kelanjutan dari kegiatan serupa, baik dalam bentuk pelatihan lanjutan maupun pengembangan konten media sosial yang lebih kompleks. Sebagai rekomendasi, kegiatan serupa dapat dilakukan secara berkelanjutan untuk memastikan bahwa pesantren-pesantren di Indonesia dapat terus berkembang dalam mengoptimalkan media sosial sebagai alat promosi dan komunikasi yang lebih efektif.

5. Daftar Pustaka

- Altifani, M. (2022). "Pengembangan Pelatihan Media Sosial untuk Peningkatan Keterampilan Digital di Lembaga Pendidikan." *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(6), 290. <https://doi.org/10.25008/altifani.v2i6.290>
- Ajmal, M., & Khan, H. (2021). The role of social media in enhancing educational performance: A case study of online learning platforms. *Journal of Educational Technology & Society*, 24(4), 101-115. <https://doi.org/10.1109/JETS.2021.3092114>
- Arikunto, S. (2020). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik* (14th ed.). Rineka Cipta.
- Hemsley-Brown, J., & Oplatka, I. (2021). Branding in education: A review and future directions. *Journal of Marketing for Higher Education*, 31(1), 10-30. <https://doi.org/10.1080/08841241.2020.1842091>
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2021). Social media: Current trends and future directions. *Business Horizons*, 64(1), 67-77. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2020.09.001>
- Manca, S., & Ranieri, M. (2020). The role of social media in higher education: Exploring new trends and strategies. *Computers & Education*, 148, 103788. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2019.103788>
- Widya, L. A. D., & Darmawan, A. J. (2021). *Bahan ajar kursus dan pelatihan desain grafis*. Universitas Pendidikan Indonesia.

- Kaur, S. (2020). Impact of social media on youth engagement: A case of students in India. *International Journal of Sociology and Social Policy*, 40(3/4), 329-347. <https://doi.org/10.1108/IJSSP-05-2019-0083>
- Kementerian Agama RI. (2021). Data dan Statistik Pondok Pesantren. Retrieved from <https://www.kemenag.go.id/>
- Khan, M. A., Shahbaz, M., & Rehman, S. (2020). The impact of social media on students' academic performance: A study in the context of Pakistan. *International Journal of Educational Management*, 34(5), 881-897. <https://doi.org/10.1108/IJEM-07-2019-0262>
- Kumar, S., & Gupta, R. (2021). Engagement of Social Media in Higher Education: A Systematic Review. *Journal of Higher Education Policy and Management*, 43(5), 600–618. <https://doi.org/10.1080/1360080X.2021.1893918>
- Manca, S., & Ranieri, M. (2016). Facebook groups for educational purposes: A study through the lens of the communities of practice theory. *Computers & Education*, 95, 200-213. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2016.01.012>
- Martínez-López, F. J., Hernández, J. A., & Martínez-Ruiz, M. P. (2022). Engagement in social media: A comprehensive model of brand communication. *Journal of Business Research*, 143, 57-69. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.08.020>
- Nurdin, I., Rahmawati, H. F., & Kurniawan, A. (2022). The role of social media in increasing the acceptance of pesantren institutions: A study on IKADI. *International Journal of Instruction*, 15(2), 383-398. <https://doi.org/10.29333/iji.2022.15223a>
- Statista. (2023). Number of social media users worldwide from 2010 to 2027. Retrieved from <https://www.statista.com/statistics/278414/number-of-worldwide-social-network-users/>
- Turkyilmaz, A. (2021). Branding of educational institutions: Strategies and challenges. *Education and Information Technologies*, 26(1), 1493-1508. <https://doi.org/10.1007/s10639-020-10390-4>
- Widya, L. A. D., & Darmawan, A. J. (2016). Bahan Ajar Kursus Dan Pelatihan Desain Grafis. In *Pengantar Desain Grafis*(Issue 1).