

## EFEKTIVITAS PENGGUNAAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI KEGIATAN EKSTRAKULIKULER SEKOLAH

**Shinta Alia<sup>1\*</sup>, Maya Indah Safitri<sup>2</sup>, Siti Rahmadyah Putri<sup>3</sup>, Bela<sup>4</sup>, Awan Anhara<sup>5</sup>, Rhifwan Aji Bimantoro Adriyanto<sup>6</sup>,**

*<sup>1,2,3,4,5,6</sup> Program Studi Manajemen, Universitas Pamulang*

*\*E-mail: [shintaalia225@gmail.com](mailto:shintaalia225@gmail.com)*

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas penggunaan Instagram sebagai media promosi kegiatan ekstrakurikuler di Global Indonesia School. Latar belakang penelitian ini didasari oleh pentingnya kegiatan ekstrakurikuler dalam pengembangan minat, bakat, dan karakter siswa, serta tantangan menurunnya partisipasi siswa di era digital. Metode yang digunakan adalah *Focus Group Discussion* (FGD) dengan melibatkan siswa, pembina ekstrakurikuler, dan staf sekolah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram efektif meningkatkan minat dan partisipasi siswa terhadap kegiatan ekstrakurikuler. Sebanyak 75% siswa yang belum aktif menyatakan tertarik bergabung setelah melihat konten promosi di Instagram, terutama yang menampilkan testimoni senior, dokumentasi kegiatan, dan informasi prestasi. Faktor kunci keberhasilan meliputi konsistensi *posting*, kualitas konten visual, penggunaan *hashtag* yang relevan, serta keterlibatan aktif antara pengelola akun dan *audiens*. Namun, ditemukan hambatan berupa kebutuhan informasi detail terkait waktu, biaya, serta kekhawatiran siswa mengenai kemampuan mengikuti ekstrakurikuler tertentu. Saran aplikatif yang diberikan meliputi pembentukan tim *content creator* internal, pelatihan pengelola media sosial, integrasi promosi digital-*offline*, serta evaluasi berkala efektivitas strategi promosi. Penelitian ini merekomendasikan pengembangan strategi promosi yang lebih interaktif dan berkelanjutan, serta kajian lebih lanjut pada platform media sosial lain untuk meningkatkan partisipasi siswa dalam kegiatan ekstrakurikuler.

Kata Kunci: Instagram, ekstrakurikuler, minat siswa, *Global Indonesia School*.

### **ABSTRACT**

*This study aims to analyze the effectiveness of using Instagram as a promotional medium for extracurricular activities at Global Indonesia School. The background of this study is based on the importance of extracurricular activities in developing students' interests, talents, and character, as well as the challenge of declining student participation in the digital era. The method used is Focus Group Discussion (FGD) involving students, extracurricular advisors, and school staff. The results of the study indicate that Instagram is effective in increasing students' interest and participation in extracurricular activities. As many as 75% of students who were previously inactive expressed interest in joining after seeing promotional content on Instagram, particularly content featuring testimonials from seniors, activity documentation, and information about achievements. Key success factors include consistent posting, high-quality visual content, the use of relevant hashtags, and active engagement between account managers and the audience. However, challenges were identified, including the need for detailed information regarding time, costs, and students' concerns about their ability to participate in certain extracurricular activities. Applicable recommendations include forming an internal content creator team, training social media managers, integrating digital-offline promotions, and conducting regular evaluations of promotional strategy effectiveness. This study recommends developing more interactive and sustainable promotional strategies, as well as further research on other social media platforms to enhance student participation in extracurricular activities.*

*Keywords:* Instagram, extracurricular activities, student interests, *Global Indonesia School*

## PENDAHULUAN

Sekolah bukan sekadar tempat memeroleh pengetahuan akademis tetapi juga berperan penting dalam mengembangkan minat, bakat serta karakter siswa (Agustina et al., 2023; Masnawati et al., 2023). Kegiatan ekstrakurikuler hadir untuk memberikan pendidikan holistik kepada siswa di luar dari kurikulum formal. Kebijakan ekstrakurikuler diatur dalam Peraturan Menteri Pendidikan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 62 tahun 2004, pada pasal 1 dan 2 menyatakan jika kegiatan ekstrakurikuler dilakukan peserta didik di luar jam belajar kegiatan intrakurikuler. Kehadiran ekstrakurikuler sebagai wadah untuk siswa mengeksplorasi minat dan bakat pribadi mereka (Agustina et al., 2023). Selanjutnya pada kebijakan UU No. 20 Tahun 2003 pasal 3 menjelaskan jika fungsi pendidikan nasional untuk mengembangkan kemampuan dan membentuk watak serta peradaban bangsa yang bermartabat (Susanti, 2020).

Pengembangan potensi siswa diupayakan melalui kegiatan intrakurikuler, kokurikuler dan ekstrakurikuler (Susanti, 2020). Kegiatan ekstrakurikuler dilaksanakan di luar kelas memiliki tujuan untuk meningkatkan kemampuan peserta didik, seperti lebih meningkatkan kemampuan yang telah dan akan dipelajari dalam intrakurikuler, selain untuk mengembangkan minat dan bakat juga untuk mewujudkan watak siswa (Susanti et al., 2020). Pada era teknologi dan persaingan global kemampuan sosial dan *soft skill* penting untuk dimiliki (Agustina et al., 2023). Namun tantangan yang dihadapi sekolah saat ini adalah menurunnya minat dan partisipasi siswa terhadap kegiatan ekstrakurikuler (Agung et al., 2025), terutama era digital yang banyak menawarkan hiburan alternatif yang menciptakan banyaknya distraksi.

Profesor V.A. Pleshakov pada tahun 2005 memperkenalkan istilah “*cybersocialization*” sebagai proses perubahan kualitatif dalam struktur kesadaran diri individu dan bidang kebutuhan motivasi individu yang terjadi di bawah pengaruh sebagian akibat dari penggunaan informasi dan komunikasi modern (Susanti et al., 2023). Inovasi untuk meningkatkan ketertarikan siswa untuk mengikuti kegiatan ekstrakurikuler, salah satunya dengan memanfaatkan media sosial khususnya Instagram sebagai media promosi (Habibah & Hidayati, 2023). Meski banyaknya platform media sosial seperti Facebook, WhatsApp, Line, dan lain sebagainya, Instagram menjadi media yang paling populer di kalangan remaja. Berdasarkan data pengguna aktif Instagram Indonesia merupakan yang terbanyak ke 4 di seluruh dunia, penulis menyajikan data sebagai berikut:



Gambar 1. Demografi Instagram data Slice.id, 2023

Instagram menjadi salah satu platform media sosial yang populer di kalangan remaja karena banyak fitur menerik yang ditawarkan serta memiliki jangkauan informasi yang luas. Penelitian yang dilakukan (Nisa et al., 2024) jika di Global Indonesia School memiliki permasalahan kurangnya ketertarikan pembelajaran ekstrakurikuler seni dengan adanya media sosial Instagram berhasil meningkatkan ketertarikan siswa terhadap pembelajaran seni. Selain itu penelitian (Qordhowi et al., 2024) pemanfaatan media sosial Instagram efektif meningkatkan minat calon siswa baru dengan strategi konten yang menarik dan interaksi yang aktif. Penelitian (Aswan et al., 2019) jika menggunakan Instagram dapat menumbuhkan minat siswa dan membuat siswa lebih percaya diri dalam berkarya.

Ekstrakurikuler menjadi kegiatan penting untuk memberikan pengalaman kepada siswa yang tidak didapatkan pada kurikulum akademis. Kehadiran ekstrakurikuler menjadi peluang siswa untuk meraih pengalaman yang sangat berharga, membentuk kepribadian dan membuka pintu potensi siswa yang tersembunyi. Karena dalam ekstrakurikuler mendorong siswa untuk saling berinteraksi, berkolaborasi dan berkomunikasi. Hal demikian menjadi keterampilan yang tidak ternilai dalam membentuk pribadi yang beradaptasi dengan dunia yang terus berubah (Agustina et al., 2023).

Dengan demikian, Instagram dapat menjadi solusi inovatif untuk meningkatkan efektivitas kegiatan ekstrakurikuler. Meskipun demikian, sebagian besar studi tersebut masih fokus pada aspek umum promosi sekolah dan belum secara khusus mengevaluasi efektivitas Instagram dalam mempromosikan kegiatan ekstrakurikuler secara mendalam. Kesenjangan inilah yang menjadi dasar perlunya penelitian lebih lanjut untuk mengkaji secara spesifik bagaimana Instagram dapat digunakan secara efektif sebagai media promosi kegiatan ekstrakurikuler di sekolah. Peneliti merumuskan permasalahan bagaimana efektivitas penggunaan Instagram dalam mempromosikan kegiatan ekstrakurikuler di Global Indonesia School?.

Tujuan penelitian untuk menganalisis efektivitas penggunaan Instagram sebagai media promosi kegiatan ekstrakurikuler. Karena Global Indonesia School aktif menggunakan media sosial khususnya Instagram sebagai salah satu kanal komunikasi dan promosi sekolah. Sekolah ini memiliki fasilitas lengkap dan lingkungan belajar yang mendukung kegiatan ekstrakurikuler serta penggunaan teknologi digital. Hal demikian memungkinkan peneliti mengkaji secara langsung bagaimana pengelolaan Instagram secara nyata dalam mempromosikan kegiatan ekstrakurikuler. Penggunaan Instagram perlu dioptimalkan sesuai dengan kebutuhan dan karakteristik siswa sehingga peneliti merumuskan judul penelitian “Efektivitas Penggunaan Instagram sebagai Media Promosi Kegiatan Ekstrakurikuler Sekolah”.

## METODE

*Focus Group Discussion* (FGD) merupakan metode pengumpulan data yang digunakan untuk mendapatkan wawasan secara mendalam mengenai perspektif dan pengalaman seseorang/peserta terkait suatu topik (Amirotu, 2023). Pada penelitian kualitatif diskusi dapat dilakukan sesuai dengan kesepakatan, FGD merupakan suatu bentuk wawancara semi-terstruktur dengan fokus pada topik yang ditetapkan. Keseluruhan diskusi dirancang dengan suasana santai sehingga peserta memiliki kenyamanan untuk menyampaikan pendapat.

Metode *Focus Group Discussion* (FGD) untuk menganalisis efektivitas penggunaan Instagram sebagai media promosi kegiatan ekstrakurikuler di Global Indonesia School. FGD merupakan metode pengumpulan data kualitatif yang mengumpulkan anggota masyarakat untuk membahas topik tertentu dengan pertanyaan bersifat terbuka yang bertujuan merangsang diskusi informal dan menyelidiki pandangan orang secara lebih rinci (Mulyana et al., 2024). Metode ini dipilih karena memungkinkan peneliti untuk mendapatkan wawasan mendalam tentang pandangan dan pengalaman peserta terkait efektivitas Instagram sebagai media promosi ekstrakurikuler.

Pemilihan Global Indonesia School sebagai lokasi penelitian didasarkan pada karakteristik sekolah sebagai institusi pendidikan dengan standar internasional yang mengintegrasikan Kurikulum Merdeka Belajar dan Kurikulum Internasional. Sekolah ini merupakan representasi dari sekolah swasta internasional modern yang memiliki target siswa dengan profil digital *native* dan akses teknologi yang memadai, sehingga cocok untuk mengimplementasikan strategi promosi digital melalui Instagram.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Global Indonesia School (GIS) adalah lembaga pendidikan swasta yang didirikan pada tahun 2019 dan berlokasi di wilayah Serang dan Cilegon, Provinsi Banten. GIS mengusung kurikulum yang mengacu pada standar nasional dengan penekanan kuat pada pengembangan keterampilan abad ke-21, seperti berpikir

kritis, komunikasi, dan kolaborasi. Selain fokus pada akademik, GIS juga memberikan kesempatan luas bagi siswa untuk mengeksplorasi minat dan bakat melalui berbagai kegiatan ekstrakurikuler yang didukung dengan fasilitas memadai dan pendekatan pembelajaran yang inovatif. Instagram menjadi salah satu media promosi utama GIS untuk memperkenalkan dan menginformasikan kegiatan ekstrakurikuler kepada siswa dan orang tua secara efektif, memanfaatkan konten visual yang menarik dan interaktif (Globalindonesiaschool.sch.id, 2025).

Efektivitas Instagram dalam konteks promosi ekstrakurikuler sekolah dapat dilihat dari beberapa aspek utama. Pertama, Instagram mampu menstimulasi perhatian (*attention*) responden dengan baik melalui konten visual yang menarik. Kedua, platform ini memungkinkan penyebaran informasi yang lebih luas dan cepat kepada target *audience* yang tepat, yaitu siswa dan orang tua. Ketiga, fitur-fitur Instagram seperti Instagram *Stories*, IGTV, dan Instagram *Reels* memberikan variasi format konten yang dapat disesuaikan dengan karakteristik kegiatan ekstrakurikuler yang dipromosikan.

Hasil FGD dengan siswa yang belum aktif dalam ekstrakurikuler menunjukkan temuan menarik bahwa 75% dari mereka tertarik bergabung dengan ekstrakurikuler setelah melihat konten promosi di Instagram. Faktor-faktor yang paling memengaruhi minat mereka adalah konten video testimonial dari senior (68%), dokumentasi kegiatan yang menunjukkan suasana menyenangkan (58%), dan informasi tentang prestasi yang telah diraih (52%). Namun, 42% peserta juga menyatakan bahwa mereka membutuhkan informasi yang lebih detail tentang *commitment time* dan biaya yang diperlukan.



Gambar 2. Ketertarikan Siswa terhadap Ekstrakurikuler

FGD dengan pembina ekstrakurikuler dan staf sekolah mengungkap bahwa penggunaan Instagram sebagai media promosi telah meningkatkan antusiasme siswa terhadap kegiatan ekstrakurikuler. Pembina juga melaporkan bahwa kualitas *engagement* siswa dalam kegiatan meningkat karena mereka sudah memiliki ekspektasi yang jelas sebelum bergabung berdasarkan informasi yang diperoleh dari Instagram. Hal demikian juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Hidayat et al., 2022) untuk meningkatkan minat siswa terhadap ekstrakurikuler sangat penting diadakan media pengenalan atau promosi salah satunya dengan memanfaatkan perkembangan teknologi.

Implementasi metode FGD dalam penelitian ini memberikan wawasan komprehensif tentang efektivitas Instagram sebagai media promosi ekstrakurikuler dari perspektif *multi-stakeholder* (Iman et al., 2024). Diskusi terarah yang dilakukan memungkinkan eksplorasi mendalam terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas promosi, hambatan yang dihadapi, dan solusi yang dapat diterapkan untuk optimalisasi strategi promosi. Dalam konteks promosi ekstrakurikuler sekolah, Instagram dapat dimanfaatkan untuk memperkenalkan berbagai jenis kegiatan, mulai dari ekstrakurikuler akademik, olahraga, hingga kesenian. Konten yang dapat dipublikasikan meliputi dokumentasi kegiatan, testimoni siswa yang telah bergabung, jadwal kegiatan, prestasi yang telah diraih, dan informasi pendaftaran. Format konten yang beragam seperti foto, video pendek, *carousel*, dan Instagram *Stories* memungkinkan penyampaian informasi yang lebih dinamis dan menarik.



Gambar 3. Faktor Kesuksesan Instagram sebagai Media Promosi

Faktor kesuksesan penggunaan Instagram sebagai media promosi ekstrakurikuler terletak pada konsistensi *posting*, kualitas konten visual, penggunaan *hashtag* yang tepat, dan kemampuan untuk membangun *engagement* dengan *audience*. Selain itu, *timing posting* juga menjadi faktor penting mengingat aktivitas siswa di media sosial memiliki pola tertentu. Konten yang dibuat harus mampu menunjukkan *value proposition* dari setiap ekstrakurikuler, seperti pengembangan *skill*, prestasi, *networking*, dan pengalaman berharga yang akan diperoleh siswa. Dengan pembuatan konten yang dikelola secara teratur akan

meningkatkan posisi tingkat pencarian, hal demikian menyebabkan akun banyak dikunjungi oleh pengguna sosial media (Aisyah et al., 2024).

Temuan utama dari FGD menunjukkan bahwa efektivitas Instagram sebagai media promosi ekstrakurikuler di Global Indonesia School tidak hanya terletak pada aspek teknis platform, tetapi juga pada kesesuaian konten dengan karakteristik dan preferensi siswa. Peserta FGD secara konsisten menekankan pentingnya *authenticity* dalam konten yang dipublikasikan. Konten yang menampilkan pengalaman nyata siswa, baik kegembiraan maupun tantangan dalam kegiatan ekstrakurikuler, dinilai lebih persuasif dibandingkan konten yang terlalu formal atau *promotional*.

Perspektif yang muncul dari FGD dengan siswa yang belum aktif dalam ekstrakurikuler memberikan *insight* berharga tentang *barrier-to-entry* yang sering kali tidak disadari oleh pengelola ekstrakurikuler. Selain faktor waktu dan biaya, peserta FGD mengungkap kekhawatiran tentang kemampuan untuk mengikuti kegiatan, terutama untuk ekstrakurikuler yang membutuhkan skill khusus seperti musik atau olahraga. Hal ini menunjukkan perlunya konten Instagram yang tidak hanya mempromosikan prestasi, tetapi juga menunjukkan proses pembelajaran dan dukungan yang diberikan kepada anggota baru.

Analisis tematik dari hasil FGD juga mengidentifikasi pentingnya integrasi antara promosi digital melalui Instagram dengan aktivitas promosi *offline*. Peserta FGD menyarankan penggunaan QR *code* yang mengarah ke akun Instagram ekstrakurikuler dalam setiap kegiatan promosi *offline*, serta pengadaan booth digital yang menampilkan konten Instagram dalam *event-event* sekolah. Strategi terintegrasi ini dipandang dapat memaksimalkan *reach* dan *engagement* promosi ekstrakurikuler. Namun, implementasi Instagram sebagai media promosi ekstrakurikuler juga memiliki tantangan tersendiri. Diperlukan sumber daya manusia yang kompeten dalam mengelola media sosial, pemahaman tentang algoritma Instagram, dan kemampuan untuk membuat konten yang *engaging* secara konsisten. Temuan menarik lainnya dari FGD adalah identifikasi peran *influencer* siswa dalam efektivitas promosi Instagram. Siswa yang memiliki *follower* relatif banyak di Instagram dan aktif dalam ekstrakurikuler dapat berperan sebagai *ambassador* yang membantu memperluas jangkauan promosi. Namun, peserta FGD juga menekankan pentingnya *authentic engagement* dibandingkan sekedar jumlah *follower* dalam menentukan efektivitas *influencer* siswa.

Diskusi tentang *sustainability* strategi promosi Instagram juga menjadi fokus penting dalam FGD. Peserta mengidentifikasi perlunya dokumentasi *standard operating procedure* untuk *content creation*, *posting schedule*, dan *community management* agar strategi promosi dapat berjalan konsisten meskipun terjadi pergantian pengelola. Hal ini *particularly important* dalam konteks sekolah di mana terjadi *turnover* siswa setiap tahunnya. Meskipun Instagram memiliki kontribusi signifikan dalam meningkatkan minat siswa terhadap ekstrakurikuler, masih terdapat faktor-faktor lain yang tidak kalah penting seperti kualitas program

ekstrakurikuler itu sendiri, dukungan dari pihak sekolah, dan motivasi intrinsik siswa. Oleh karena itu, penggunaan Instagram sebagai media promosi harus diintegrasikan dengan strategi promosi lainnya untuk mencapai hasil yang optimal.

Pengembangan strategi promosi ekstrakurikuler melalui Instagram perlu mempertimbangkan tren-tren terbaru dalam media sosial, seperti penggunaan Instagram *Reels*, kolaborasi dengan *influencer* siswa, dan pemanfaatan fitur-fitur baru yang terus dikembangkan oleh platform ini (Aisyah et al., 2024; Habibah & Hidayati, 2023). Dengan demikian, Instagram dapat terus menjadi media promosi yang efektif untuk meningkatkan partisipasi siswa dalam kegiatan ekstrakurikuler sekolah. Ke depannya, berdasarkan hasil FGD, pengembangan strategi promosi ekstrakurikuler melalui Instagram di Global Indonesia School akan fokus pada peningkatan interaktivitas konten, pengembangan *content creator internal*, dan integrasi dengan strategi komunikasi sekolah secara keseluruhan. FGD juga merekomendasikan pelaksanaan evaluasi berkala melalui survei *online* dan mini FGD untuk *monitoring* efektivitas strategi yang telah diimplementasikan.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan melalui metode *Focus Group Discussion* (FGD) di Global Indonesia School, dapat disimpulkan bahwa penggunaan Instagram sebagai media promosi kegiatan ekstrakurikuler terbukti efektif dalam meningkatkan minat dan partisipasi siswa. Keberhasilan promosi sangat dipengaruhi oleh konsistensi *posting*, kualitas konten visual, penggunaan *hashtag* yang relevan, serta keterlibatan aktif antara pengelola akun dan *audiens*. Namun, penelitian juga menemukan adanya hambatan, seperti kebutuhan informasi detail terkait waktu dan biaya, serta kekhawatiran siswa terhadap kemampuan mengikuti ekstrakurikuler tertentu. Selain itu, integrasi promosi digital dengan aktivitas *offline*, seperti penggunaan QR *code* dan *booth* digital, serta peran *influencer* siswa sebagai *ambassador*, turut memperluas jangkauan promosi ekstrakurikuler.

Berdasarkan temuan tersebut, saran aplikatif yang dapat diberikan untuk pengembangan penelitian selanjutnya maupun penerapan di konteks nyata antara lain: sekolah perlu membentuk tim *content creator* internal yang terdiri dari siswa dan guru agar keberlanjutan serta kreativitas konten tetap terjaga; melakukan pelatihan rutin bagi pengelola media sosial sekolah agar selalu mengikuti perkembangan tren dan fitur terbaru Instagram; mengintegrasikan promosi digital dengan promosi *offline*, misalnya melalui QR *code* pada setiap *event* sekolah; serta melakukan evaluasi berkala melalui survei *online* atau mini FGD untuk memonitor efektivitas strategi promosi dan menyesuaikan konten dengan kebutuhan siswa.

Dokumentasi *standard operating procedure* (SOP) untuk pembuatan konten, jadwal *posting*, dan manajemen komunitas juga perlu disusun agar strategi promosi tetap berjalan meski terjadi pergantian pengelola. Dengan langkah-langkah tersebut, diharapkan Instagram dapat terus menjadi media promosi yang efektif dan

berkelanjutan untuk meningkatkan partisipasi siswa dalam kegiatan ekstrakurikuler sekolah. Penelitian selanjutnya dapat memperluas kajian pada platform media sosial lain atau membandingkan efektivitas berbagai strategi promosi digital lintas sekolah dan jenjang pendidikan.

## **UCAPAN TERIMAKASIH**

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Bapak/Ibu Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama proses penelitian, kepada pihak Global Indonesia School khususnya Kepala Sekolah, para pembina ekstrakurikuler, dan seluruh siswa yang telah berpartisipasi dalam *Focus Group Discussion*. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada seluruh anggota kelompok yang telah bekerja sama dengan baik dalam menyelesaikan penelitian ini, serta kepada keluarga dan teman-teman yang senantiasa memberikan dukungan dan motivasi. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan strategi promosi ekstrakurikuler melalui media sosial di lingkungan pendidikan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Agung, C. R., Suastika, I. N., & Utami, A. A. I. D. A. (2025). Internalisasi Nilai-nilai Karakter Melalui Ekstrakurikuler Palang Merah Remaja di SMA Negeri 1 Singaraja. *Edu Society: Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial, Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 878–884. <https://jurnal.permapendis-sumut.org/index.php/edusociety>
- Agustina, I. O., Juliantika, J., Saputri, S. A., & N, S. R. P. (2023). Peran Kegiatan Ekstrakurikuler Dalam Pembinaan Dan Pengembangan Siswa Sekolah Dasar. *Jurnal Bintang Pendidikan Indonesia*, 1(4), 86–96. <https://doi.org/10.55606/jubpi.v1i4.2001>
- Aisyah, S., Hidayati, D., Budi Santosa, A., & Widodo, H. (2024). Manajemen Pemanfaatan Website dan Instagram Sebagai Sarana Promosi untuk Meningkatkan Branding Sekolah. *Manajemen Pendidikan*, 19(1), 16–36. <https://doi.org/10.23917/jmp.v19i1.4023>
- Amirotu, I. (2023). *Pengertian, Tujuan Focus Group Discussion (FGD) dan Tahapannya*. Telkom University. <https://telkomuniversity.ac.id/en/pengertian-tujuan-focus-group-discussion-fgd-dan-tahapannya/>
- Aswan, A., Aulia, N. L., & Naufalia, A. (2019). Pembelajaran Menulis Puisi Melalui Media Sosial. *Research Gate*, 1–8.

- Globalindonesuaschool.sch.id. (2025). *Global Indonesia School.* Globalindonesuaschool.Sch.Id. <https://globalindonesiaschool.sch.id/>
- Habibah, A., & Hidayati, D. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Upaya Meningkatkan Penerimaan Siswa Baru Di Sma Swasta. *Academy of Education Journal*, 14(1), 107–123. <https://doi.org/10.47200/aoej.v14i1.1298>
- Hidayat, Z. N. R., Purnamasari, A. I., & Suprapti, T. (2022). Pembuatan Media Promosi Ekstrakurikuler Kesenian Berbasis Multimedia Di Intra Sekolah Ma Salafiyah Kota Cirebon. *JATI (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika)*, 6(2), 642–648. <https://doi.org/10.36040/jati.v6i2.5536>
- Iman, M. N., Inaku, M. S., & Hanani, D. (2024). EKSPLORASI TANTANGAN DAN PELUANG PENGEMBANGAN KURIKULUM BAHASA ARAB BERBASIS AI: STUDI MULTI-PERSPEKTIF DI MADRASAH ALIYAH NEGERI 1 KOTA GORONTALO. *Irfani: Jurnal Pendidikan Islam*, 20(1), 60–76. <https://journal.iaingorontalo.ac.id/index.php/ir/article/view/2149>
- Masnawati, E., Darmawan, D., & Masfufah, M. (2023). Peran Ekstrakurikuler dalam Membentuk Karakter Siswa. *PPIMAN: Pusat Publikasi Ilmu Manajemen*, 1(4 SE-Articles), 305–318. <https://ejournal-nipamof.id/index.php/PPIMAN/article/view/347>
- Mulyana, A., Vidiati, C., Danarahmanto, P. A., Agussalim, A., Apriani, W., Fiansi, F., Fitra, F., Aryawati, N. P. A., Ridha, N. A. N., Milasari, L. A., Siagian, A. F., & Martono, S. M. (2024). *Metode Penelitian Kualitatif*.
- Nisa, E. H., Sunaryo, A., Badaruddin, S., Tari, P. S., & Indonesia, U. P. (2024). MEDIA SOSIAL INSTAGRAM UNTUK MENINGKATKAN KETERTARIKAN. *Jurnal Kajian Tari Dan Pendidikan*, 4(2), 333–343. [https://ejournal.upi.edu/index.php/RINK\\_TARI\\_UPI/article/view/74386/28489](https://ejournal.upi.edu/index.php/RINK_TARI_UPI/article/view/74386/28489)
- Qordhowi, A. Y., Mujianto, H., & Firmansyah. (2024). Pemanfaatan Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Minat Siswa Baru Mi Al Khoiriyyah. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, 7(6).
- Slice.id. (2023). *Statistik Pengguna Media Sosial Indonesia Terbaru*. Slice.Id. <https://www.slice.id/blog/edisi-2023-statistik-pengguna-media-sosial-terbaru>
- Susanti, H., Miskalena, Marzuki, A. G., Yakin, A. Al, Triani, L., Suryani, Y.,

- Hidayat, M., Lubis, A. P., Naimah, K., Haiyudi, Setiyadi, B., Muthmainnah, Thamrin, Mustapa, K., Hanim, M. I. J., Ratno, P. P., Romlah, L. S., Putra, S. H. J., Susilawati, B., ... Ulfah, F. (2023). *Teknologi Era Society pada Dunia Pendidikan*. akademia Pustaka.
- Susanti, M. M. I. (2020). Implementasi Ekstrakurikuler Wajib Pendidikan Kepramukaan di Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, 5(4), 1946–1957.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.31004/basicedu.v5i4.1134>