

# Menuju Zona Integritas Melalui Optimalisasi Media Sosial

Irfanda Rizki Harmono Sejati, Ariyani Widyastuti\*, Dian Kurnia Sari

Universitas Negeri Semarang, Indonesia  
\*Corresponding Author: [ariyaniw@mail.unnes.ac.id](mailto:ariyaniw@mail.unnes.ac.id)

**Abstrak.** Dalam Pengabdian kepada masyarakat ini berfokus pada pengoptimalan peran media sosial dalam mewujudkan citra zona integritas di pascasarjana Unnes. Media sosial berperan penting dalam pembentukan citra zona integritas namun kenyataannya peran media sosial di pascasarjana Unnes masih belum maksimal. Berdasarkan wawancara awal dengan Direksi Pascasarjana, kendala-kendala yang ditemui dalam rangka penerapan zona integritas adalah kurangnya optimalisasi media sosial. Kendala tersebut memang belum teratasi dengan baik hingga saat ini. Sehingga untuk lebih mengoptimalkan peran media sosial dan media masa dalam mewujudkan citra zona integritas, tim pengabdian mencoba menelaah dan mendiskusikan solusi. Upaya optimalisasi media sosial dalam mewujudkan citra zona integritas sekolah pascasarjana dilakukan melalui dua cara, yaitu pelatihan optimasi media sosial, dan pendampingan pengelolaan media sosial. Hasil kegiatan cukup optimal, tetapi konten yang diunggah ke media masa kebanyakan masih berupa video highlight kegiatan-kegiatan.

**Kata kunci:** Media sosial; Media masa; Teknologi; Zona Integritas

**Abstract.** This community service focuses on optimizing the role of social media in realizing the image of an integrity zone in Unnes postgraduate studies. Social media plays an important role in forming the image of an integrity zone, but in reality the role of social media in Unnes postgraduate studies is still not optimal. Based on initial interviews with Postgraduate Directors, the obstacles encountered in implementing the integrity zone were the lack of optimization of social media. This obstacle has not been resolved properly until now. So, to further optimize the role of social media and mass media in creating the image of an integrity zone, the service team tried to study and discuss solutions. Efforts to optimize social media in realizing the image of a postgraduate school integrity zone are carried out in two ways, namely social media optimization training and assistance with social media management. The results of the activities are quite optimal, but the content uploaded to the mass media is still mostly in the form of video highlights of the activities.

**Keywords:** Integrity Zone; Mass media; Social media; Technology

**How to Cite:** Sejati, I. R. H., Widyastuti, A., & Sari, D. K. (2023). Menuju Zona Integritas Melalui Optimalisasi Media Sosial. *Journal of Community Empowerment*, 3 (2) 2023, 95-101.

## PENDAHULUAN

Pascasarjana Unnes memiliki visi untuk menjadi tempat pengembangan dan penyebaran ilmu pengetahuan, teknologi, seni, dan olahraga yang berwawasan konservasi dan bereputasi internasional. Tujuan dari pascasarjana Unnes antara lain menghasilkan pendidik, tenaga kependidikan, akademisi, dan profesional yang beriman, bertaqwa kepada Tuhan YME, bermoral dan berwawasan global; Mencetak magister bidang kependidikan dan nonkependidikan yang memiliki kompetensi bertaraf internasional dalam bidang ilmu pengetahuan, teknologi, seni, dan olahraga berwawasan konservasi; Mencetak doktor bidang kependidikan yang memiliki kompetensi bertaraf internasional dalam bidang ilmu pengetahuan, teknologi, seni, dan olahraga berwawasan konservasi; Menghasilkan karya ilmu pengetahuan, teknologi, seni, dan olahraga yang bermakna dan bermanfaat yang berwawasan konservasi dan bereputasi internasional; dan Memberikan layanan profesional bidang pendidikan dan nonkependidikan kepada masyarakat dalam menunjang penguatan

kelembagaan yang bereputasi internasional (Darwis, 2020).

Untuk mencapai visi dan tujuan tersebut, Zona Integritas sangat dibutuhkan dalam proses perkembangan Pascasarjana Unnes. Zona integritas adalah sebuah konsep yang berasal dari konsep *island of integrity*. Island of integrity atau pulau integritas biasa digunakan oleh pemerintah untuk menunjukkan semangatnya dalam pemberantasan dan pencegahan tindak pidana korupsi (Abbas, 2014). Wilayah Bebas dari Korupsi (WBK) adalah predikat yang diberikan kepada suatu unit kerja yang memenuhi sebagian besar manajemen perubahan, penataan tata laksana, penataan sistem manajemen SDM, penguatan pengawasan, dan penguatan akuntabilitas kinerja (Darwis, 2020). Sedangkan Wilayah Birokrasi Bersih dan Melayani (WBBM) adalah predikat yang diberikan kepada suatu unit kerja yang memenuhi sebagian besar manajemen perubahan, penataan tatalaksana, penataan sistem manajemen SDM, penguatan pengawasan, penguatan akuntabilitas kinerja, dan penguatan kualitas pelayanan publik.

Diharapkan melalui pembangunan zona integritas ini unit kerja yang telah menjadi

mendapat predikat WBK/WBBM dapat menjadi pilot project dan benchmark untuk unit kerja lainnya sehingga seluruh unit kerja tersebut diberikan kebebasan untuk bekerja dengan benar sesuai dengan ketentuan perundangan-undangan (Soemirat, 2022). Selain itu Unit kerja berpredikat WBK/WBBM merupakan outcome dari upaya pencegahan korupsi yang dilaksanakan secara konkrit di dalam lingkup Zona Integritas. Unit kerja dalam penelitian ini salah satunya adalah pascasarjana unnes.

Proses pembangunan ZI ini tentu perlu sebuah proses pembentukan citra dalam membentuk rangsangan stimulus yang mengorganisasikan dalam terpengaruhnya respons. Nimpuno dalam Teori Pembentukan Citra, menggambarkan sebuah model dimana citra dapat terbentuk melalui sebuah empat komponen, yaitu persepsi – kognisi – motivasi – sikap. Teori ini pula digunakan oleh peneliti sebagai psikodinamis dalam merepresentasikan beberapa komponen dari mempersepsikan permasalahan yang ada di lapangan (Ardianto, 2020). Menurut Harold D. Lasswell pada karyanya yang berjudul *the structure and function of communication society* berpendapat bahwa komunikasi ialah *who says what in which channel to whom with what effect*. Dari komponen komunikasi yang dikemukakan oleh Lasswell bahwa komunikasi dapat didefinisikan menjadi suatu proses penyampaian pesan yang dilakukan oleh komunikator kepada komunikan melalui suatu media sehingga dapat menimbulkan sebuah efek (Stareva, 2014). Proses komunikasi organisasi ini yang kemudian berperan dalam pembentukan corporate branding yang dibutuhkan Pascasarjana Unnes dalam mewujudkan Zona Integritas.

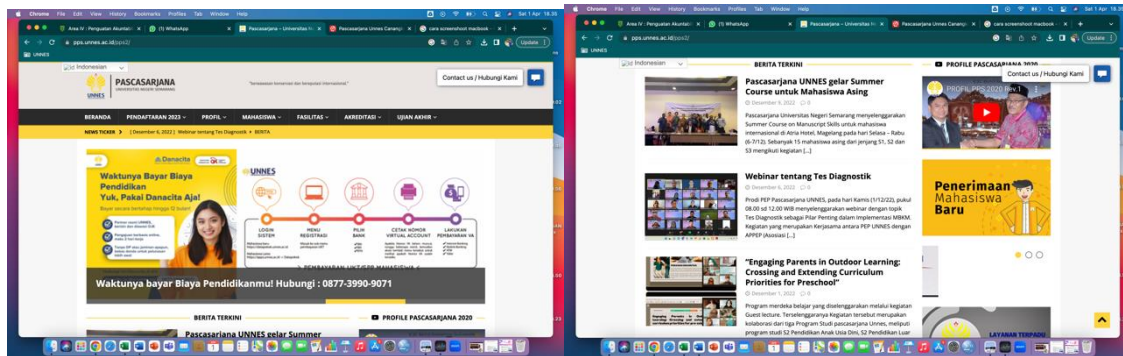
Setiap kampus menginginkan terus berkembang untuk meningkatkan eksistensinya dengan berbagai cara dalam memenuhi tuntutan lingkungannya. Untuk memenuhi lingkungan berarti perlu adanya upaya kampus untuk dapat menggunakan dukungan kemampuan dan memperhatikan kelemahan untuk memanfaatkan peluang dan mengatasi tantangan yang kompleks. Keberadaan kampus salah satunya tergantung akuntabilitasnya dalam mencapai tujuan yang telah ditentukan. Semakin meningkatnya tuntutan terhadap penyelenggaraan kampus yang baik dan bersih (*good governance dan clean government*) telah mendorong pengembangan dan penerapan system pertanggungjawaban yang jelas, tepat, teratur, dan efektif. Zona integritas mampu mewujudkan akuntabilitas yang demikian (Hendriadi, 2019). Penguatan akuntabilitas kinerja

yang sejatinya bertujuan untuk meningkatkan kapasitas dan akuntabilitas kinerja UNNES dengan target meningkatnya kinerja instansi serta meningkatnya akuntabilitas.

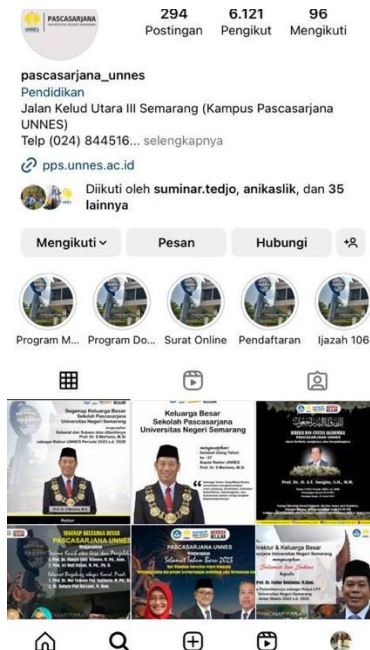
Dawling (Hartono, 2013) menjelaskan bahwa reputasi dari sebuah citra atau penilaian yang dapat menggambarkan citra perusahaan mampu menjadi hasil evaluasi atau penilaian yang dapat menggambarkan citra perusahaan dari pendapat orang banyak. Menurut Argenti dan Druckenmiller reputasi ialah sebuah representasi kolektif dari citra yang dimiliki berbagai macam unsur. Dengan begitu, dapat diartikan bahwa istilah yang dikemukakan oleh Argenti dan Druckenmiller diperuntukan bagi orang – orang yang terlibat dalam suatu kegiatan organisasi ataupun bagi mereka yang ikut serta dalam merasakan pelayanan organisasi yang telah dibangun dari waktu ke waktu dan merasakan perubahan kinerja perusahaan sesuai dengan apa yang mereka persepsikan (Stareva, 2014).

Castells (Hendriadi, 2019) menjelaskan teknologi merupakan sebuah kumpulan alat, aturan dan juga prosedur yang tujuan pembuatannya ialah untuk memudahkan pekerjaan manusia. Salah satu peran teknologi yang ada di universitas adalah pemanfaatan media sosial untuk proses *branding* dan membangun citra baik zona integritas (Hendriadi, 2019). Suryawan et al (Kotler, 2014) menjelaskan bahwasannya salah satu tantangan yang harus dihadapi kampus adalah memberikan citra yang baik kepada masyarakat sehingga mampu membuat masyarakat merasa tertarik dan hal tersebut bisa dilakukan dengan memaksimalkan peran media sosial. Fiandari et al (Prabowo, 2018) menambahkan bahwasannya untuk melakukan *branding* dan komunikasi pemasaran yang baik untuk sekolah diperlukan sebuah strategi jitu untuk melakukannya, salah satu strategi yang bisa dilakukan ialah dengan melakukan pemaksimalan peran sosial media di dalamnya.

Berdasarkan wawancara awal dengan Direksi Pascasarjana, kendala-kendala yang ditemui dalam rangka penerapan zona integritas adalah kurangnya optimalisasi media sosial. Pascasarjana memang sudah menerapkan zona integritas secara lama, namun gaungnya di media sosial jarang atau bahkan belum diunggah ke media sosial dengan baik, sehingga mungkin stakeholders belum mengetahui implementasinya. Hal ini terbukti dari unggahan-unggahan konten di media sosial dan media masa yang memang masih sepi dari unggahan terkait zona integritas.



**Gambar 1.** Screenshoot unggahan berita di website pascasarjana



**Gambar 2.** Screenshoot unggahan konten di Instagram Pascasarjana

Dari unggahan-unggahan pada media sosial pascasarjana dan juga media masa, dapat ditarik kesimpulan bahwa memang peran media masa dan media sosial dalam rangka mewujudkan citra zona integritas belum dimaksimalkan. Pada studi yang relevan dengan topik pengabdian yaitu terkait optimalisasi medsos dalam mewujudkan citra Zona Integritas Pascasarjana Unnes ini belum pernah dibahas. Studi terdahulu Yosua dan Lina (2018) yang berjudul “Penggunaan Website Dan Media Sosial Dalam Membangun Citra Positif Perguruan Tinggi” mendiskripsikan penggunaan media online (website) dan media sosial dari Biro Promosi Humas dan Alumni (BPHA) Universitas Kristen Satya Wacana (UKSW) sebagai alat meningkatkan citra positif perguruan tinggi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan penggunaan media online maupun media sosial sangat berdampak signifikan dalam mempengaruhi citra positif UKSW sebagai universitas dengan keberagaman etnis dan pencapaian prestasinya,

sehingga khalayak terpengaruh dan terdidik oleh berita tersebut.

Penelitian yang dilakukan oleh Meidina et al (Zenker, 2021) yang berjudul “Pembentukan Citra Sebagai Penunjang Pembangunan Zona Integritas” bertujuan untuk mengetahui seperti apa proses komunikasi yang dilakukan oleh Kantor Imigrasi Kelas I Non TPI Karawang, dalam membangun Citra dengan memilih program pembangunan Zona Integritas sebagai salah satu upaya meningkatkan Citra. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pembangunan Zona Integritas berhasil membentuk Citra kantor yang sangat baik dimata masyarakat.

Penelitian yang dilakukan oleh Yoni et al [12] dengan judul “Strategi Komunikasi Melalui Media Sosial Dalam Pembentukan Citra Balebengong Sebagai Media Jurnalisme Warga” bertujuan untuk mengetahui Strategi BaleBengong dalam membentuk citranya sebagai media jurnalisme warga melalui media sosial

Twitter dan Blog. Proses perencanaan dan pemrograman yang dilakukan BaleBengong untuk membentuk citranya sebagai media jurnalisme warga melibatkan pembentukan visi dan misi. Selanjutnya, visi dan misi tersebut menjadi dasar untuk menentukan strategi dan taktik BaleBengong dalam pembentukan citra sebagai media jurnalisme warga. BaleBengong memiliki keunikan tersendiri dibandingkan dengan media-media lainnya. Salah satunya yaitu, pola interaksi BaleBengong dengan followers yang dibuat untuk memberikan ruang bagi Followers untuk saling berbagi informasi dan pendapat.

Adapun tujuan dan manfaat dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini antara lain sebagai berikut:

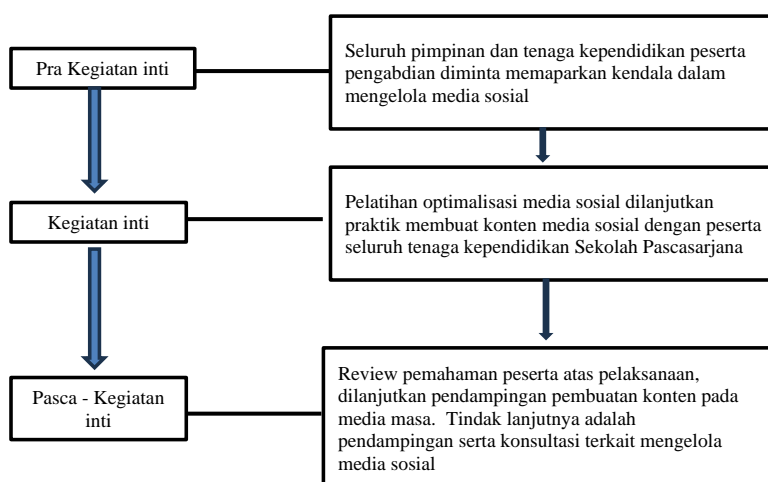
1. Untuk mengoptimalkan peran media sosial

dalam rangka mewujudkan citra Zona Integritas Pascasarjana

2. Meningkatkan kecakapan peserta pelatihan dalam membuat konten media sosial dalam rangka membangun citra zona integritas
3. Untuk menguatkan citra dalam rangka zona integritas

### METODE PELAKSANA

Metode pelaksanaan dalam kegiatan ini berupa pelatihan dan pendampingan dalam rangka optimalisasi media sosial, yaitu sebagai berikut: 1) pelatihan optimalisasi media sosial, 2) pendampingan pengelolaan media sosial. Adapun gambaran prosedur kerja dari pelaksanaan pengabdian adalah sebagai berikut:



**Bagan 1.** Alur Prosedur Kerja Pelaksanaan Kegiatan

Dalam rangka untuk mencapai tujuan pengabdian, kegiatan pengabdian masyarakat dilaksanakan dengan metode pelatihan, inisiasi Kerjasama dan jumpa pers secara berkala. Untuk menerapkan program yang sesuai dengan analisis situasi mitra serta metode kegiatan, tentunya dibutuhkan kepakaran dengan narasumber yang mumpuni.

**Tabel 1.** Data jenis kepakaran dari pakar dan tim pengabdian:

Jenis Kepakaran yang diperlukan	Narasumber	Bidang Kepakaran
Pelatihan penulisan berita “Teknik-teknik Dasar penulisan berita”	1. Irfanda Rizki Harmono Sejati, S.Sn., M.A. (Jurusan Seni Drama, Tari dan Musik) 2. Ariyani Widyastuti, SE. (Eks Protokol dan Humas UNNES)	Kehumasan dan keprotokoleran
1. Komunikasi jurnalistik 2. Editing berita 3. Dasar-dasar fotografi	Arri Widiarto (Ayo Semarang.com) Lintang Hakim (Humas UNNES)	Jurnalis pada Ayo Semarang.com Fotografer profesional dan humas UNNES

Rancangan evaluasi dari pelaksanaan kegiatan pengabdian ini meliputi 1) evaluasi dilakukan di setiap akhir tahapan kegiatan pengabdian, 2) kriteria keberhasilan dapat dilihat langsung pada peningkatan kemampuan peserta pelatihan dalam menulis berita, 3) meningkatkan jumlah rilis berita di media terkait pascasarjana, 4) meningkatnya dan konsistensinya unggahan di media sosial terkait zona integritas pascasarjana.

Rencana keberlanjutan program berupa 1) monitoring implementasi hasil pelatihan menulis berita, 2) tindak lanjut inisiasi Kerjasama dengan mitra media, 3) jumpa pers yang dilakukan secara berkala.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Terdapat beberapa temuan fakta selama pelaksanaan kegiatan pengabdian ini, baik pada tahapan diskusi awal (observasi) maupun pada saat penyampaian materi. Pertama, manajemen pengelolaan media masa di Sekolah Pascasarjana dilakukan hanya sebatas untuk publikasi atau peliputan kegiatan saja, dan belum merambah pada konten-konten kreatif dalam rangka meningkatkan citra dan zona integritas. Padahal konten-konten kreatif untuk kepentingan beriklan di media sosial mulai banyak digunakan oleh instansi untuk mengenalkan atau meningkatkan citra diri instansi yang dijalankan ke masyarakat umum (Kriyanto, 2022). Salah satu bentuk konten pada media sosial adalah konten gambar. Konten ini lebih menarik dilihat, daripada konten berupa tulisan yang memerlukan waktu untuk mencerna informasi di dalamnya (Stareva, 2014).

Pengelolaan media sosial di Sekolah Pascasarjana Unnes hanya dipegang oleh 1 (satu) staf pengelola saja dan itupun sifatnya hanya sebagai pengepul berita. Belum terbentuk tim kreatif yang mengelola media masa di Sekolah Pascasarjana. Meskipun kampus telah memiliki beberapa akun media sosial, namun kurangnya sumber daya manusia yang terampil membuat konten media sosial kurang menarik secara tampilan dan tidak teratur dalam memposting konten (Hartono, 2013). Seharusnya, peluang promosi online ini dimanfaatkan dengan baik di era digital saat ini (Hendriadi, 2019). Informasi kampus yang lengkap seharusnya dapat diakses melalui media sosial guna meningkatkan citra dan zona integritas (Nurudin, 2021).

Kedua, kurangnya koordinasi antara pimpinan dengan pengelola media sosial serta kurangnya monitoring publikasi pada media sosial khususnya konten-konten media yang terunggah. Ketiga,

sarana dan prasarana untuk pembuatan konten video pada media sosial sangat terbatas. Selama ini hanya mengandalkan HP dari pengelola saja atau admin. Sarana prasarana lebih diperuntukkan untuk fasilitas pembelajaran dan ujian. Sarana dan prasarana untuk pembuatan konten media sosial sangat dibutuhkan karena apabila media sosial ditunjang dengan sarana yang mendukung akan menghasilkan konten yang baik dan citra zona integritas di Pascasarjana Unnes juga meningkat (Hartono, 2013).

Kegiatan program pengabdian masyarakat dilaksanakan pada tanggal 12 September 2023 secara daring melalui zoom meeting, dan diikuti oleh seluruh tenaga kependidikan Sekolah Pascasarjana dan juga mahasiswa. Target dalam pelatihan adalah untuk meningkatkan kemampuan dosen dan tenaga kependidikan di Pascasarjana dalam menulis berita, meningkatnya jumlah rilis berita di media masa baik cetak maupun elektronik, meningkatnya jumlah konten unggahan berita pada media sosial.

### Prakegiatan

Di dalam tahap prakegiatan dilakukan diskusi dengan pimpinan Sekolah Pascasarjana dan juga pengelola atau admin media sosial, sekaligus melakukan review pengelolaan media sosial yang selama ini telah dilakukan. Berdasarkan hasil diskusi dapat ditemukan beberapa kendala. Pertama, belum adanya tim kreatif yang bertugas mengelola media sosial pada Sekolah Pascasarjana. Kedua, kurangnya pengetahuan dan pemahaman bagaimana mengelola dan mengoptimalkan media sosial untuk peningkatan citra khususnya zona integritas.

### Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan kegiatan pelatihan diawali dengan penyampaian materi terkait dengan optimasi media sosial untuk meningkatkan citra zona integritas. Selanjutnya diberikan sesi untuk diskusi dan tanya jawab serta konsultasi seputar bagaimana mengelola media sosial yang baik. Pelatihan dilanjutkan dengan praktik membuat konten pada media sosial baik berupa berita, flyer kegiatan, video maupun konten lainnya. Peserta diberikan waktu 1 minggu untuk membuat konten dimaksud, selanjutnya mereka melaporkan project mereka pada pertemuan berikutnya.

Pada pelatihan sesi kedua, peserta diminta memaparkan materi konten yang telah dibuat dan diberikan masukan oleh narasumber. Bagi yang belum, fasilitator memberikan pendampingan agar mereka mampu membuat konten, sehingga tujuan pelatihan dapat tercapai.



Gambar 3.1. Pelatihan Optimasi Media Sosial

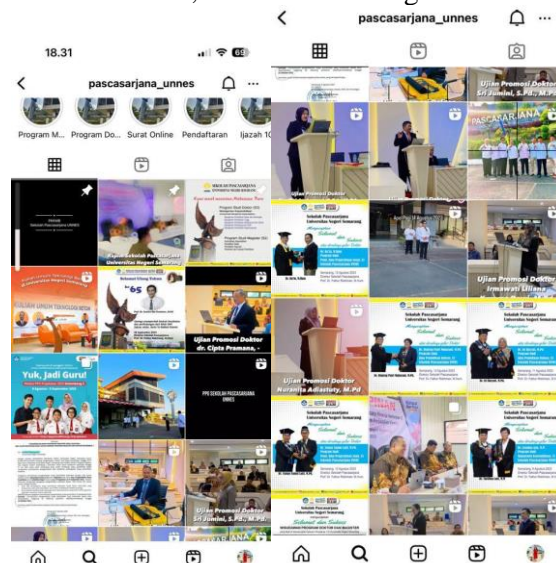


Gambar 3.2 Pendampingan Pembuatan Konten pada Media Sosial

### Pascakegiatan

Dalam agenda pascakegiatan pelatihan dilakukan dengan monitoring dan evaluasi kegiatan. Tim pengabdian memantau unggahan konten pada media sosial di Sekolah Pascasarjana, pasca pelatihan secara kontinu. Selain itu, tim

pengabdian memfasilitasi konsultasi pengelolaan media masa dengan Tim Kreatif Humas – DSIH UNNES. Pendampingan secara kontinu juga tetap dilakukan oleh Tim Kreatif Humas – DSIH UNNES. Berikut beberapa dokumentasi dari hasil monitoring dan evaluasi pascakegiatan.



Gambar 4. Monitoring Unggahan Konten pada Media Sosial



## SIMPULAN

Kesimpulan dalam pengabdian ini adalah upaya optimalisasi media sosial dalam mewujudkan citra zona integritas sekolah pascasarjana dilakukan melalui dua cara, yaitu pelatihan optimasi media sosial, dan pendampingan pengelolaan media sosial. Hasil kegiatan cukup optimal, tetapi konten yang diunggah ke media masa kebanyakan masih berupa video highlight kegiatan-kegiatan.

Saran yang diberikan dari tim pengabdian agar dapat menjadi bahan rekomendasi bagi Pimpinan Sekolah Pascasarjana adalah membentuk divisi Humas dengan Tim kreatif khusus untuk mengelola media masa agar media masa dapat lebih optimal dalam rangka membentuk citra khususnya zona integritas.

## DAFTAR PUSTAKA

- Andipate, A. A. (2020). Paradigma Baru Public Relations. In Teori, Strategi, Dan Riset. Depok: PT Rajagrafindo Persada.
- Abbas, M. Rivai, dkk. (2014). Panduan Optimalisasi Media Sosial untuk kementerian perdagangan RI. Jakarta. Kementerian Perdagangan RI.
- Ardianto, E. (2020). Metodologi Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Darwis, and Mukhlis Ishaka. "Analisis Implementasi Kebijakan Terhadap Pelaksanaan Kepmenpan No. 63 Tahun 2003 Dalam Pelaksanaan Pelayanan Kebutuhan Dasar Masyarakat Di Kota Bima NtB." *Jurnal Ilmiah Administrasi Negara* 16, no. 1 (February 11, 2020). <http://administrasistisip.ejournal.web.id/index.php/administrasistisip/article/view/234/207>.
- Juwita R (2017) Media Sosial dan Perkembangan Komunikasi Korporat, *Jurnal Penelitian Komunikasi* Vol 20 No. 1 hal. 47-60
- Hanafi. "Pelaksanaan Reformasi Birokrasi Dengan Pembangunan Zona Integritas Pada Kementerian Perindustrian." *Jikap (Jurnal Informasi Dan Komunikasi Administrasi Perkantoran)*. Accessed November 4, 2021. <https://jurnal.uns.ac.id/JIKAP/article/view/40661>.
- Kurniawan, A. (2015). Transformasi Pelayanan Publik. Yogyakarta: Pembaruan.
- Mosepa, Andri, Agus Abdur Rahman, And Febriansyah Rozarius. "Pembangunan Zona Integritas Di Pengadilan Tata Usaha Negara Tanjungpinang / Development Of The Integrity Zone In Tanjungpinang Administrative Court." *Jurnal Hukum Peratun* 1, no. 2 (October 17, 2018): 183–202. <https://doi.org/10.25216/peratun.122018.183202>.
- Nasrullah, R. (2015). Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Socioteknologi. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- McGraw-Hill. Kriyanto, R. (2022). Teknik Praktis Riset Komunikasi (6 ed.). Jakarta: Prenada Media Group.
- Nurudin. (2021). Pengantar Komunikasi Massa. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Pawito. (2018). Penelitian Komunikasi Kualitatif. Yogyakarta: PT LKiS Pelangi Aksara Yoga.
- Safko, L. (2022). The Social Media Bible. Hoboken: John Wiley & Sons Ltd.
- Soemirat, S., & Ardianto, E. (2022). Dasardasar Public Relation. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Stareva, I. (2014). Social Media and The Rebirth of PR: The Emergence of Social Media as a Change Driver for PR. Hamburg: Anchor Academic Publishing.
- Hartono, H., Hutomo, K., & Mayangsari, M. (2013). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Perusahaan Dengan Menetapkan Alumni Dan Mahasiswa Universitas Bina Nusantara Sebagai Objek Penelitian. *Binus Business Review*, 3(2), 882-897.
- Hendriadi, A.A., Padilah, T. N., & others. 2019. Pelatihan Digital Marketing Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Karawang. *J-Dinamika*. Vol 4 (2).
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gray. (2014). Prinsip-prinsip Manajemen. Edisi 14. Jilid 1. Jakarta, Erlangga.
- Kotler, Philip, Armstrong, Gary, Opresnik, M. O. 2015. Marketing.
- Prabowo, W. A. 2018. Pengaruh Digital Marketing terhadap Organizational Performance dengan Intellectual Capital dan Perceived Quality sebagai Variabel Intervening pada Industri Hotel Bintang Tiga di Jawa Timur. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol 12 (2). 101–112 pp. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.12.2.101-112>.
- Zenker, Sebastian, Nicole Martin. 2021. *Measuring success in place marketing and branding. Place Branding and Public Diplomacy*.