

Kepemimpinan Menumbuhkan Kreativitas Siswa dengan Pemanfaatan Media Sosial

Leadership Grows Student Creativity by Utilizing Social Media

B. Medina Nilasari ^{1*}

Ratna Darasih ¹

Deliza Henny ²

Ihsanul Walidaeni ¹

Andri Sebastian Pongoh ¹

Ulfi Naria Rahmawati ¹

Sasantyarini ¹

¹Department of Management, Faculty of Economics and Business, Trisakti University, Jakarta, Indonesia

²Department of Accounting, Faculty of Economics and Business, Trisakti University, Jakarta, Indonesia

email: medina@trisakti.ac.id

Kata Kunci

Kepemimpinan
Media Sosial
Kewirausahaan Islam

Keywords:

Leadership
Social Media
Islamic Entrepreneurship

Received: January 2024

Accepted: January 2024

Published: March 2024

Abstrak

Guru, kepala sekolah, dan juga ketua yayasan akan membantu terciptanya perubahan menuju tercapainya reformasi di sekolah. Perubahan dapat dimulai dengan menumbuhkan kreativitas, dalam hal ini melalui pemanfaatan media sosial. Pemanfaatan media sosial perlu dipahami sejak dini. Pengetahuan dan kemampuan menggunakan media sosial dapat dilatih mulai dari tingkat sekolah menengah pertama. Apalagi bagi sekolah yang memang bertujuan mencetak entrepreneur. Siswa bisa mengasah ide kreatifnya dan menyalurkannya melalui media sosial seperti membuat video, foto, tulisan dan lain-lain. Di youtube, siswa dapat menyalurkan ide kreatifnya untuk membuat video. Di instagram, siswa dapat menyalurkan ide kreatifnya dengan membuat tulisan, foto bahkan video. Siswa juga dapat menggunakan aplikasi - aplikasi lainnya yang ada di media sosial. Tujuan diselenggarakan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) ini adalah memberikan bantuan edukasi yang diperlukan oleh para siswa di Sekolah Islamic Entrepreneurship Boarding School, Yayasan Global Cahaya Nubuawah Insani - Purwakarta. Edukasi diberikan dalam bentuk penyuluhan kepemimpinan bisnis dan pemanfaatan media sosial yang tidak akan terealisasi tanpa dukungan para guru, kepala sekolah, dan yayasan.

Abstract

Teachers, school principals, and heads of foundations will help create change toward achieving school reform. Change can start by fostering creativity, in this case, through social media. The use of social media needs to be understood from an early age. Knowledge and ability to use social media can be trained starting from junior high school level. Especially for schools that aim to produce entrepreneurs. Students can hone and channel their creative ideas through social media, such as making videos, photos, writing, etc. On YouTube, students can channel their creative ideas to make videos. Students can channel their creative ideas on Instagram by writing photos and even videos. Students can also use other applications on social media. This Community Service (PkM) activity aims to provide educational assistance students need at the Islamic Entrepreneurship Boarding School, Global Cahaya Nubuawah Insani Foundation - Purwakarta. Education is provided in the form of business leadership counseling and the use of social media, which would not be realized without the support of teachers, school principals, and foundations.



© 2024. B Medina Nilasari, Ratna Darasih, Deliza Henny, Ihsanul Walidaeni, Andri Sebastian Pongoh, Ulfi Naria Rahmawati, Sasantyarini. Published by Institute for Research and Community Services Universitas Muhammadiyah Palangkaraya. This is Open Access article under the CC-BY-SA License (<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>). DOI: <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v9i3.6535>

PENDAHULUAN

Sejak dahulu, kepala sekolah terbiasa bersikap pasif, selalu menunggu arahan dan petunjuk dari atasan (ketua yayasan) untuk mengambil sebuah keputusan atau melakukan tindakan kebijakan. Tetapi di jaman sekarang dengan perubahan dunia yang begitu cepat, kepala sekolah dituntut untuk lebih memiliki inisiatif, kreativitas dan kemandirian untuk kemajuan sekolah. Kepemimpinan seorang kepala sekolah diharapkan dapat mewujudkan sebuah penyelenggaraan manajemen pendidikan yang memberikan pelayanan kepada masyarakat secara maksimal, sehingga tujuan pendidikan secara umum dapat dicapai secara efektif dan efisien. Kepala sekolah memiliki dua peran dalam pencapaian tujuan

How to cite: Nilasari, B. M., Darasih, R., Henny, D., Walidaeni, I., Pongoh, A. S., Rahmawati, U. N., & Sasantyarini. (2024). Kepemimpinan Menumbuhkan Kreativitas Siswa dengan Pemanfaatan Media Sosial. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat*, 9(3), 423-431. <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v9i3.6535>

sekolah, yakni sebagai manajer sekolah dan sebagai pemimpin sekolah. Sebagai seorang manajer, tugas kepala sekolah terutama berkaitan dengan urusan pemeliharaan struktur, prosedur dan tujuan sekolah yang berlaku. Sebagai seorang pemimpin, tugas kepala sekolah berhubungan dengan upaya melakukan perubahan, pencapaian visi dan pertumbuhan, dan pemberian inspirasi dan motivasi (Kuswaeri, 2016).

Pola kepemimpinan transformasional merupakan salah satu pilihan bagi kepala sekolah untuk memimpin dan mengembangkan sekolah yang berkualitas. Menurut Harbani (2008), kepemimpinan transformasional mengandung makna mengubah pengikut atau bawahan yang dipimpin untuk di bawa ke arah pengembangan organisasi. Menurut Daft (2018) kepemimpinan transformasional dicirikan oleh kemampuan untuk membawa perubahan yang signifikan baik dalam pengikut maupun organisasi. Daft juga menyatakan bahwa pemimpin transformasional memiliki kemampuan untuk memimpin perubahan dalam visi, strategi, dan budaya organisasi serta mempromosikan inovasi dalam produk dan teknologi. Seorang kepala sekolah di sebut menerapkan kaedah kepemimpinan transformasional, jika dia mampu mengubah energi sumber daya; baik manusia, instrumen, maupun situasi untuk mencapai tujuan-tujuan reformasi sekolah. Dengan demikian, kepemimpinan dapat mewujudkan reformasi di sekolah. Ketua yayasan, kepala sekolah dan juga para guru akan membantu terciptanya perubahan menuju tercapainya reformasi. Perubahan dapat dimulai dengan menumbuhkan kreatifitas, dalam hal ini melalui penggunaan media digital seperti media sosial.

Perubahan besar-besaran telah terjadi di dunia saat ini dengan adanya media sosial, globalisasi, perdagangan seluler, teknologi terbaru, mesin pintar, tim virtual, telecommuting dan lain-lain. Semua hal itu merubah perilaku masyarakat saat ini. Bahkan sejak pandemi, bekerja tidak lagi harus berada di kantor (*Work from Office*) tetapi dari rumah juga bisa menyelesaikan pekerjaan (*Work from Home*). Dalam dunia bisnis juga telah terjadi perubahan. Setiap toko/mini market/supermarket/restoran perlu menyediakan jasa online sehingga konsumen untuk membeli produk tidak perlu datang, cukup pesan melalui aplikasi. Begitu juga dengan media promosi. Dahulu televisi dan radio adalah media promosi yang potensial, namun tidak demikian di era ini. Dengan menggunakan media sosial perusahaan dapat menyebarkan informasi tentang produk dan layanan, dan meningkatkan pelayanan pelanggan (Nilasari, 2019). Media sosial tidak hanya digunakan oleh perusahaan besar namun juga UMKM. Menurut Himarosa *et al.*, (2022), teknologi informasi merupakan sarana infrastruktur yang urgent untuk diadopsi oleh pengelola UMKM di Indonesia. Inovasi peningkatan aktivitas perekonomian dan penjualan di UMKM melalui aplikasi teknologi informasi merupakan program yang urgent dan mendesak untuk segera dilaksanakan (Handayani *et al.*, 2021).

Pelaku usaha perlu berinovasi dalam memproduksi barang dan jasa sesuai dengan apa yang menjadi kebutuhan pasar, dengan cara menumbuh-kembangkan berbagai gagasan dan ide usaha baru (Baliartati *et al.*, 2022). Oleh karena itu UMKM banyak memanfaatkan media sosial yang merupakan aplikasi teknologi informasi yang mudah dengan biayanya terjangkau. Pengusaha kecil sangat terbantu dengan adanya media sosial. Biaya murah, dan mudah menggunakannya namun sangat efektif dalam memperkenalkan produk dan layanan kepada pelanggan ataupun calon pelanggan. Pemanfaatan media sosial perlu dipahami sejak dini. Bahkan Gumilar *et al* (2023) menyatakan bahwa perlu adanya sosialisasi pemanfaatan media sosial dan platform digital untuk pemasaran. Pengetahuan dan kemampuan menggunakan media sosial dapat dilatih mulai dari tingkat sekolah menengah pertama. Apalagi bagi sekolah yang memang bertujuan mencetak entrepreneur. Siswa bisa mengasah ide kreatifnya dan menyalurkannya melalui media sosial seperti membuat video, foto, tulisan dan lain-lain. Di youtube, siswa dapat menyalurkan ide kreatifnya untuk membuat video. Di instagram, siswa dapat menyalurkan ide kreatifnya dengan membuat tulisan, foto bahkan video. Siswa juga dapat menggunakan aplikasi – aplikasi lainnya yang ada di media sosial. Berdasarkan permasalahan diatas diperlukan suatu upaya untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman kepada masyarakat mengenai pemanfaatan media sosial sejak dini. Khususnya kepada siswa-siswi sekolah yang sering menggunakan media sosial di kehidupan sosialnya. Menurut Sujoko (2023), adanya ketimpangan antara pengetahuan dan praktik penggunaan media sosial, seperti Gen-Z yang belum memahami konsekuensi buruk penggunaan media sosial, tetapi telah menjadi user media sosial. Dari latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dapat disimpulkan pentingnya kepemimpinan dalam

menumbuhkan kreatifitas untuk menciptakan perubahan, serta kebutuhan akan pengetahuan dan kemampuan mengenai pemanfaatan media sosial bagi siswa sekolah.

Oleh karena itu perlunya edukasi kepemimpinan dan pemanfaatan media sosial di kalangan siswa sekolah. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat (PkM) ini berusaha memberikan solusi dengan edukasi melalui penyuluhan terhadap siswa sekolah *Islamic Entrepreneurship Boarding School*, Yayasan Global Cahaya Nubuwh Insani (GCNI) - Purwakarta. Terpilihnya Yayasan GCNI sebagai mitra karena yayasan ini menyelenggarakan pendidikan dengan tujuan membina siswanya menjadi seorang *islamic entrepreneurship*. Alasan kedua, karena Lokasi sekolah di kabupaten Purwakarta dengan siswa sebagian besar dari putra daerah yang jauh dari kehidupan kota. Harapannya dengan penyuluhan ini membuat putra daerah Purwakarta dapat menjadi wirausaha islami yang sukses di era digital.

METODE

Pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dilakukan dengan penyuluhan dalam bentuk memberikan edukasi kepada peserta tentang kepemimpinan yang dapat menumbuhkan kreatifitas serta pemanfaatan media sosial. Edukasi adalah suatu proses pembelajaran yang dilakukan baik secara formal maupun non formal yang bertujuan untuk mendidik, memberikan ilmu pengetahuan, serta mengembangkan potensi diri yang ada dalam diri setiap manusia. Proses edukasi ini dalam kehidupan sehari-hari lebih dikenal dengan sebutan proses belajar. Dalam hal ini edukasi adalah proses belajar dari tidak tahu menjadi tahu. Kegiatan pra-pelaksanaan PkM telah dimulai sejak bulan Oktober tahun 2023, mulai dari mencari mitra, survey lokasi kegiatan, sampai dengan dibuatnya surat pernyataan kesanggupan sebagai mitra. Selanjutnya koordinasi dengan pengurus Yayasan GCNI, koordinasi dengan para anggota tim mengenai materi yang akan diberikan, koordinasi dengan anggota tim dalam penyusunan modul, serta koordinasi *'technical meeting'* sebelum kegiatan PkM dilaksanakan. Adapun daftar kegiatan dan waktu-waktunya sebagai berikut:

Tabel I. Daftar Kegiatan

Kegiatan	Waktu
Koordinasi dengan pengurus Yayasan Global Cahaya Nubuwh Insani	1-30 November 2023
Koordinasi dengan pemberi materi	1-15 Desember 2023
Koordinasi penyusunan modul	1-15 Desember 2023
Koordinasi teknis kegiatan penyuluhan	16 Desember 2023

Kegiatan PkM dilaksanakan pada hari Minggu, tanggal 17 Desember 2023 pk. 09.30- 13.00 wib di Pendopo sekolah milik Yayasan Global Cahaya Nubuwh Insani di Purwakarta – Jawa Barat. Kegiatan PkM ini dilaksanakan oleh tim PkM dari Prodi Magister Manajemen, Prodi Manajemen, dan Prodi Akuntansi - Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Trisakti bekerjasama dengan mitra Yayasan Global Cahaya Nubuwh Insani - Purwakarta. Tim PkM terdiri dari dosen, mahasiswa, alumni dan tenaga kependidikan. Khusus untuk edukasi materi media sosial disampaikan oleh mahasiswa dan alumni. Diputuskan materi media sosial disampaikan oleh mahasiswa dan alumni karena memang mereka lebih handal dalam menggunakan media sosial, secara generasi milenial dan zenial sudah familiar dengan media digital sejak kecil. Bentuk kegiatan PkM terdiri dari tiga sesi berdasarkan materi yang disampaikan yaitu:

1. Kepemimpinan Bisnis
2. Strategi konten yang menarik
3. Cara membuat powerpoint dan poster di Canva.



Gambar 1. Contoh Materi Kepemimpinan Bisnis



Gambar 2. Contoh Materi Strategi Konten yang Menarik



Gambar 3. Contoh Materi Cara membuat Powerpoint dan Poster di Canva

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan penyuluhan dimulai terlebih dahulu dengan sambutan dari salah satu pendiri Yayasan Global Cahaya Nubuwh Insani, kemudian sambutan dari ketua yayasan, dilanjutkan sambutan dari Ketua Tim PkM, seperti terlihat pada foto dibawah ini.



Gambar 4. Foto Pembukaan Kegiatan PkM

Kemudian penyuluhan dibagi menjadi tiga sesi. Sesi pertama, penyuluh pertama menyampaikan materi terkait kepemimpinan bisnis selama 45 menit. Sesi kedua, materi dilanjutkan tentang strategi membuat konten yang menarik di instagram yang disampaikan oleh penyuluh kedua selama 30 menit. Sesi ketiga, disampaikan oleh penyuluh ketiga mengenai cara membuat powerpoint dan poster di aplikasi Canva selama 30 menit. Selama penyuluhan, berlangsung sangat santai namun tetap serius. Siswa fokus mendengarkan dengan duduk lesehan diatas karpet. Mereka sangat antusias dengan materi-materi yang disampaikan. Di sela-sela penyampaian materi, penyuluh memberikan pertanyaan-pertanyaan dengan maksud mengajak siswa berpartisipasi aktif, sekaligus ingin mengetahui sejauh mana pemahamannya

tentang materi kepemimpinan dalam bisnis dan tentang materi pemanfaatan media sosial. Karena sebagian besar peserta adalah siswa-siswi tingkat SMP dan SMA sehingga materi diberikan menyesuaikan dengan tingkat pemahaman mereka. Materi dipaparkan dengan bantuan powerpoint presentation dan infokus. Slide dibuat semenarik mungkin dengan penuh gambar dan template warna-warna cerah. Diskusi terjalin antara siswa dan penyuluh, seputar pengalaman menggunakan media sosial dan pemanfaatan media sosial di sekolah dan diluar sekolah.

Setelah kegiatan sesi kesatu sampai dengan sesi ketiga selesai, adzan lohor terdengar. Kegiatan penyuluhan pun dihentikan sementara karena menunggu adzan selesai dikumandangkan. Setelah adzan selesai, dan sebelum dilanjutkan dengan penutupan dan makan siang, dilaksanakan ice breaking untuk membuat kegiatan penyuluhan menjadi lebih menyenangkan. Ice breaking dilakukan dengan memberikan kuis berhadiah. Bagi siswa yang dapat menjawab diberikan uang jajan sebesar Rp. 50.000. Ada lima pertanyaan kuis yang diajukan dan satu pertanyaan Grand Prize. Peserta yang dapat menjawab pertanyaan Grand Prize akan mendapat hadiah berlangganan aplikasi Canva selama setahun. Annual fee Canva tersebut senilai Rp. 300.000. Diharapkan pada kegiatan PkM ini selain menambah wawasan, memberikan pengetahuan, dan meningkatkan pemahaman peserta, namun juga memotivasi sekaligus refreshing bagi peserta.

Dalam melakukan evaluasi ketercapaian hasil penyuluhan, dilaksanakan dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada peserta pada setiap sesi. Pertanyaan diberikan di sela-sela pemaparan materi dan setelah selesai materi yang disampaikan. Seluruh pertanyaan terkait materi yang disampaikan dapat dijawab dengan benar bahkan peserta yang sebagian besar adalah siswa-siswi tingkat SMP dan SMA saling berebut dalam menjawab pertanyaan. Memang sebagai gimmick, yang berhasil menjawab pertanyaan akan diberikan dua buah coklat. Namun bukan karena itu saja mereka antusias menjawab tetapi karena mereka ingin menunjukkan kemampuannya dan sangat gembira ketika mendapatkan pujian ataupun pengakuan. Kemudian saat ice breaking di akhir acara juga dibuat sebagai bentuk evaluasi ketercapaian. Ice breaking yang dilakukan berupa kuis berhadiah. Walaupun hadiah hanya uang jajan yang jumlahnya tidak besar (Rp. 50.000) tetapi buat mereka yang merupakan siswa-siswi *boarding school* yang jauh dari orang tua, uang jajan sebesar itu sangat berharga sekali. Adapun pertanyaan-pertanyaan pada kuis berhadiah, adalah sebagai berikut:

1. Siapakah ketiga tokoh pemimpin yang disampaikan oleh penyuluh kesatu? Jelaskan beserta kepemimpinan bisnisnya.
2. Bagaimana cara membuat konten instagram yang menarik sehingga banyak diminati oleh masyarakat?
3. Apa itu digital marketing/bisnis digital?
4. Apa itu pengertian *entrepreneur* islamic?
5. Mengapa *entrepreneur* perlu menerapkan media sosial digital dalam entrepreneurship?

Selain kuis juga diberikan pertanyaan berhadiah Grand Prize dengan pertanyaan yang lebih sulit dan tentu saja akan mendapat hadiah yang lebih besar. Hadiah Grand Prize berupa setahun bebas berlangganan aplikasi Canva senilai Rp. 300.000. Adapun pertanyaan yang diajukan yaitu:

1. Buat contoh business plan serta strategi apa yang dilakukan oleh pembisnis untuk menghadapi tantangan atau pesaing? Dan bagaimana cara memasarkan produk tersebut agar mudah dikenal di pasar internasional?

Berdasarkan jawaban dari pertanyaan-pertanyaan yang diajukan selama pemaparan materi, dan jawaban dari pertanyaan pada kuis, serta grandprize dapat dijadikan tolak ukur ketercapaian hasil kegiatan penyuluhan tersebut.



Gambar 5. Foto Dosen, Mahasiswa, & Alumni sebagai



Gambar 6. Foto Peserta Kegiatan



Gambar 7. Foto Pemenang Kuis

Keberhasilan kegiatan penyuluhan ini bersumber dari:

1. Dukungan pimpinan Fakultas dan Prodi
2. Kerjasama seluruh anggota tim (dosen, mahasiswa, alumni, dan tenaga kependidikan)
3. Keahlian penyuluh dalam menyampaikan materinya dengan baik dan menarik
4. Hubungan yang baik terjalin dengan Mitra Kerjasama.

Mulai dari menyusun rencana kegiatan sampai dengan pelaksanaan kegiatan penyuluhan dirasakan tanpa adanya hambatan yang berarti. Kendala kecil seperti lokasi yang cukup jauh dari kampus, penyuluh/peserta yang terlambat hadir, bisa diantisipasi dengan baik sehingga tidak membuat terhambatnya kegiatan penyuluhan. Bahkan diakui oleh pengurus yayasan GCNI bahwa materi tentang media sosial yang diberikan sangat bermanfaat dan menunjang pembelajaran di *Islamic Entrepreneurship Boarding School*. Hal ini sesuai yang dinyatakan Tanoto *et al*, (2024), bahwa kegiatan pelatihan media digital/ digital marketing secara umum bertujuan untuk meningkatkan keterampilan kewirausahaan siswa yang meliputi aspek pengetahuan dan sikap (*hardskill* dan *softskill*).

KESIMPULAN

Berdasarkan jawaban peserta atas pertanyaan-pertanyaan yang diajukan penyuluh selama kegiatan dan juga jawaban atas pertanyaan pada kuis dan Grand Prize menunjukkan peserta telah memahami materi yang disampaikan. Peserta memahami peran kepemimpinan dalam bisnis yang menuntut kreatifitas dan inovasi. Peserta memahami pula pentingnya kreatifitas dalam proses belajar untuk membentuk *islamic entrepreneurship*. Peserta juga memahami manfaat media sosial bagi bisnis, sehingga menyadari pentingnya mempelajari cara menggunakan media sosial sejak dini. Oleh karenanya, disarankan kepada pihak sekolah khususnya sekolah yang memang ingin mencetak lulusannya menjadi seorang *entrepreneur*, untuk mendorong siswa-siswinya dalam memanfaatkan media sosial. Media sosial sebagai sarana yang membuat siswa menjadi kreatif. Selain itu, pihak sekolah perlu menyediakan fasilitas berupa akses internet, komputer, bahkan kamera digital/smartphone, agar siswa-siswinya dapat membuat konten yang menarik di media sosial seperti instagram. Guru-guru dapat memberikan tugas sekolah yang membuat siswa-siswinya menggunakan media sosial, misalnya tugas membuat iklan promosi sekolah, membuat kampanye mensosialisasikan *islamic entrepreneurship* yang berkah, atau membuat poster dakwah syiar islam. Semua tugas tersebut di posting ke instagram atau media sosial lainnya. Penilaian guru dapat berdasarkan jumlah like yang diberikan di postingan tugas tersebut.

UCAPAN TERIMA KASIH

Tak lupa ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang berpartisipasi dalam kegiatan ini. Terutama Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trisakti yang telah memberikan hibah PkM sehingga terlaksananya kegiatan ini. Terima kasih juga kepada mitra yaitu Yayasan Global Cahaya Nubuawah Insani - Purwakarta dalam hal ini pendiri dan ketua yayasan, yang telah bekerjasama dengan baik dalam melaksanakan kegiatan ini. Kemudian, terima kasih kepada seluruh siswa sekolah *Islamic Entrepreneurship Boarding School* atas partisipasinya dan keaktifannya selama kegiatan. Yang terakhir, ucapan terima kasih ditujukan kepada mahasiswa, dan alumni yang telah menyampaikan materi dengan sangat baik, serta tenaga kependidikan yang telah membantu pelaksanaan kegiatan Pengabdian.

REFERENSI

Baliartati, B. O., Nilasari, B. M., & Kristaung, R. (2022). Penyuluhan Peningkatan Motivasi Kerja UMKM pada UMKM Binaan Yayasan Insan Palma Sejahtera di Palmerah Jakarta Barat. *Jurnal Akal: Abdimas dan Kearifan Lokal*. 3(2), 110-121. <https://dx.doi.org/10.25105/Akal.V3i2>.

Daft, Richard L. (2018). *The Leadership Experience* 7th edition, Boston: Cengage Learning, USA

- Gumilar, R., Nurdianto, R. R., S, Sartika, S., H., & Srigustini, A. (2023). Sosial media dan digital marketplace sebagai strategi pemasaran BUM Desa. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat*, 6(3), 598-609. <https://doi.org/10.33474/jipemas.v6i3.19709>
- Handayani, E., Sari, P.P., Islami, M.J. 2021. Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) oleh UMKM pada Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Komunika: Jurnal Komunikasi, Media dan Informatika*. 10(2):113-119. <https://doi.org/10.31504/komunika.v10i2.4622>
- Harbani, P. (2008). *Kepemimpinan Birokrasi*. Bandung: Alfabeta.
- Himarosa, R.A., Krisdiyanto, Wardana, P.A., Maulana, N. R., & Sofyantoro, F. (2022). Pemberdayaan UMKM melalui Inovasi Marketing berbasis Teknologi Informasi: Empowering MSMEs through Information Technology-based Marketing Innovation. *PengabdianMu : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. 7(6), 774-781. <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v7i6.4099>
- Kuswaeri, Iwa (2016). *Kepemimpinan Transformasional Kepala Sekolah*. TARBAWI, 2(02): 1-13.
- Nilasari, B. M., Jasfar, F., & Wahyudi, A. S. (2019). The Effect of Interactivity, Cost Effectiveness, and Compatibility on the Use of Social Media and its Implications for Organizational Performance. *American Research Journal of Business and Management*. 5(1): 1-17. <https://www.arjonline.org/papers/arjbm/v5-i1/3.pdf>
- Sujoko, A., Prianti, D. D., Wahyudi, D., & Lestari, M, R. S. (2023). Literasi Media Digital bagi Gen-Z di MAN 1 Kota Malang: Digital Media Literacy for Gen-Z in Islamic Elementary School 1 Malang City. *PengabdianMu : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. 8(4), 577-585. <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v8i4.4681>
- Tanoto, Y, Khoswanto, H., Anggono, W., Anggung, K. M., & Setiawan, V. E. (2024). Pemanfaatan teknologi digital marketing untuk menunjang operasional mini-hidroponik berbasis energi terbarukan dan internet of things. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat*, 7(1), 20-31. <https://doi.org/10.33474/jipemas.v7i1.20871>