

PEMANFAATAN MEDIA DIGITAL DALAM REKRUTMEN TUTOR DI SEBUAH BIMBEL MENGGUNAKAN SOSIAL MEDIA INSTAGRAM

Anak Agung Gede Adi Mega Putra¹⁾, Helmy Syakh Alam²⁾, I Putu Adik Kreshna Dhana³⁾, Christian Ebenhaezer⁴⁾, Stella Modesty Florencia⁵⁾

¹Fakultas Teknologi Informasi dan Digital, Primakara University
email: gungde@primakara.ac.id

²Fakultas Teknologi Informasi dan Digital, Primakara University
email: helmy@primakara.ac.id

³Fakultas Teknologi Informasi dan Digital, Primakara University
email: itzocean32@gmail.com

⁴Fakultas Teknologi Informasi dan Digital, Primakara University
email: christianebenhaezer242@gmail.com

⁵Fakultas Teknologi Informasi dan Digital, Primakara University
email: stellxmods@gmail.com

Abstrak

Perkembangan teknologi secara signifikan mempengaruhi efektivitas dan kemudahan pengguna dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam proses perekrutan karyawan. Penyebaran informasi lowongan pekerjaan melalui platform digital terbukti efektif dalam membantu masyarakat memperoleh pekerjaan. Studi kasus ini berfokus pada pemanfaatan media sosial sebagai platform perekrutan tenaga kerja di Bimbingan Belajar (Bimbel) Cheerful Course, yang menghadapi permasalahan kekurangan tenaga pengajar. Metode penelitian yang digunakan adalah observasi dan wawancara dengan pemilik Bimbel serta para tutor yang telah bekerja di sana. Hasil observasi dan wawancara menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial, khususnya Instagram, sangat disetujui oleh pihak Bimbel. Fitur-fitur yang tersedia di Instagram, seperti *feeds*, *reels*, *stories*, dan iklan, memungkinkan jangkauan publik yang lebih luas. Oleh karena itu, penggunaan media sosial sebagai platform perekrutan tenaga kerja merupakan solusi inovatif yang efektif bagi Bimbel Cheerful Course dalam menjangkau kandidat potensial.

Kata kunci : Perkembangan teknologi, Perekrutan karyawan, Instagram

Abstract

Technological advancements significantly impact user effectiveness and convenience across various aspects of life, including employee recruitment. The dissemination of job vacancy information through digital platforms has proven effective in assisting individuals to secure employment. This case study focuses on the utilization of social media as a recruitment platform for staff at Cheerful Course Tutoring Center, which faces challenges in teacher shortages. The research methods employed were observation and interviews with the center's owner and current tutors. The findings from these observations and interviews indicate that the use of social media, particularly Instagram, is highly favored by the tutoring center. Features available on Instagram, such as feeds, reels, stories, and advertisements, facilitate broader public reach. Therefore, the implementation of social media as a recruitment platform presents an innovative and effective solution for the Cheerful Course Tutoring Center to attract potential candidates.

Keyword : Technological advancement, employee recruitment, instagram

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin pesat telah memberikan dampak besar dalam berbagai aspek kehidupan manusia. Di era digital seperti saat ini, hampir seluruh aktivitas manusia tidak terlepas dari penggunaan teknologi. Berbagai sektor, termasuk dunia pendidikan, turut beradaptasi dan memanfaatkan kemajuan teknologi untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam menjalankan kegiatan operasionalnya (Suriani, 2023).

Salah satu bentuk kemajuan teknologi yang sangat terasa manfaatnya adalah hadirnya berbagai platform digital yang menawarkan kemudahan dalam berkomunikasi, menyebarkan informasi, hingga melakukan proses rekrutmen. Platform digital kini tidak hanya digunakan oleh perusahaan besar, tetapi juga mulai dimanfaatkan oleh lembaga pendidikan, termasuk lembaga bimbingan belajar (bimbel) (Juningsih & Supriyoso, 2024). Hal ini dikarenakan platform digital mampu menjangkau masyarakat lebih luas dan lebih cepat dibandingkan metode konvensional. Keberadaan platform digital juga memudahkan lembaga dalam memperkenalkan program, layanan, hingga melakukan seleksi tenaga pendidik secara lebih efektif (Rachmad dkk., 2024).

Dari berbagai platform digital yang berkembang, media sosial menjadi salah satu yang paling populer dan banyak digunakan oleh masyarakat. Salah satu media sosial yang memiliki pengguna aktif dalam jumlah besar adalah Instagram. Dengan konsep visual yang menarik, Instagram berhasil menarik perhatian berbagai kalangan, khususnya generasi muda. Melalui fitur-fitur unggulan seperti foto, video, Instagram *Stories*, *Reels*, hingga *Live Streaming*, Instagram memberikan kemudahan bagi penggunaannya untuk membagikan informasi secara menarik dan interaktif (Fitriani, 2021).

Keunggulan Instagram terletak pada kekuatan visual dan kemampuannya dalam menjangkau audiens secara luas dalam waktu singkat. Selain itu, Instagram juga menyediakan fitur iklan berbayar yang memungkinkan pengguna mengatur target audiens secara spesifik berdasarkan usia, minat, lokasi, dan perilaku (Sari dkk., 2023). Hal ini menjadikan Instagram sebagai salah satu media yang efektif dan efisien untuk dimanfaatkan dalam berbagai kepentingan, termasuk dalam proses rekrutmen tenaga kerja maupun tutor di lembaga pendidikan non-formal.

Salah satu lembaga yang bergerak di bidang pendidikan non-formal adalah Cheerful Course, sebuah lembaga bimbingan belajar yang memiliki tujuan membantu siswa dalam meningkatkan pemahaman materi pelajaran dan mencapai prestasi akademik yang lebih baik. Seiring dengan meningkatnya kebutuhan akan pendidikan tambahan di luar sekolah (Maulida, t.t.), Cheerful Course terus berupaya memberikan pelayanan terbaik kepada para peserta didiknya. Namun, dalam perjalanannya, Cheerful Course menghadapi kendala dalam hal ketersediaan tenaga pengajar atau tutor yang sesuai dengan kualifikasi yang dibutuhkan.

Selama ini, proses rekrutmen tutor di Cheerful Course masih dilakukan secara sederhana dan terbatas, seperti melalui informasi dari mulut ke mulut atau penyebaran lowongan kerja di lingkungan sekitar. Cara ini dinilai kurang efektif karena hanya menjangkau calon tutor dari kalangan terbatas. Akibatnya, lembaga sering mengalami kesulitan dalam mendapatkan tutor yang kompeten, sesuai dengan standar yang ditetapkan, dan mampu memenuhi kebutuhan siswa secara optimal (Widyastuti, 2021).

Melihat permasalahan tersebut, maka diperlukan inovasi dalam proses rekrutmen tutor agar lebih efektif dan menjangkau calon tutor secara lebih luas. Salah satu solusi yang dapat diterapkan

adalah dengan memanfaatkan media digital, khususnya Instagram sebagai media rekrutmen (Rizqi & Swasti, 2024). Dengan memanfaatkan Instagram, Cheerful Course memiliki peluang lebih besar untuk menjangkau calon tutor dari berbagai latar belakang dan daerah yang lebih luas, sekaligus membangun citra lembaga secara profesional di mata masyarakat.

Selain sebagai upaya memperluas jangkauan rekrutmen, pemanfaatan media digital juga sejalan dengan perkembangan zaman yang menuntut setiap lembaga untuk lebih adaptif dan kreatif dalam memanfaatkan teknologi. Di era modern seperti sekarang, rekrutmen secara digital dinilai lebih efektif, efisien, dan sesuai dengan karakteristik generasi muda yang lebih akrab dengan media sosial. Dengan strategi yang tepat, penggunaan Instagram dalam proses rekrutmen tutor tidak hanya membantu lembaga mendapatkan tenaga pengajar yang berkualitas, tetapi juga memperkuat branding dan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga (Nurrachmawati, 2023).

Lebih dari itu, kegiatan ini juga menjadi bagian penting dari proses pengabdian kepada masyarakat, khususnya dalam mendampingi lembaga pendidikan non-formal untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi. Pengabdian seperti ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata dalam membantu lembaga menghadapi tantangan di era digital, sekaligus memberikan dampak positif bagi peningkatan kualitas pendidikan di lingkungan sekitar.

Berdasarkan uraian tersebut, maka penting untuk dilakukan kajian dan pengabdian mengenai "Pemanfaatan Media Digital dalam Rekrutmen Tutor di Sebuah Bimbel Menggunakan Sosial Media Instagram" sebagai upaya strategis dalam mendukung keberlangsungan dan pengembangan lembaga bimbingan belajar di era digital yang semakin kompetitif. Dengan adanya sosialisasi ini,

diharapkan institusi pendidikan nonformal dapat lebih optimal dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mendukung sistem ketenagakerjaan yang lebih modern, efisien, dan inklusif.

Tujuan Kegiatan

1. Mendukung pencapaian Sustainable Development Goals (SDGs) poin ke-8, yaitu "Pekerjaan Layak dan Pertumbuhan Ekonomi."
2. Mempromosikan kebijakan yang mendukung penciptaan lapangan kerja serta pertumbuhan bisnis di sektor pendidikan nonformal.
3. Meningkatkan efektivitas rekrutmen tenaga pengajar melalui pemanfaatan teknologi digital, khususnya Instagram.

Manfaat Kegiatan

Bagi Institusi Pendidikan Nonformal (Bimbel):

1. Meningkatkan efektivitas dalam menjaring tenaga pengajar yang berkualitas.
2. Memanfaatkan media sosial sebagai strategi pemasaran dan branding institusi.

Bagi Calon Tenaga Pengajar:

1. Mempermudah akses informasi mengenai lowongan kerja di sektor pendidikan nonformal.
2. Memberikan wawasan mengenai pentingnya personal branding dalam dunia kerja.

Bagi Masyarakat:

1. Mendukung pertumbuhan ekonomi melalui penguatan sektor pendidikan nonformal.
2. Mendorong pemanfaatan teknologi digital secara positif dan produktif.

Ruang Lingkup Kegiatan

Ruang lingkup kegiatan ini mencakup beberapa aspek utama yang berkaitan dengan pemanfaatan Instagram dalam rekrutmen tenaga pengajar di bimbel Cheerful Course. Kegiatan ini akan melibatkan sosialisasi dan pelatihan kepada pemilik dan pengelola bimbel

mengenai strategi pemanfaatan Instagram sebagai media rekrutmen. Dalam sosialisasi ini, akan dijelaskan bagaimana bimbek dapat menyusun konten yang menarik perhatian calon tenaga pengajar. Selain itu, kegiatan ini mencakup pelatihan mengenai strategi digital marketing untuk rekrutmen, termasuk penggunaan fitur Instagram seperti feed, stories dan reels guna meningkatkan daya tarik informasi rekrutmen.

Optimalisasi fitur Instagram juga akan dijelaskan agar bimbek dapat menggunakan platform ini secara maksimal dalam menjangkau calon tenaga pengajar yang sesuai dengan kebutuhan institusi. Selain itu, kegiatan ini juga akan membahas etika dan profesionalisme dalam rekrutmen digital, di mana pemilik dan pengelola bimbek akan diberikan pemahaman mengenai pentingnya transparansi, etika komunikasi, serta profesionalisme dalam proses seleksi tenaga pengajar melalui media sosial.

Ruang lingkup kegiatan ini tidak hanya terbatas pada aspek teknis pemanfaatan Instagram tetapi juga mencakup analisis efektivitas strategi yang diterapkan. Evaluasi terhadap keberhasilan strategi rekrutmen berbasis Instagram akan dilakukan dengan mengukur peningkatan jumlah pelamar yang tertarik serta dampak terhadap keberlanjutan tenaga pengajar di bimbek Cheerful Course. Selain itu, studi kasus dan praktik langsung dalam pembuatan serta penyebaran konten rekrutmen di Instagram akan diberikan kepada peserta kegiatan.

Kegiatan ini juga akan mengkaji kebijakan yang berkaitan dengan rekrutmen tenaga kerja melalui media sosial Instagram, termasuk perlindungan data pribadi serta hak dan kewajiban tenaga pengajar yang direkrut melalui platform digital. Dengan adanya kegiatan ini, diharapkan rekrutmen tenaga pengajar di bimbek Cheerful Course dapat dilakukan dengan lebih efektif dan profesional sehingga mampu

meningkatkan kualitas pendidikan nonformal di Indonesia.

Landasan Teori **Peran Instagram dalam proses Rekrutmen**

Instagram merupakan platform media sosial berbasis visual yang memungkinkan perusahaan menampilkan budaya kerja dan lingkungan kantor mereka melalui gambar serta video. (Rizqi & Swasti, 2024) menyatakan bahwa konten visual lebih efektif dalam menarik perhatian dan meningkatkan keterlibatan pengguna dibandingkan dengan teks semata. Selain itu, fitur-fitur seperti *Stories* dan IGTV dapat dimanfaatkan untuk membagikan aktivitas perusahaan, wawancara dengan karyawan, serta berbagai konten lain yang berpotensi menarik calon karyawan.

Dalam rekrutmen, Instagram memberikan kesempatan bagi perusahaan untuk memperlihatkan berbagai aspek menarik dari tempat kerja mereka, seperti fasilitas kantor, budaya tim, dan kegiatan perusahaan. Hal ini menjadi faktor penting dalam menarik perhatian Generasi Milenial dan Gen Z, yang lebih menyukai konten visual serta mencari pengalaman kerja yang menarik. Indah (2021) mengungkapkan bahwa lebih dari 70% pengguna Instagram berada dalam rentang usia 18-34 tahun, yang merupakan kelompok demografi strategis bagi perusahaan dalam mencari talenta muda dan kreatif.

Rekrutment Melalui Media Sosial

Rekrutmen melalui media sosial merupakan proses pemanfaatan platform media sosial untuk mencari, menarik, dan merekrut calon karyawan. Menurut (Didit Darmawan dkk., 2023), media sosial memiliki sejumlah keunggulan, seperti jangkauan yang luas, biaya yang lebih terjangkau, serta kemampuan untuk berinteraksi langsung dengan para pelamar. Dengan menggunakan media sosial, perusahaan dapat membangun serta menjaga hubungan dengan calon

karyawan melalui komunikasi yang berkelanjutan (Rizqi & Swasti, 2024).

(Fikri dkk., 2024) menekankan bahwa media sosial menjadi alat yang efektif dalam menjembatani komunikasi antara perusahaan dan calon tenaga kerja. Interaksi yang terjalin melalui platform ini dapat meningkatkan loyalitas serta komitmen calon karyawan terhadap perusahaan. Selain itu, media sosial juga memungkinkan perusahaan untuk memanfaatkan data dan analisis guna mengukur keberhasilan strategi rekrutmen mereka.

Menurut (Wardani, 2023) perusahaan dapat memanfaatkan analitik media sosial untuk melacak berbagai metrik, seperti jumlah klik, tingkat keterlibatan pengguna, serta karakteristik demografi audiens. Data ini sangat berguna dalam menyusun strategi rekrutmen yang lebih optimal dan efisien. Lebih lanjut, penggunaan media sosial juga berperan penting dalam membangun citra positif perusahaan, yang merupakan faktor utama dalam menarik serta mempertahankan kandidat berkualitas tinggi.

2. METODE

Sebagai upaya memahami dan mengatasi permasalahan mitra, proyek sosial ini menerapkan metodologi *Design Thinking*. *Design thinking* adalah proses berulang untuk memahami pengguna, menantang asumsi, dan mendefinisikan ulang masalah serta menciptakan solusi (Interaction Design Foundation). Melalui pendekatan ini, kebutuhan dan tantangan mitra dianalisis secara komprehensif, memastikan solusi yang dihasilkan relevan dan efektif. Lebih lanjut, proyek ini mengintegrasikan *Social Business Model Canvas* (SBMC) yang disesuaikan dengan konteks program. Penyesuaian ini mencakup penekanan pada identifikasi masalah yang mendalam, pengembangan solusi yang inovatif, pengenalan tantangan implementasi, serta evaluasi dampak dan keberlanjutan program.

Dengan demikian, proyek ini mampu merancang strategi intervensi yang tidak hanya efektif, tetapi juga berkelanjutan bagi mitra.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN



Gambar 1. Wawancara dengan bersama dengan *Owner Cheerful Course*.

Dilaksanakannya wawancara guna untuk mengetahui permasalahan-permasalahan apa yang dihadapi oleh Bimbel *Cheerful Course*, guna untuk menganalisis permasalahan dan menemukan solusi untuk mengatasi permasalahan tersebut.



Gambar 2. Pembawaan Materi Cara Pembuatan akun & Penggunaan *LinkedIn*

Membawakan materi mengenai cara pembuatan akun *LinkedIn* dan cara menggunakannya guna untuk memberi solusi terkait permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh pihak Bimbel *Cheerful Course*



Gambar 3. Wawancara bersama dengan Guru pengajar *Cheerful Course*

Pada hari Kamis, 7 November 2024, dilakukan wawancara dengan pemilik dan tutor dari bimbingan belajar *Cheerful Course* yang berlokasi di Jl. Palapa XIIA No. 14, Sesetan, Denpasar Selatan, Kota Denpasar, Bali. *Cheerful Course* merupakan lembaga bimbingan belajar yang menyelenggarakan pengajaran bagi anak-anak dari kelas PG hingga SMA, serta Bahasa Mandarin sebanyak tiga kali seminggu, dengan jadwal yang disesuaikan dengan kemampuan masing-masing anak.

Guna memahami lebih dalam permasalahan yang dihadapi mitra, dengan menerapkan metode *Design Thinking* dengan fokus pada *Empathy Map*. Dari hasil analisis yang dilakukan, teridentifikasi bahwa kendala utama bagi pemilik adalah sulitnya merekrut tutor yang bersedia bekerja penuh waktu. Mayoritas tutor di *Cheerful Course* adalah mahasiswa, dan menariknya, sebagian besar dari mereka adalah mantan siswa yang pernah mengenyam pendidikan di sana dan kini sedang melanjutkan studi. Pemilik menyampaikan bahwa ketidakterersediaan tutor pengganti sering menjadi masalah ketika tutor berhalangan mengajar secara mendadak akibat kegiatan perkuliahan. Di samping itu, sistem perekrutan tutor yang masih berbasis rekomendasi internal secara verbal menyebabkan kurangnya penyebaran informasi lowongan kerja dan mempersempit peluang untuk menarik kandidat tutor yang kompeten.

Setelah wawancara dan identifikasi permasalahan dilakukan, dihasilkan keputusan melalui diskusi bersama dosen untuk membantu mitra dengan penyediaan standar rekrutmen serta materi mengenai penggunaan akun sosial media Instagram guna mempromosikan lowongan pekerjaan secara *online*.

Implementasi dilakukan pada 15 November 2024 dalam bentuk pelatihan penggunaan sosial media Instagram untuk merekrut tutor melalui platform digital. Dalam pelatihan ini, materi mengenai pentingnya penggunaan media digital seperti Instagram dalam proses pencarian tenaga kerja terutama di kalangan usia produktif disampaikan. Selain itu, pemilik juga dibimbing secara langsung dalam proses pembuatan akun hingga tahap memposting lowongan pekerjaan.

Sebagai hasil dari proyek sosial ini, mitra kini dapat melakukan rekrutmen secara *online* dengan standar yang lebih jelas. Pedoman yang diberikan memungkinkan perekrutan tenaga pengajar dilakukan dengan lebih sistematis, sehingga tutor yang diperoleh lebih berkualitas dan sesuai dengan kebutuhan *Cheerful Course*.

Secara keseluruhan, proyek sosial ini telah berhasil mengatasi permasalahan utama yang dihadapi oleh *Cheerful Course*, yaitu kesulitan dalam perekrutan tutor. Dengan adanya pelatihan dan pendampingan dalam penggunaan media sosial Instagram, serta penyediaan standar rekrutmen, proses perekrutan tutor kini menjadi lebih terstruktur dan efektif. Hal ini diharapkan dapat meningkatkan kualitas tenaga pengajar dan mendukung kelancaran operasional bimbingan belajar *Cheerful Course*.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kegiatan dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan media digital, khususnya Instagram, merupakan solusi efektif dan inovatif dalam proses rekrutmen tenaga pengajar di Bimbingan

Belajar Cheerful Course. Penggunaan media sosial ini mampu menjawab permasalahan utama yang dihadapi mitra, yaitu keterbatasan dalam menjaring calon tutor yang berkualitas akibat masih diterapkannya metode rekrutmen secara konvensional dan terbatas.

Melalui pendekatan Design Thinking dan Social Business Model Canvas, tim berhasil mengidentifikasi kebutuhan mitra serta merancang strategi rekrutmen yang lebih terstruktur dan modern. Instagram, dengan berbagai fitur unggulannya seperti feed, stories, reels, dan iklan berbayar, terbukti efektif dalam memperluas jangkauan informasi lowongan kerja dan menarik perhatian calon tenaga pengajar dari berbagai latar belakang. Selain itu, kegiatan sosialisasi dan pelatihan yang dilakukan kepada mitra memberikan pemahaman baru tentang pentingnya membangun citra profesional lembaga melalui media sosial. Strategi ini tidak hanya bermanfaat dalam menjaring tutor yang kompeten, tetapi juga mendukung branding Cheerful Course sebagai lembaga bimbingan belajar yang adaptif terhadap perkembangan teknologi di era digital.

Dengan adanya inovasi rekrutmen berbasis media sosial ini, diharapkan Cheerful Course mampu memenuhi kebutuhan tenaga pengajar secara berkelanjutan dan meningkatkan kualitas layanan pendidikan nonformal. Secara lebih luas, kegiatan ini juga berkontribusi dalam mendukung pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan (SDGs) melalui penciptaan lapangan kerja yang layak serta pertumbuhan sektor ekonomi kreatif berbasis digital.

5. REFERENSI

Didit Darmawan, S. T., SE, M., Sutono, S. A., M Pd I, M. E., Hade Chandra Batubara, S. E., Asinkritus Ng Lalu Manu Mesa, S. T., Sofiana, S., Kom, M., Saksono, H., & Novriansyah, Y. (2023). *Strategi*

Marketing Era 5.0. Cendikia Mulia Mandiri.

Fikri, S., Wisnumurti, R. W., Anugrah, N. P., Hendarto, V. A., Ningrum, C. W., & Assegaff, N. (2024). Pelatihan Dan Pengelolaan Media Sosial Desa Wisata Candipari, Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Penyuluhan Dan Pemberdayaan Masyarakat*, 3(2), 137–144.

Fitriani, Y. (2021). Pemanfaatan media sosial sebagai media penyajian konten edukasi atau pembelajaran digital. *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*, 5(4), 1006–1013.

Juningsih, N., & Supriyoso, P. (2024). Studi Kelayakan Bisnis Pendirian Bimbingan Belajar Bunda Hajar di Bandung. *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan E-Commerce*, 3(3), 436–450.

Maulida, Z. (t.t.). *Peran Lembaga Non Formal (Bimbel) dalam Upaya Membangu Motivasi Belajar Siswa SD di Masa Pandemi Covid-19*. Diambil 23 Maret 2025, dari

Nurrachmawati, A. (2023). *Strategi Pemasaran Untuk Membangun School Branding Dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan (Studi Kasus di MTS Negeri 1 Ponorogo)* [PhD Thesis, IAIN Ponorogo].

Rachmad, Y. E., Indrayani, N., Harto, B., Judijanto, L., Rukmana, A. Y., Rahmawati, N. F., Ambulani, N., & Saktisyahputra, S. (2024). *Digital Technology Management: Mengelola Daya Saing melalui Teknologi Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

Riska, A. (2024). *Pemanfaatan Akun Instagram (@rmb. Aceh) Sebagai Media Dakwah Masjid Raya Baiturrahman Banda Aceh* [PhD Thesis, Fakultas Dakwah dan Komunikasi].

- Rizqi, M. W., & Swasti, I. K. (2024). IMPLEMENTASI PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM PROSES REKRUTMEN DI B21 DIGITAL PRINTING. *EKBIS (Ekonomi & Bisnis)*, 12(2), Article 2.
- Rizqi, M. W., & Swasti, I. K. (2024). IMPLEMENTASI PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM PROSES REKRUTMEN DI B21 DIGITAL PRINTING. *EKBIS (Ekonomi & Bisnis)*, 12(2), 177–183.
- Sakhinah, S. (2018). *Strategi komunikasi persuasif pengurus komunitas terang jakarta dalam mengajak anak muda berhijrah melalui new media* [bachelorThesis, Jakarta : Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah].
- Sari, O. H., Rukmana, A. Y., Munizu, M., Novel, N. J. A., Salam, M. F., Hakim, R. M. A., Sukmadewi, R., & Purbasari, R. (2023). *DIGITAL MARKETING: Optimalisasi Strategi Pemasaran Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Suriani, T. (2023). *IMPLEMENTASI APLIKASI RUANGGURU PADA SISWA KELAS XII IPS SMA ISLAM AL-FALAH KOTA JAMBI* [PhD Thesis, Pendidikan Sejarah].
- Wardani, S. (2023). Transformasi Interaksi Bisnis dan Konsumen dalam Era Komunikasi Digital. *Jurnal Tadbir Peradaban*, 3(2), 26–35.
- Widyastuti, A. (2021). *Optimalisasi pembelajaran jarak jauh (PJJ), daring luring, BDR*. Elex Media Komputindo.