

Pelatihan Melek Digital bagi Siswa Madrasah Aliyah NU Sunan Giri Pasuruan

Dwi Ikrimatus Sa'diyah,^{*1}, Asyah Mutina², Kamelia Mahdiyatul Izza³, Mochamad Hasyim⁴

^{1,2,3}Universitas Yudharta Pasuruan

³Program Studi Pendidikan Bahasa Arab, Fakultas Agama Islam, Universitas Yudharta Pasuruan

*e-mail: diyahikrima@gmail.com¹, amb67307@gmail.com², kameliaemil1@gmail.com³
hasyim@yudharta.ac.id⁴

Abstrak

Kegiatan pengabdian ini bertujuan meningkatkan literasi digital siswa MA NU Sunan Giri melalui pelatihan melek digital berbasis digital marketing. Efektivitas pelatihan diukur menggunakan pre-test dan post-test dengan 15 butir pernyataan skala Likert. Hasil menunjukkan bahwa pemahaman awal siswa berada pada kategori tinggi, dan terdapat peningkatan pada beberapa aspek pengetahuan setelah pelatihan, terutama pada pemahaman dasar digital marketing dan pemanfaatan media digital. Perhitungan gain score juga memperlihatkan adanya peningkatan pada beberapa indikator, meskipun beberapa aspek keterampilan teknis mengalami penurunan. Secara keseluruhan, pelatihan ini mampu memberikan penguatan literasi digital dan wawasan baru bagi siswa, meskipun masih diperlukan pelatihan lanjutan untuk penguasaan keterampilan teknis.

Kata kunci: literasi digital, digital marketing, pelatihan, siswa madrasah.

Abstract

This community service program aims to enhance the digital literacy of students at MA NU Sunan Giri through a digital literacy training focused on digital marketing. The effectiveness of the program was measured using pre-test and post-test instruments consisting of 15 Likert-scale items. The results indicate that students' initial understanding was relatively high, and improvements were observed in several knowledge aspects after the training, particularly in basic digital marketing concepts and the use of digital media. The gain score analysis also shows positive increases in some indicators, although several technical skill aspects declined. Overall, the training succeeded in strengthening students' digital literacy and providing new insights, although additional technical practice is still needed.

Keywords: digital literacy, digital marketing, training, madrasah students.

1. PENDAHULUAN

Kemajuan dalam teknologi informasi dan komunikasi telah memberikan dampak signifikan terhadap sektor pendidikan terutama dalam proses pengajaran¹. Teknologi informasi dan komunikasi telah merevolusi metode pembelajaran kita, jenis pekerjaan yang dapat dikerjakan, serta arti dari interaksi social². Peserta didik di tingkat menengah atas dituntut untuk memiliki kecakapan digital yang tidak hanya terbatas pada penggunaan perangkat, tetapi juga mencakup kemampuan memahami dan memanfaatkan teknologi secara produktif³. Siswa MA NU Sunan Giri Pasuruan pada dasarnya memiliki potensi besar untuk memanfaatkan ekosistem digital tersebut. Mereka aktif menggunakan media sosial dan terbiasa berinteraksi dengan berbagai platform digital dalam kehidupan sehari-hari.

Namun, hasil observasi awal menunjukkan bahwa pemanfaatan media digital oleh sebagian besar siswa masih bersifat pasif dan berfokus pada hiburan semata. Media sosial lebih

¹ Sudi Suryadi, "Peranan Perkembangan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Dalam Kegiatan Pembelajaran Dan Perkembangan Dunia Pendidikan" 3, no. 3 (2015).

² Conference Paper et al., "KETERAMPILAN ABAD KE-21 : KETERAMPILAN," no. December 2016 (2017).

³ Jurnal Ilmu Pendidikan, "No Title" 03, no. 01 (2024): 25–31.

banyak digunakan untuk menonton konten, mengikuti tren, atau sekadar berkomunikasi, tanpa adanya pemahaman mengenai konsep dan strategi dasar pemasaran digital. Padahal, *digital marketing* merupakan salah satu kompetensi penting di era saat ini, terutama bagi generasi muda yang memiliki peluang besar untuk mengembangkan kreativitas, personal branding, dan potensi kewirausahaan⁴.

Kesenjangan antara penggunaan media sosial dan pemahaman siswa tentang digital marketing tersebut menunjukkan perlunya penyelenggaraan pelatihan yang terarah, aplikatif, dan sesuai kebutuhan. Pelatihan ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dasar mengenai pemasaran digital, mulai dari pengenalan konsep, strategi konten, hingga pemanfaatan platform digital secara tepat guna. Dengan adanya pelatihan ini, siswa tidak hanya menjadi pengguna media sosial, tetapi juga mampu mengembangkan keterampilan digital yang dapat meningkatkan daya saing serta membuka peluang usaha di masa mendatang.

Perkembangan teknologi menuntut pelajar untuk memiliki kompetensi literasi digital yang baik agar mampu beradaptasi dengan kebutuhan pendidikan dan dunia kerja⁵. Salah satu kompetensi penting adalah pengetahuan tentang *digital marketing*, mengingat pelajar saat ini hidup berdampingan dengan media sosial yang dapat dimanfaatkan secara produktif⁶. *Digital marketing* dianggap sebagai platform terbaik yang berfungsi sebagai alat promosi yang sangat efisien dan efektif serta dapat mendorong pertumbuhan angka penjualan yang cukup besar⁷.

Pelatihan “Melek Digital” diselenggarakan untuk memberikan pemahaman dasar mengenai digital marketing, mulai dari konsep, tujuan, hingga ruang lingkup penerapannya dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu, siswa diperkenalkan dengan berbagai jenis media digital yang dapat digunakan sebagai sarana promosi dan pengembangan kreativitas, seperti Instagram, TikTok, maupun platform e-commerce. Permasalahan utama yang dihadapi adalah rendahnya pengetahuan siswa mengenai *digital marketing*.

Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan pengetahuan siswa mengenai konsep dasar digital marketing sehingga mereka mampu memahami cara kerja dan penerapannya dalam konteks kekinian. Selain itu, kegiatan ini juga bertujuan menumbuhkan pemahaman siswa tentang pemanfaatan media digital secara produktif, bukan hanya sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai media untuk mengembangkan kreativitas dan peluang usaha. Di samping itu, pelatihan ini memberikan bekal literasi digital dasar bagi siswa agar mereka memiliki kemampuan yang lebih baik dalam menavigasi, memanfaatkan, dan mengelola teknologi digital secara bijaksana dan bermanfaat.

Kajian literatur menunjukkan bahwa literasi digital merupakan bagian penting dari keterampilan abad 21, dan pelatihan berbasis praktik terbukti efektif meningkatkan kompetensi peserta⁸. Di abad 21 ini, proses globalisasi menyebabkan perkembangan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (IPTEK) berlangsung dengan sangat cepat⁹. Penelitian terdahulu juga menunjukkan bahwa pendidikan tentang pemasaran digital dapat memperbaiki kemampuan dan ketertarikan siswa dalam menggunakan platform digital¹⁰.

⁴ Dalam Berwirausaha, “PROSPEK DIGITAL MARKETING UNTUK GENERASI MUDA” 1, no. 1 (2023): 54–70.

⁵ Zulfa Ishmah et al., “DALAM MENINGKATKAN LITERASI DIGITAL” 1, no. 3 (2023).

⁶ Dennys Paulus P Damanik et al., “Literasi Digital Marketing Dan Pemanfaatan Marketplace Dalam Pengembangan Bisnis Online Di SMK Pangeran Antasari Kota Medan” 4, no. 3 (2023): 1671–77.

⁷ Jurnal Pengabdian and Kepada Masyarakat, “Subchan Asy’ari | 197” 1 (2019).

⁸ Jurnal Ekonomi et al., “Analisis Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Mahasiswa Memilih Pembayaran Digital vs Tunai Pada Transportasi Online (Ojol)” 4 (2025): 21–30.

⁹ Olivia Aliftika and Setiya Utari, “PROFIL KETERAMPILAN ABAD 21 SISWA SMA PADA PEMBELAJARAN PROJECT BASED LEARNING (PjBL) MATERI GERAK LURUS” 4, no. 2 (2019): 141–47.

¹⁰ Deviana Sari et al., “Peningkatan Kompetensi Siswa Dalam Berwirausaha Di Era Society 5 . 0 Melalui Penyuluhan Digital Marketing Dan Fintech Di SMKN 1 Tegineneng” 2, no. 3 (2022): 695–703.

2. METODE

Metode kegiatan dalam program ini menggunakan pendekatan ceramah interaktif, demonstrasi, pendampingan, serta evaluasi. Sebagai langkah awal, teknik ceramah interaktif diterapkan untuk mengajarkan siswa tentang prinsip-prinsip dasar dalam pemasaran digital¹¹. Kedua, metode demonstrasi digunakan untuk secara jelas memperlihatkan penerapan pemasaran digital di berbagai media¹². Ketiga, metode pendampingan memberikan peluang bagi siswa untuk menerapkan pengetahuan yang telah mereka pelajari¹³. Keempat, metode evaluasi diterapkan untuk menilai tingkat kemajuan pemahaman peserta didik setelah terlibat dalam aktivitas tersebut¹⁴.

Pelaksanaan kegiatan dibagi ke dalam tiga tahapan utama. Tahap pertama adalah penyuluhan, yang berfokus pada pemberian pemahaman dasar mengenai digital marketing. Pada tahap ini, pemateri menjelaskan konsep-konsep kunci digital marketing, berbagai jenis media digital yang umum digunakan, serta manfaat pemasaran digital bagi pelajar di era modern. Melalui penyampaian materi yang interaktif, siswa diajak berdiskusi dan memberikan contoh fenomena digital yang mereka temui dalam kehidupan sehari-hari.

Tahap kedua adalah pendampingan, yaitu kegiatan praktik yang memungkinkan siswa terlibat secara langsung dalam mengenali dan menganalisis contoh konten promosi digital. Pada tahap ini, siswa diperkenalkan dengan penggunaan beberapa platform populer seperti Instagram, TikTok, dan Shopee. Mereka diajak mengamati ciri-ciri konten yang efektif, memahami strategi penyampaian pesan, serta mencoba membuat konsep sederhana konten promosi sesuai minat masing-masing. Pendampingan dilakukan secara bertahap agar siswa dapat mengeksplorasi fungsi platform digital secara optimal.

Tahap terakhir adalah evaluasi, yang dilakukan untuk mengukur perubahan pengetahuan siswa setelah mengikuti kegiatan. Evaluasi dilaksanakan melalui pemberian instrumen pre-test sebelum kegiatan dimulai dan post-test setelah seluruh tahapan selesai. Hasil evaluasi ini digunakan sebagai indikator peningkatan pemahaman siswa sekaligus menjadi bahan refleksi terhadap efektivitas kegiatan yang telah dilaksanakan.

Alat ukur keberhasilan berupa angket skala Likert yang menilai pengetahuan siswa tentang *digital marketing*. Kenaikan nilai tersebut menggambarkan adanya perubahan pemahaman, mulai dari pengenalan konsep dasar digital marketing hingga kemampuan memanfaatkan media digital secara lebih produktif¹⁵. Dengan demikian, evaluasi ini menegaskan bahwa metode penyuluhan, demonstrasi, dan pendampingan yang diterapkan dalam kegiatan mampu memberikan dampak positif terhadap peningkatan kompetensi digital siswa.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Melaksanakan Koordinasi Bersama Kepala Sekolah

¹¹ Universitas Pelita Harapan, "Peningkatan Keaktifan Belajar Siswa Dengan Penggunaan Metode Ceramah Interaktif" 2, no. 2 (2020): 40–48, <https://doi.org/10.21580/jec.2020.2.2.6059>.

¹² Cut Rina, T B Endayani, and Maya Agustina, "Metode Demonstrasi Untuk Meningkatkan Hasil Belajar Siswa" 5, no. 2 (2020): 150–58.

¹³ Dedi Kasiono, "PENINGKATAN KEMAMPUAN MENYUSUN SOAL DENGAN METODE PENDAMPINGAN BERPOLA SP3R PADA GURU SDN SEPANYUL KECAMATAN GUDO KABUPATEN JOMBANG TAHUN 2018," no. 2004 (2018).

¹⁴ Nur Hamid Sutanto et al., "Systematic Literature Review Untuk Identifikasi Metode Evaluasi Website Layanan Pendidikan Di Indonesia" 7, no. 1 (2021): 1–22.

¹⁵ Anita Candra Dewi, "Gamifikasi Dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia : Studi Efektivitas Game Interaktif Dalam Peningkatan Literasi Digital Siswa" 6, no. 1 (n.d.).

Sebelum pelaksanaan pelatihan digital marketing, mahasiswa terlebih dahulu melakukan kegiatan koordinasi dengan Kepala MA NU Sunan Giri Prigen. Koordinasi ini bertujuan untuk menyampaikan rancangan program, menjelaskan tujuan dan manfaat pelatihan, serta memastikan kesiapan sarana dan prasarana yang akan digunakan. Dalam pertemuan tersebut, Kepala Sekolah memberikan arahan terkait teknis pelaksanaan, penjadwalan kegiatan, serta penentuan kelas sasaran yang dianggap paling sesuai untuk menerima materi pelatihan.

Selain itu, diskusi juga mencakup pembagian peran antara tim pelaksana, guru pendamping, dan narasumber dari Relawan TIK Pasuruan. Kepala Sekolah menyambut baik kegiatan ini dan memberikan dukungan penuh, terutama karena pelatihan literasi digital dinilai relevan dengan kebutuhan siswa dalam menghadapi perkembangan teknologi. Hasil koordinasi ini menjadi dasar penting bagi kelancaran pelaksanaan pelatihan dan memastikan bahwa kegiatan dapat berlangsung secara efektif dan tertata.



Gambar 1. Mahasiswa PPL melaksanakan koordinasi bersama kepala sekolah

b. Koordinasi Bersama Pemateri (Anggota RTIK Pasuruan)

Setelah koordinasi dengan pihak sekolah, mahasiswa melanjutkan kegiatan koordinasi dengan anggota Relawan TIK (RTIK) Pasuruan yang bertindak sebagai pemateri dalam pelatihan digital marketing. Koordinasi ini dilakukan untuk menyamakan persepsi mengenai alur kegiatan, cakupan materi, serta metode penyampaian yang akan digunakan selama pelatihan. Dalam pertemuan tersebut, pemateri memberikan gambaran mengenai struktur materi yang meliputi pengenalan konsep dasar digital marketing, pemanfaatan media digital, serta contoh praktik sederhana yang relevan dengan kehidupan siswa.

Diskusi juga mencakup penyesuaian materi dengan tingkat literasi digital siswa, pemilihan platform digital yang paling mudah dipahami, dan strategi interaktif yang akan diterapkan untuk meningkatkan partisipasi peserta. Selain itu, pemateri dari RTIK menekankan pentingnya penyajian materi yang aplikatif dan dekat dengan aktivitas digital yang biasa dilakukan siswa, sehingga pelatihan dapat berlangsung lebih efektif dan menarik. Koordinasi ini berjalan dengan baik dan menghasilkan kesepakatan yang kuat antara tim pelaksana dan pemateri. Kesepakatan tersebut menjadi landasan penting dalam memastikan bahwa pelatihan dapat tersampaikan secara sistematis, relevan, dan sesuai dengan kebutuhan siswa di MA NU Sunan Giri Prigen.



Gambar 2. Koordinasi bersama anggota RTIK

c. Pelaksanaan Pelatihan Digital Marketing

Pelatihan digital marketing dilaksanakan oleh anggota Relawan TIK (RTIK) Pasuruan sebagai pemateri utama. Kegiatan ini diawali dengan pengenalan konsep dasar digital marketing, termasuk pemahaman tentang peran media digital dalam promosi, strategi pemasaran modern, serta berbagai peluang yang dapat dimanfaatkan oleh pelajar dalam era digital. Pemateri menyampaikan materi dengan pendekatan interaktif, memadukan ceramah singkat, diskusi, dan contoh-contoh nyata yang relevan dengan aktivitas media sosial yang sering digunakan siswa.

Selama pelatihan, siswa diperkenalkan pada platform digital seperti Instagram, TikTok, dan Shopee sebagai media promosi yang umum digunakan dalam dunia digital marketing. Pemateri dari RTIK juga mengajak siswa menganalisis contoh konten promosi sederhana, memahami elemen visual, serta mengenali strategi komunikasi digital yang efektif. Keterlibatan siswa terlihat sangat aktif, ditandai dengan antusiasme mereka dalam menjawab pertanyaan, berdiskusi, dan memberikan tanggapan terhadap contoh kasus yang disampaikan.

Selain penyampaian materi, sesi praktik sederhana juga diberikan untuk memberikan gambaran nyata mengenai penerapan konsep digital marketing. Dalam sesi ini, siswa diajak mengenali fitur-fitur dasar pada platform digital serta memahami langkah awal dalam membuat konten promosi yang menarik. Meskipun waktu praktik terbatas, siswa menunjukkan ketertarikan yang tinggi dan semangat untuk memahami lebih jauh tentang dunia pemasaran digital. Secara keseluruhan, pelatihan oleh anggota RTIK berlangsung dengan baik dan memberikan pengalaman belajar yang bermakna bagi siswa. Materi yang disampaikan tidak hanya memperluas wawasan siswa mengenai digital marketing, tetapi juga menumbuhkan kesadaran pentingnya pemanfaatan media digital secara produktif dan bertanggung jawab.



Gambar 3. Pelaksanaan Pelatihan Digital Marketing

d. Pengisian Pre-Post Test

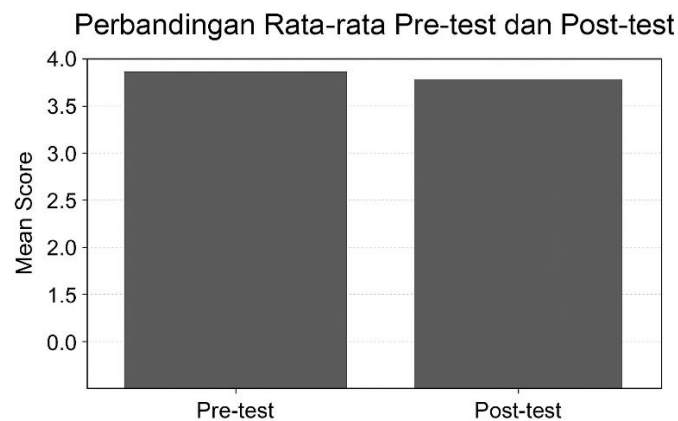
Untuk mengetahui dampak pelatihan terhadap tingkat pengetahuan siswa mengenai digital marketing, dilakukan pengukuran menggunakan instrumen pre-test dan post-test. Instrumen dibuat dalam bentuk skala Likert lima kategori (STS-SS) dengan total 15 pernyataan terkait konsep dasar digital marketing, pemanfaatan media digital, serta pemahaman siswa terhadap strategi pemasaran digital. Sebanyak 50 siswa mengisi instrumen ini sebelum dan setelah mengikuti pelatihan.

Data pre-test digunakan untuk mengetahui tingkat pengetahuan awal siswa, sedangkan post-test digunakan untuk melihat perubahan pemahaman setelah memperoleh materi. Hasil perhitungan rata-rata skor pre-test dan post-test menunjukkan adanya variasi peningkatan dan penurunan pada tiap butir pernyataan. Secara umum, terdapat penurunan kecil pada rata-rata skor

keseluruhan, namun hal tersebut mencerminkan meningkatnya kesadaran siswa dalam menilai pengetahuan mereka secara lebih objektif setelah mendapatkan pemahaman baru.



Gambar 4. Pengisian Pre-Post Test



Gambar 5. Hasil test kemampuan dasar (%) peserta pelatihan digital marketing yang diuji pada awal dan akhir kegiatan pelatihan.

No	Mean Pre-test	Mean Post-test	Selisih
1	3.88	3.94	+0.06
2	4.22	4.12	-0.10
3	4.32	4.16	-0.16
4	4.26	4.04	-0.22
5	4.34	4.00	-0.34
6	3.60	3.72	+0.12
7	4.10	3.96	-0.16
8	3.98	3.78	-0.20
9	4.20	4.30	+0.10
10	4.40	4.02	-0.38
11	3.76	3.26	-0.50
12	3.82	3.54	-0.28
13	3.86	3.76	-0.10
14	4.40	3.70	-0.70
15	4.28	4.16	-0.12

Tabel 1. Perbandingan Skor Pre-test dan Post-test Pengetahuan Digital Marketing Siswa

Hasil perhitungan di atas menunjukkan bahwa rata-rata skor pre-test sebesar **4.07** sedikit lebih tinggi dibandingkan skor post-test sebesar **3.90**. Penurunan ini mengindikasikan bahwa setelah pelatihan siswa memiliki penilaian diri yang lebih objektif terhadap kemampuan mereka. Meskipun demikian, beberapa indikator pengetahuan dasar mengalami peningkatan, sehingga pelatihan tetap memberikan kontribusi positif dalam memperkuat pemahaman konsep digital marketing.

e. Evaluasi melalui Praktik Digital Marketing di Media Sosial

Sebagai bentuk evaluasi praktik, siswa diminta untuk menerapkan materi yang telah dipelajari dengan melakukan simulasi digital marketing secara langsung di media sosial. Pada kegiatan ini, siswa membuat dan mengunggah konten sederhana berupa promosi produk fiktif atau karya kreatif mereka menggunakan platform seperti Instagram atau TikTok. Mereka diarahkan untuk memperhatikan elemen penting dalam digital marketing, seperti penggunaan caption yang persuasif, pemilihan visual yang menarik, serta pemanfaatan fitur pendukung seperti hashtag dan tag akun.

Kegiatan praktik ini bertujuan untuk melihat kemampuan siswa dalam mengaplikasikan konsep digital marketing secara nyata. Siswa menunjukkan antusiasme yang tinggi dan mampu menghasilkan beragam konten kreatif. Melalui evaluasi ini, guru dan pemateri dapat menilai sejauh mana pemahaman siswa terhadap strategi digital, sekaligus mengidentifikasi aspek yang masih perlu diperkuat dalam pelatihan lanjutan.



Gambar 6. Evaluasi melalui Praktik Digital Marketing di Media Sosial

5. KESIMPULAN

Pelatihan “Menjadi Generasi Melek Digital” yang dilaksanakan di MA NU Sunan Giri Pasuruan memberikan dampak positif terhadap literasi digital siswa, khususnya dalam pemahaman dasar digital marketing. Berdasarkan hasil evaluasi menggunakan pre-test dan post-test, diketahui bahwa pemahaman awal siswa berada pada kategori tinggi. Meskipun nilai rata-rata post-test sedikit menurun dibandingkan pre-test, fenomena ini menunjukkan bahwa siswa menjadi lebih objektif dalam menilai kemampuan diri setelah memperoleh materi baru. Hal ini juga menggambarkan adanya peningkatan kesadaran mengenai kompleksitas digital marketing yang sebelumnya belum mereka ketahui.

Analisis gain score menunjukkan adanya peningkatan pada beberapa indikator, terutama terkait pemahaman dasar digital marketing dan kesiapan belajar digital. Namun, beberapa indikator

teknis seperti analisis konten dan pemanfaatan fitur digital mengalami penurunan. Kondisi ini mengindikasikan bahwa pelatihan perlu dilanjutkan dengan sesi praktikum yang lebih intensif agar keterampilan teknis siswa dapat berkembang secara optimal.

Secara umum, kegiatan pengabdian ini telah berhasil mencapai tujuannya, yaitu memberikan penguatan pemahaman mengenai digital marketing, meningkatkan kesadaran literasi digital, serta mendorong siswa untuk lebih produktif dalam memanfaatkan media digital. Pelatihan ini memiliki peluang besar untuk dikembangkan menjadi program lanjutan yang lebih aplikatif dan berkelanjutan, sehingga dapat memberikan dampak yang lebih mendalam bagi kemampuan digital siswa di masa depan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada MA NU Sunan Giri Prigen atas dukungan finansial, fasilitas, dan kesempatan yang diberikan sehingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat terlaksana dengan baik. Dukungan tersebut menjadi unsur penting dalam kelancaran seluruh rangkaian kegiatan, mulai dari tahap perencanaan, pelaksanaan pelatihan, hingga evaluasi hasil kegiatan. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada anggota Relawan TIK (RTIK) Pasuruan yang telah berperan sebagai narasumber dan mitra profesional dalam penyampaian materi pelatihan melek digital dan digital marketing. Kontribusi mereka dalam memberikan wawasan, pengalaman praktis, serta pendampingan teknis sangat membantu dalam meningkatkan kualitas pelaksanaan kegiatan. Tidak lupa, penulis menyampaikan apresiasi kepada seluruh siswa peserta pelatihan yang telah menunjukkan antusiasme, partisipasi aktif, dan keterlibatan penuh selama kegiatan berlangsung. Semoga kerja sama ini dapat terus berlanjut dan memberikan manfaat berkelanjutan bagi peningkatan literasi digital di lingkungan sekolah maupun masyarakat luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Aliftika, Olivia, and Setiya Utari. "PROFIL KETERAMPILAN ABAD 21 SISWA SMA PADA PEMBELAJARAN PROJECT BASED LEARNING (PjBL) MATERI GERAK LURUS" 4, no. 2 (2019): 141–47.
- Berwirausaha, Dalam. "PROSPEK DIGITAL MARKETING UNTUK GENERASI MUDA" 1, no. 1 (2023): 54–70.
- Damanik, Dennys Paulus P, Demak Claudia, Yosephine Simanjuntak, Yois Nelsari Malau, Nina Purnasari, Keumala Hayati, and Universitas Prima Indonesia. "Literasi Digital Marketing Dan Pemanfaatan Marketplace Dalam Pengembangan Bisnis Online Di SMK Pangeran Antasari Kota Medan" 4, no. 3 (2023): 1671–77.
- Dewi, Anita Candra. "Gamifikasi Dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia : Studi Efektivitas Game Interaktif Dalam Peningkatan Literasi Digital Siswa" 6, no. 1 (n.d.).
- Ekonomi, Jurnal, Manajemen Akuntansi, Mina Sulastri Njotowidjojo, and Elly Ingkiriwang. "Analisis Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Preferensi Mahasiswa Memilih Pembayaran Digital vs Tunai Pada Transportasi Online (Ojol)" 4 (2025): 21–30.
- Harapan, Universitas Pelita. "Peningkatan Keaktifan Belajar Siswa Dengan Penggunaan Metode Ceramah Interaktif" 2, no. 2 (2020): 40–48. <https://doi.org/10.21580/jec.2020.2.2.6059>.
- Ishmah, Zulfa, Rahadatul Aisy, Universitas Pendidikan Indonesia, Dinie Anggraeni Dewi, Universitas Pendidikan Indonesia, Rizky Saeful Hayat, and Universitas Islam Nusantara. "DALAM MENINGKATKAN LITERASI DIGITAL" 1, no. 3 (2023).
- Kasiono, Dedi. "PENINGKATAN KEMAMPUAN MENYUSUN SOAL DENGAN METODE PENDAMPINGAN BERPOLA SP3R PADA GURU SDN SEPANYUL KECAMATAN GUDO

- KABUPATEN JOMBANG TAHUN 2018,” no. 2004 (2018).
- Paper, Conference, Siti Zubaidah, Universitas Negeri, Scientific Inquiry, Lecture View, and Siti Zubaidah. “KETERAMPILAN ABAD KE-21 : KETERAMPILAN,” no. December 2016 (2017). Pendidikan, Jurnal Ilmu. “No Title” 03, no. 01 (2024): 25–31.
- Pengabdian, Jurnal, and Kepada Masyarakat. “Subchan Asy’ari | 197” 1 (2019).
- Rina, Cut, T B Endayani, and Maya Agustina. “Metode Demonstrasi Untuk Meningkatkan Hasil Belajar Siswa” 5, no. 2 (2020): 150–58.
- Sari, Deviana, Ade Sandra Dewi, Meilinda Safitri, Muhammad Fahrul Rozi, Muhammad Iman, and Kenny Candra Pradana. “Peningkatan Kompetensi Siswa Dalam Berwirausaha Di Era Society 5 . 0 Melalui Penyuluhan Digital Marketing Dan Fintech Di SMKN 1 Tegineneng” 2, no. 3 (2022): 695–703.
- Suryadi, Sudi. “Peranan Perkembangan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Dalam Kegiatan Pembelajaran Dan Perkembangan Dunia Pendidikan” 3, no. 3 (2015).
- Sutanto, Nur Hamid, Ema Utami, Magister Teknik, Informatika Universitas, and Amikom Yogyakarta. “Systematic Literature Review Untuk Identifikasi Metode Evaluasi Website Layanan Pendidikan Di Indonesia” 7, no. 1 (2021): 1–22.