

# Peran Asistensi Mengajar terhadap Pemahaman Siswa Sekolah Menengah Atas dalam Mata Pelajaran *Digital Marketing*

Kathleen Felicia Annabel<sup>#1</sup>, Doro Edi<sup>\*2</sup>

<sup>#</sup>Program Studi S1 Teknik Informatika, Universitas Kristen Maranatha  
Jl. Prof. Drg. Surya Sumantri No. 65, Sukawarna, Bandung, Indonesia  
<sup>1</sup>2072038@maranatha.ac.id

<sup>\*</sup>Program Studi S1 Sistem Informasi, Universitas Kristen Maranatha  
Jl. Prof. Drg. Surya Sumantri No. 65, Sukawarna, Bandung, Indonesia  
<sup>2</sup>doro.edi@it.maranatha.edu

**Abstract** — The shift in lifestyle from traditional to digital, especially in the industrial sector, requires people to think critically by utilizing technology that has developed. Understanding of Digital Marketing can be an advantage if mastered. Therefore, learning Digital Marketing, especially at school, can provide benefits and become a career choice in the future for students. This teaching assistance activity is carried out to help students deepen their knowledge of Digital Marketing. In order to get maximum results, teachers need to ensure how much students understand about learning in class and the real benefits that students can experience. To determine student's level of understanding, data is taken directly through the results of the classroom evaluations. Meanwhile, to find out the benefits obtained through learning, a questionnaire was distributed containing questions related to the objectives to be sought. The results show that the level of student understanding is good with high scores, while the benefits of learning has also achieved good results as measured by the answers of the majority of students in the questionnaire who have a positive opinion about this teaching assistance activity.

**Keywords**— Benefit, Digital Marketing, Teaching Assistance, Understanding

## I. PENDAHULUAN

Pada era yang semakin berkembang ini, tentunya pola pikir masyarakat di dalamnya pun dituntut untuk semakin maju. Bergesernya gaya hidup, yang tadinya serba tradisional menjadi serba digital menuntut orang-orang untuk berpikir kritis dengan memanfaatkan beragam teknologi yang telah berkembang. Hal ini pun tidak luput dari dunia bisnis dan industri yang dalam praktik pemasarannya semakin bergerak ke dalam dunia digital. Seseorang yang memiliki kemampuan dan pemahaman akan pemasaran digital tentunya akan memiliki poin lebih dan diharapkan dapat lebih mudah terjun ke dalam dunia bisnis maupun dunia kerja. Oleh karena itu, pembelajaran *digital marketing* dapat menjadi suatu keterampilan yang bermanfaat bila diterapkan dan diajarkan bagi siswa sekolah untuk mempersiapkan mereka menghadapi dunia kerja nantinya.

Pemasaran *digital (digital marketing)* adalah penggunaan teknologi untuk membantu aktivitas pemasaran demi meningkatkan pengetahuan pembeli dengan menyesuaikan kebutuhan mereka [1]. Dalam dunia pendidikan, pemahaman akan pemasaran secara *digital* dapat menjadi suatu kelebihan terutama bagi siswa yang ingin terjun secara langsung ke dalam dunia bisnis. Oleh karena itu, sekolah memiliki suatu peranan dalam mempersiapkan para siswanya menghadapi hal ini.

Dengan berbagai manfaatnya, maka pembelajaran digital marketing mulai dianggap penting dan beberapa sekolah mulai memasukkan mata pelajaran ini ke dalam kurikulumnya. Beberapa di antaranya yaitu SMA Trinitas dan SMAK Yahya Bandung. Melalui program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM) yang diadakan pemerintah, maka datanglah kesempatan untuk melakukan kegiatan Asistensi Mengajar Digital Marketing pada kedua sekolah tersebut.

Sebagai pengajar, penting untuk mengetahui seberapa dalam para siswa memahami materi yang diajarkan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mencari tahu seberapa besar pemahaman siswa dalam kegiatan pembelajaran *digital marketing* dan apakah wawasan mereka dapat bertambah dengan diadakannya kegiatan ini.

Manfaat penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah kegiatan ini benar-benar bermanfaat bagi siswa peserta didik dan mencari tahu dimana kekurangan serta hal-hal yang dapat diperbaiki dalam program ini ke depannya.

## II. PROFIL PERUSAHAAN

### A. SMAK Yahya Bandung

Sekolah Menengah Atas Kristen Yahya [2] merupakan sebuah sekolah swasta yang terletak di Jl. L.L.R.E. Martadinata No. 71A-73, RT 03 RW 07, Kelurahan Citarum, Kecamatan Bandung Wetan, Kota Bandung, Provinsi Jawa Barat. Yayasan Pendidikan Kristen (YPK) Yahya berdiri di bawah naungan Gereja Kristen Indonesia (GKI) Taman Cibunut pada tahun 1962 dan SMAK Yahya dibuka pada awal tahun 1978. Gedung baru YPK Yahya dibangun pada tahun 1996 dan terdiri dari 4 lantai dengan 30 ruangan kelas untuk SLTP dan SMU. Gedung ini juga dilengkapi dengan laboratorium komputer, fisika, biologi, kimia, perpustakaan, koperasi, kantin, aula, lapangan upacara, dan olahraga.

Terdapat visi dan misi dari Sekolah Menengah Atas Kristen Yahya, yaitu sebagai berikut.

Visi:

- Bermutu
- Berilmu
- Berkarakter Kristiani

Misi:

- Pendidikan yang utuh
- Menjadi Saksi Kristus
- Pengabdian



Gambar 1. Struktur Organisasi SMAK Yahya Bandung

Gambar 1 menunjukkan struktur organisasi SMAK Yahya. Terdapat pengurus Yayasan, kepala sekolah, wakil kepala sekolah, beberapa koordinator sesuai dengan bidangnya masing-masing, dan juga wali kelas serta guru mata pelajaran.

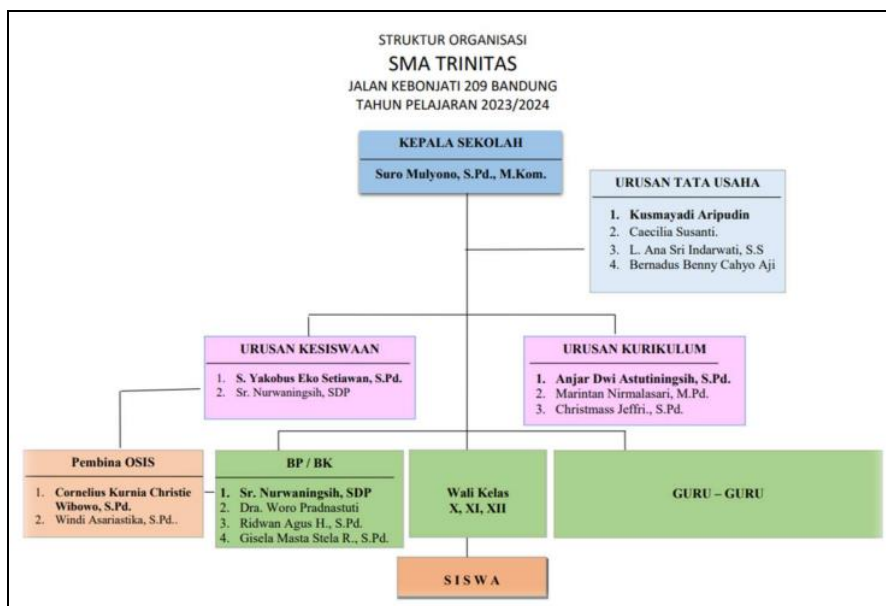
### B. SMA Trinitas Bandung

Sekolah Menengah Atas Trinitas Bandung [3] merupakan sebuah sekolah swasta yang didirikan pada tanggal 1 Agustus 1963 oleh Tarekat Suster Penyelenggaraan Ilahi dan berlokasi di Jalan Kebon Jati No. 209, Ciroyom, Kecamatan Andir, Kota Bandung, Jawa Barat. Pada awalnya kegiatan belajar diadakan di Blokhut Gereja St. Mikael dan akhirnya dibangunlah Gedung SMA Trinitas yang diresmikan pada tanggal 9 Agustus 1964 dan kemudian diperluas pada tanggal 1 Maret 1979. SMA Trinitas memiliki fasilitas yang lengkap dengan adanya ruang kelas, laboratorium, lapangan olahraga, dan perpustakaan. Adapun visi dan misi dari Sekolah Menengah Atas Trinitas adalah sebagai berikut.

Visi: “Lembaga Pendidikan yang mengembangkan potensi peserta didik berlandaskan ciri khas PI sehingga peserta didik mampu menghadapi tantangan hidup dan menjadi pelaku perubahan sosial.”

Misi:

- Mengembangkan profesionalitas para pelaku pendidikan yang dilandasi ciri khas PI.
- Mengembangkan sistem pendidikan yang tepat dan sesuai dengan perkembangan jaman.
- Mendampingi siswa secara holistik sehingga berkembang menjadi pribadi berciri khas PI dan berwawasan Internasional.



Gambar 2. Struktur Organisasi SMA Trinitas Bandung

Gambar 2 menunjukkan struktur organisasi SMA Trinitas Bandung. Terdapat kepala sekolah, urusan Tata Usaha, urusan kesiswaan, urusan kurikulum, pembina OSIS, guru BK, wali kelas, dan guru mata Pelajaran.

### III. LANDASAN TEORI

#### A. Pembelajaran

Pembelajaran merupakan upaya yang dilakukan oleh pengajar demi mencapai proses perolehan pengetahuan, penguasaan keterampilan, dan pembentukan sikap serta keyakinan pada peserta didik. Dapat juga dikatakan belajar merupakan suatu proses yang membantu siswa belajar lebih baik [4].

#### B. Metode Pembelajaran

Metode pembelajaran dapat didefinisikan sebagai suatu cara yang digunakan untuk melaksanakan rencana yang telah disiapkan dalam bentuk kegiatan nyata dan praktis untuk mencapai tujuan pembelajaran.

Terdapat beberapa metode pembelajaran, beberapa di antaranya yaitu ceramah, demonstrasi, diskusi, simulasi, laboratorium, pengalaman lapangan, brainstorming, debat, symposium, dsb [5].

#### C. Keefektifan Pembelajaran

Keefektifan pembelajaran merupakan suatu kesuksesan proses belajar yang ditandai dengan keinginan peserta didik untuk mempelajari hal yang diajarkan. Nilai yang diperoleh siswa sangat dipengaruhi oleh guru karena guru merupakan salah satu faktor yang memengaruhi keefektifan pembelajaran di samping faktor lainnya. Faktor-faktor lain yang dapat dijadikan tanda bahwa pembelajaran yang dilakukan bisa dikatakan efektif antara lain ditandai dengan siswa dapat memahami materi yang diajarkan, siswa bersikap positif terhadap guru dan teman-temannya, serta keaktifan siswa selama pembelajaran berlangsung [6].

#### D. Evaluasi Pembelajaran

Evaluasi pembelajaran merupakan bagian penting dalam proses belajar mengajar. Keberhasilan dalam kegiatan belajar dalam mencapai tujuan dapat diketahui setelah dilakukan evaluasi atau penilaian terhadap keluaran (hasil) yang didapatkannya. Jika hasil sesuai dengan tujuan, maka usaha pembelajaran dapat dianggap berhasil.

Evaluasi merupakan proses/kegiatan untuk menentukan kemajuan pendidikan terhadap tujuan yang telah diidentifikasi dan merupakan upaya mengumpulkan informasi dalam bentuk umpan balik (feedback) untuk meningkatkan pendidikan [7].

#### E. Asistensi Mengajar

Asistensi Mengajar atau juga disebut dengan Kampus Mengajar merupakan suatu saluran pembelajaran yang memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk belajar di luar kampus selama satu semester untuk mempertajam

kemampuannya dalam memecahkan permasalahan yang kompleks dengan bermitra bersama guru untuk berinovasi dalam pembelajaran, mengembangkan strategi, dan model pembelajaran yang kreatif, inovatif, dan menyenangkan [8].

#### F. Digital Marketing

*Digital Marketing* adalah suatu cara untuk mempromosikan produk/*brand* tertentu melalui sarana internet. Dapat dilakukan melalui iklan di internet maupun media sosial seperti *Facebook*, *YouTube*, dan lainnya. Dilakukan sebagai suatu upaya memasarkan suatu merek dengan penggunaan media *digital* [9].

#### G. Teori Digital Marketing

Terdapat beberapa teori dari *Digital Marketing*, yaitu [10]:

##### 1) Content Marketing (Pemasaran Konten)

*Content Marketing* merupakan suatu cara untuk mencapai hubungan dan mempertahankan pelanggan dengan konten-konten yang berdasar pada kepentingan pelanggan.

##### 2) Search Engine Marketing (Teknik Pemasaran Produk)

*Search Engine Marketing* merupakan suatu cara untuk menggali informasi produk melalui *search engine* atau mesin pencari dengan memasukkan kata kunci atau produk yang akan dibeli.

##### 3) Social Media Strategy (Strategi Sosial Media)

*Social Media Strategy* adalah suatu cara untuk memasarkan produk melalui media sosial seperti *blog*, *Facebook*, *Twitter*, dan lain-lain.

##### 4) Konsep Pull (Menarik)

Konsep ini menjelaskan bahwa konsumenlah yang aktif dalam pencarian informasi ataupun lainnya tentang produk yang ingin dibelinya.

##### 5) Konsep Push (Dorong)

Konsep ini mengemukakan bahwa komunikasi yang dilakukan oleh pemasar pada calon konsumennya dapat dilakukan melalui *email*, SMS, atau RSS.

#### H. Manfaat Digital Marketing

Ada beberapa manfaat yang dapat dirasakan melalui penggunaan *Digital Marketing*, yaitu [11]:

##### 1. Kecepatan penyebaran

Pemasaran yang dilakukan melalui media *digital* dapat berlangsung dengan sangat cepat. *Digital Marketing* juga dapat diukur secara *real-time* dengan tepat.

##### 2. Kemudahan evaluasi

Evaluasi dapat dilakukan dengan mudah karena hasilnya dapat langsung diketahui dengan penggunaan media *online*. Terdapat alat-alat yang dapat langsung mengetahui beberapa informasi penting seperti berapa kali produk dilihat, juga ada berapa persen konversi penjualan dari setiap iklan.

##### 3. Jangkauan yang luas

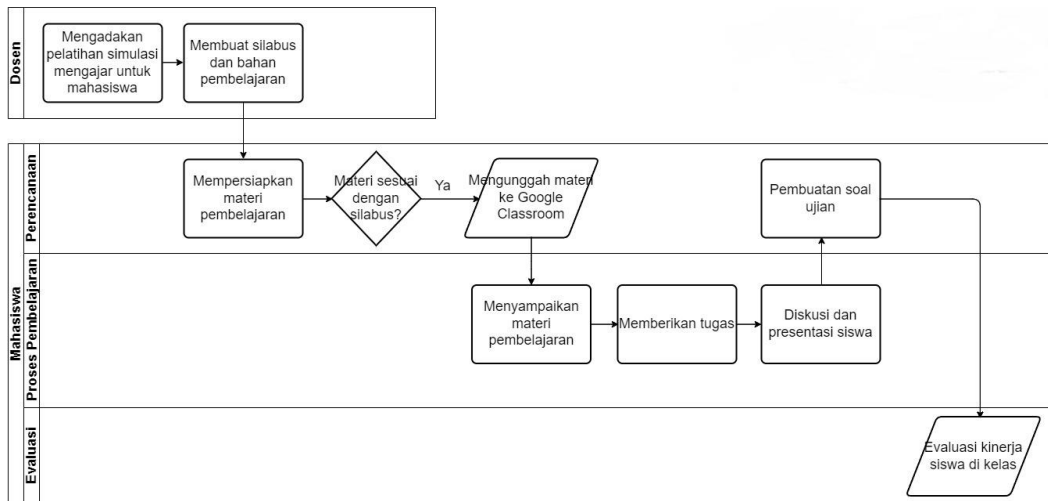
Dengan menggunakan *Digital Marketing*, jangkauan wilayah yang bisa dicapai dapat tersebar lebih luas sehingga memudahkan pemasaran produk ke seluruh dunia dengan memanfaatkan internet.

#### I. Google Classroom

Dalam pembelajaran yang berlangsung, digunakan *Google Classroom* sebagai salah satu media pembelajaran bagi para siswa. *Google Classroom* adalah suatu aplikasi yang memungkinkan terwujudnya ruang kelas di dunia maya. *Google Classroom* dapat menjadi sarana distribusi tugas, pengumpulan tugas, bahkan penilaian tugas yang diserahkan siswa [12].

## IV. TAHAPAN IMPLEMENTASI

Dalam tahapan implementasi, terdapat tahapan-tahapan yang dilakukan selama pelaksanaan kegiatan mulai dari awal hingga sebuah persoalan selesai atau hingga tujuan tercapai. Gambar 3 merupakan tahapan implementasi selama berlangsungnya kegiatan pembelajaran di Sekolah Menengah Atas Trinitas dan Yahya Bandung.



Gambar 3. Tahapan Implementasi Pembelajaran

Masing-masing tahapan implementasi yang dilakukan selama kegiatan pembelajaran berlangsung akan dipaparkan lebih lanjut di bawah ini.

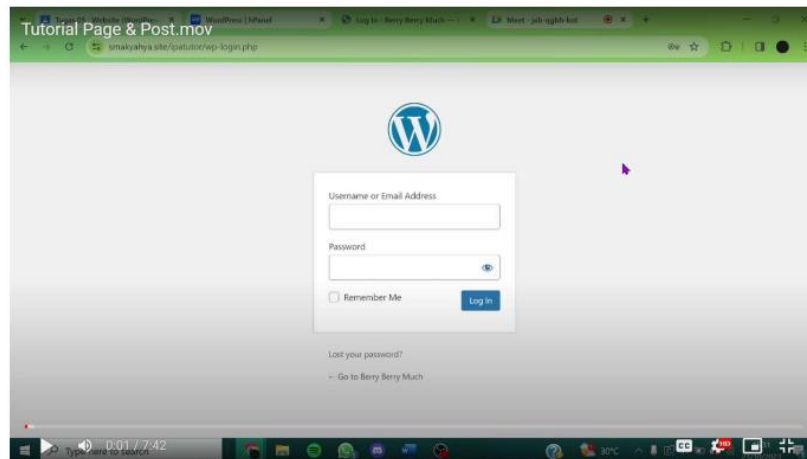
#### A. Mempersiapkan materi pembelajaran

Sebelum pembelajaran dimulai, materi yang akan diajarkan perlu dipersiapkan terlebih dahulu. Materi dibuat setiap minggunya dengan cara diskusi dan pembagian tugas bersama rekan pengajar, disesuaikan dengan silabus pembelajaran. Gambar 4 menunjukkan silabus awal pembelajaran Digital Marketing.

Silabus MatPel Prakarya dan Kewirausahaan	
Pertemuan	Bahan Ajar
Pertemuan 1	Pengenalan Digital Marketing
Pertemuan 2	Konsep AIDA + konten marketing
Pertemuan 3	Pemahaman Dropshipper
Pertemuan 4	Evaluasi Dropshipper
Pertemuan 5	Bagaimana membuat website? Pengenalan domain, hosting, dan fitur Wordpress
Pertemuan 6	Membuat desain website, membuat blog + Canva
Pertemuan 7	Mengenal tools analytics dari website
Pertemuan	Bahan Ajar
Pertemuan 8	Web Analytics (Search Engine Optimization + meta description)
Pertemuan 9	Evaluasi pembuatan website
Pertemuan 10	Membuat konten sosial media: Instagram
Pertemuan 11	Membuat konten Tiktok
Pertemuan 12	Membuat video dan upload di Youtube
Pertemuan 13	Evaluasi iklan pada sosmed yang sudah dibuat
Pertemuan 14	Presentasi kelompok desain website + Instagram + Tiktok + Youtube

Gambar 4. Silabus Awal Pembelajaran

Materi pembelajaran dibuat dalam bentuk *slide PowerPoint* dan juga terdapat video pembelajaran singkat mengenai materi yang dirasa sulit bagi siswa, yaitu *WordPress*. Gambar 5 menunjukkan video pembelajaran yang telah dibuat.



Gambar 5. Video *Tutorial WordPress*

Gambar 6 menunjukkan hasil *slide PowerPoint* yang dibuat penulis untuk pertemuan pertama kelas *Digital Marketing* mengenai *Pengenalan Digital Marketing*.



Gambar 6. *Slide PowerPoint* Pertemuan 1 Mengenai *Pengenalan Digital Marketing*

#### B. Mengunggah materi ke *Google Classroom*

Selama pembelajaran berlangsung, media utama yang digunakan untuk berkomunikasi dengan siswa yaitu melalui *Google Classroom*. Terdapat 2 buah kelas di *Google Classroom* yang dibuat, 1 khusus untuk SMAK Yahya dan 1 lagi untuk SMA Trinitas.

#### C. Menyampaikan materi pembelajaran di kelas

Setiap minggunya, penulis bersama seorang rekan perlu melakukan pembelajaran di kelas. Penulis mengajar di SMA Trinitas setiap hari Senin dan SMAK Yahya setiap hari Jumat. Pembelajaran berlangsung dengan mempresentasikan materi yang telah dipersiapkan sebelumnya di depan kelas dan juga memastikan siswa mengerti juga menjawab pertanyaan yang diajukan bila ada. Jika terdapat materi praktikum yang mengharuskan siswa mengikuti langkah langkah pengerjaannya, penulis akan menunggu hingga para siswa selesai mengikuti setiap tahapannya dengan berkeliling kelas dan menanyakan apakah ada kesulitan yang dialami, baru melanjutkan ke langkah selanjutnya.

#### D. Kegiatan diskusi dan presentasi siswa

Terkadang ada tugas yang diberikan pada para siswa. Jika materi pembelajaran sudah selesai disampaikan dan masih ada waktu yang tersisa, siswa akan diberi waktu untuk mengerjakan tugasnya di kelas. Hal ini dilakukan agar siswa dapat lebih

mudah berdiskusi dengan teman sekelompoknya mengenai tugas yang akan dikerjakan, dan juga dapat bertanya langsung pada pengajar di kelas apabila ada yang tidak dimengerti.

Selain diskusi, siswa pun melakukan beberapa kali presentasi untuk menunjukkan hasil pekerjaan mereka. Presentasi dilakukan secara berkelompok dan siswa akan menyampaikan tugas yang telah mereka buat di depan kelas.

### E. Pembuatan soal ujian

Selama 4 bulan mengikuti kegiatan MBKM Asistensi Mengajar, terdapat 2 kali ujian yang diikuti oleh siswa, yaitu Penilaian Tengah Semester (PTS) dan Penilaian Akhir Semester (PAS). Oleh karena itu, penulis beserta rekan-rekan yang mengajar kelas Digital Marketing diberikan tanggung jawab untuk membuat soal PTS dan PAS bagi para siswa. Gambar 7 dan 8 menampilkan soal PTS dan PAS yang dibuat beserta pembagian tugas antar rekan mahasiswa yang ikut serta dalam kegiatan Asistensi Mengajar.

Materi	Judul	Jumlah Soal
01	AIDA + Konten Marketing	<ul style="list-style-type: none"> <li>3 mudah ⇒ Grace (1-3) (Done)</li> <li>5 menengah ⇒ Nisa (4-8) (Done)</li> <li>2 sulit ⇒ Ruslan (9-10) (Done)</li> </ul>
02	Dropship	<ul style="list-style-type: none"> <li>3 mudah ⇒ Enrico (11-13) (Done)</li> <li>5 menengah ⇒ Kathleen (14-18) (Done)</li> <li>2 sulit ⇒ Grace (19-20) (Done)</li> </ul>
03	Wordpress	<ul style="list-style-type: none"> <li>3 mudah ⇒ Nisa (21-23) (Done)</li> <li>5 menengah ⇒ Ruslan (24-28)</li> <li>2 sulit ⇒ Enrico (29-30) (Done)</li> </ul>
04	Esai	<ul style="list-style-type: none"> <li>AIDA ⇒ Kathleen (31) (Done)</li> <li>Website ⇒ Grace (32) (Done)</li> <li>Dropship ⇒ Enrico (33) (Done)</li> </ul>

- Urutan keempat tahapan pada model AIDA :
  - Action, Interest, Desire, Awareness
  - Awareness, Interaction, Desire, Action
  - Awareness, Interest, Desire, Action**
  - Amazed, Interest, Desire, Active
  - Amazed, Interest, Doing, Action
- Angka persentase kunjungan ke single-page yang tidak diikuti oleh tindakan selanjutnya disebut ...
  - Analytics Rate
  - Bounce Rate**
  - Conversion Rate
  - Define Rate
  - Engagement Rate

Gambar 7. Soal Penilaian Tengah Semester

Nomor	Materi	Keterangan
1-4	Pengenalan DM	<ul style="list-style-type: none"> <li>2 dari UTS (1-2) ⇒ (Done)</li> <li>1 mudah + 1 sulit (3-4) ⇒ Enrico (Done)</li> </ul>
5-8	AIDA + Konten Marketing	<ul style="list-style-type: none"> <li>2 dari UTS (5-6) ⇒ (Done)</li> <li>1 mudah + 1 sulit (7-8) ⇒ Kathleen (Done)</li> </ul>
9-12	Dropship	<ul style="list-style-type: none"> <li>2 dari UTS (9-10) ⇒ (Done)</li> <li>1 mudah + 1 sulit (11-12) ⇒ Nisa (Done)</li> </ul>
13-16	Website	<ul style="list-style-type: none"> <li>2 dari UTS (13-14) ⇒ (Done)</li> <li>1 mudah + 1 sulit (15-16) ⇒ Sharly (Done)</li> </ul>
17-22	SEO + Analytics	<ul style="list-style-type: none"> <li>2 mudah (17-18) ⇒ Enrico (Done)</li> <li>3 menengah (19-21) ⇒ Ruslan (Done)</li> <li>1 sulit (22) ⇒ Kathleen (Done)</li> </ul>
23-28	Instagram	<ul style="list-style-type: none"> <li>2 mudah (23-24) ⇒ Kathleen (Done)</li> <li>3 menengah (25-27) ⇒ Grace (Done)</li> <li>1 sulit (28) ⇒ Ruslan (Done)</li> </ul>
29-34	TikTok	<ul style="list-style-type: none"> <li>2 mudah (29-30) ⇒ Ruslan (Done)</li> <li>3 menengah (31-33) ⇒ Enrico (Done)</li> <li>1 sulit (34) ⇒ Sharly (Done)</li> </ul>
35-40	YouTube	<ul style="list-style-type: none"> <li>2 mudah (35-36) ⇒ Grace (Done)</li> <li>3 menengah (37-39) ⇒ Nisa (Done)</li> <li>1 sulit (40) ⇒ Ruslan (Done)</li> </ul>
41-45	Tipe Soal Esai	<ul style="list-style-type: none"> <li>41 : Pengenalan DM ⇒ Nisa (Done)</li> <li>42 : AIDA / Konten Marketing ⇒ Sharly (Done)</li> <li>43 : SEO / Analytics ⇒ Grace (Done)</li> <li>44 : Instagram ⇒ Sharly (Done)</li> <li>45 : TikTok / YouTube ⇒ Kathleen (Done)</li> </ul>

- Berikut ini merupakan contoh dari Digital Marketing, kecuali ...
  - Media sosial
  - Email
  - Televisi**
  - Media...

Gambar 8. Soal Penilaian Akhir Semester

### F. Evaluasi kinerja siswa di kelas

Evaluasi siswa dilakukan dengan memberikan penilaian atas hasil pengerjaan tugas, presentasi, sikap, maupun kehadiran siswa di kelas. Gambar 9 menunjukkan nilai PTS dan juga PAS siswa SMA Trinitas.

NO.	NAMA SISWA	PTS	PAS
1	Angelina Marsciano Novi Arjanti	81,2	88
2	Bernadette Sekar Ayu Karmelita	74,8	84,4
3	Bianca Florence Anggawinata	86,8	94
4	Darren Christiano Kusjadi	84,8	92,8
5	Elvin Andreas	72,4	74,4
6	Fabian Marvel	80	91,6
7	Felicia Aurellya	85,2	87,6
8	Jason Christian	76	80,8
9	Javier Leander Wijaya	74,8	85,6
10	Jesica	86,4	91,6
11	Joanne Sharen	87,2	88
12	Justine Feriana Lianto	78,8	81,2
13	Ken Owen	76	74,8
14	Maria Aurellia Fernanda	67,2	71,6
15	Melvin Valentius Hermawan	72,4	79,6
16	Mikael Clark Hadinata	77,6	86,4
17	Nikolaus Hans Kusuma	45,2	79,2
18	Ray Kurniawan	67,6	77,2
19	Richie Wardojosaputro	73,2	80,8
20	Samuel Budiman	73,2	78,4
21	Sarah Fionna Lietan	74	83,2
22	Steven Immanuel Setiawan	80,4	90,4
23	Tamara Etania Joyce Ng	79,2	86,8
24	Tan, Rickson Giordano Tanubrata	76,8	84,4
	<b>Rata-Rata</b>	<b>76.5</b>	<b>90</b>

Gambar 9. Nilai PTS dan PAS Siswa SMA Trinitas

Gambar 10 menunjukkan nilai PTS dan juga PAS siswa SMAK Yahya, dengan versi perbandingan nilai pilihan ganda dengan esai 60:40 dan 70:30.

NO.	No Induk	NAMA SISWA	UTS		UAS	
			60:40	70:30	60:40	70:30
1	222310002	Antonio Hagai Gunanta Sembiring	88.4	88.8	90.9	92.05
2	222310003	Candy Kezia Debora	82.5	79.75	83.5	85.75
3	222310007	Fidela Angelbertha Cheryl Denyh	81.1	79.95	96.6	97.2
4	222310010	Hendrik	70	74.13	92.9	94.05
5	222310014	Jesica Cellin Ireyna	82.4	80.55	88.83	90.25
6	222310016	Kanya Halim	89	87.75	93.33	94
7	222310017	Keanu Raphael Limandiputera	80	79.75	78.03	78.65
8	222310019	Manurung, Mishkan Jubilee H Uli T C A	77.3	75.35	74.73	77.3
9	222310020	Matthew Alexander Harlow	89	87.75	78.93	79.7
10	222310021	Moses Jelani	77	75.5	88.87	89.9
11	222310022	Panjaitan, Michael Edward Nathanael	88.5	87.5	86.43	88.45
12	222310025	Raphael Edward Peter Vallisto	87.3	86.85	83.23	86.05
13	222310027	Stanley Emmanuel	84.8	84.1	80.1	83.45
14	222310029	Vincent Vann Royce Lee	66	70.5	83.43	84.95
		<b>Rata-Rata</b>	<b>81.67</b>	<b>81.31</b>	<b>85.71</b>	<b>87.27</b>

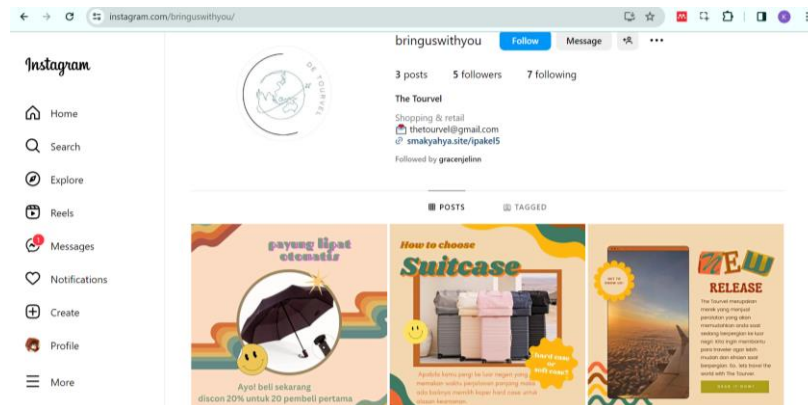
Gambar 10. Nilai PTS dan PAS Siswa SMAK Yahya

Terdapat juga beberapa produk yang dihasilkan oleh siswa melalui kegiatan Asistensi Mengajar ini. Beberapa di antaranya merupakan hasil tugas yang dikerjakan secara berkelompok oleh para siswa. Pembelajaran *Digital Marketing* ini dilakukan dengan harapan para siswa dapat lebih memahami konsep pemasaran secara *online* dan siswa perlu mencoba melakukan pengembangan bisnis untuk produk yang mereka tawarkan secara *online*. Gambar 11 dan 12 merupakan contoh hasil tugas yang dibuat oleh siswa.





Gambar 11. Poster Brand yang Akan Dipasarkan



Gambar 12. Akun Instagram Salah Satu Brand Siswa

Untuk mengukur manfaat kegiatan Asistensi Mengajar terhadap pembelajaran *Digital Marketing* di kelas, penulis mengedarkan suatu kuesioner dengan upaya mengukur keberhasilan tujuan awal berdasarkan data yang terkumpul.

Pengumpulan data dilakukan mulai pertengahan November hingga pertengahan Desember 2023. Terdapat total 62 responden, namun ada 15 buah *outlier* dari data yang didapatkan. *Outlier* terjadi karena terdapat beberapa responden menjawab tidak sesuai dengan pengalaman yang mereka rasakan, ditandai dengan pengisian kuesioner yang kurang meyakinkan dan jawaban yang semuanya serupa. Oleh karena itu, keseluruhan data yang didapat menjadi sebanyak 47 buah. Kemudian data yang terkumpul diolah dan dianalisis sebagai berikut.

#### A. Profil peserta

Pada sub bab ini akan membahas mengenai profil peserta dari total 47 responden yang mengisi kuesioner penelitian. Berdasarkan tabel 1, mayoritas responden berasal dari SMA Trinitas (79%) dan diikuti oleh SMAK Yahya (21%).

TABEL I  
ASAL SEKOLAH RESPONDEN

Asal Sekolah	Frekuensi	%
SMA Trinitas	37	79%
SMAK Yahya	10	21%
<b>Total</b>	<b>47</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan data pada tabel 2, menunjukkan bahwa tidak ada responden yang berasal dari kelas X. Mayoritas responden berasal dari kelas XII (79%) lalu diikuti dengan kelas XI (10%).

TABEL II  
KELAS RESPONDEN

Kelas	Frekuensi	%
X	0	0%
XI	10	21%
XII	37	79%
<b>Total</b>	<b>47</b>	<b>100%</b>

Melalui data hasil pengelompokan berdasarkan jurusan, dalam tabel 3 didapati bahwa mayoritas responden berasal dari jurusan IPA (89%).

TABEL III  
JURUSAN RESPONDEN

Jurusan	Frekuensi	%
IPA	43	91%
IPS	4	9%
<b>Total</b>	<b>47</b>	<b>100%</b>

#### B. Tingkat keefektifan dalam pemahaman pembelajaran

Di bawah ini akan dipaparkan hasil persentase dari data yang didapatkan melalui responden pengisi kuesioner menurut tingkat keefektifan dalam pemahaman akan pembelajaran yang berlangsung di kelas.

TABEL IV  
TINGKAT KEEFEKTIFAN DALAM PEMAHAMAN PEMBELAJARAN

No.	Pertanyaan	Sangat Tidak Setuju		Tidak Setuju		Netral		Setuju		Sangat Setuju	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Pembelajaran <i>Digital Marketing</i> menambah wawasan saya tentang strategi pemasaran <i>digital</i>	0	0%	1	2.1%	6	12.8%	17	36.2%	23	48.9%
2	Saya berminat mempelajari materi yang diajarkan di kelas mengenai <i>Digital Marketing</i>	0	0%	1	2.1%	14	29.8%	21	44.7%	11	23.4%
3	Saya dapat memahami materi yang diajarkan di kelas	0	0%	0	0%	10	21.3%	24	51.1%	13	27.7%
4	Saya dapat mengerjakan tugas secara berkelompok	0	0%	1	2.1%	7	14.9%	21	44.7%	18	38.3%

No.	Pertanyaan	Sangat Tidak Setuju		Tidak Setuju		Netral		Setuju		Sangat Setuju	
	dengan baik										
5	Saya aktif menjawab pertanyaan yang diajukan di kelas	4	8.5%	4	8.5%	25	53.2%	8	17%	6	12.8%
6	Pengajar memberikan dukungan dan bimbingan yang cukup selama pembelajaran berlangsung	0	0%	0	0%	6	12.8%	25	53.2%	16	34%
7	Saya merasa terbuka untuk berdiskusi dan bertanya kepada pengajar mengenai materi pembelajaran <i>Digital Marketing</i>	0	0%	0	0%	8	17%	20	42.6%	19	40.4%
8	Pengajar menginspirasi minat saya dalam memahami lebih lanjut tentang <i>Digital Marketing</i>	0	0%	2	4.3%	14	29.8%	21	44.7%	10	21.3%

Tabel 4 menunjukkan persentase dan frekuensi dari faktor yang memengaruhi tingkat keefektifan dalam pemahaman akan pembelajaran, diukur dengan skala *Likert*.

Suatu pembelajaran yang dikatakan efektif ditandai dengan bertambahnya wawasan siswa, keinginan siswa mempelajari hal yang diajarkan, siswa paham terhadap materi yang diajarkan, terdapat sikap positif siswa terhadap teman-teman dan gurunya, serta siswa aktif saat pembelajaran berlangsung [6].

Pada pertanyaan pertama, mayoritas responden menunjukkan bahwa mereka sangat setuju (48.9%) jika pembelajaran *Digital Marketing* menambah wawasan mereka. Responden lainnya merasa tidak setuju (2.1%), netral (12.8%), dan setuju (36.2%). Terdapat responden yang menjawab tidak setuju, dapat dikarenakan responden tersebut masih kurang memahami materi yang diajarkan di kelas atau wawasan responden tersebut mengenai *Digital Marketing* sudah dirasa luas sehingga apa yang diajarkan di kelas sudah dapat dipahami. Untuk solusinya, mungkin materi *Digital Marketing* yang diberikan pada siswa perlu disesuaikan lagi dengan kemampuan para siswa yang diajar.

Pada pertanyaan kedua, mayoritas responden menunjukkan mereka setuju (44.7%) jika mereka berminat mempelajari hal yang diajarkan. Responden lainnya merasa tidak setuju (2.1%), netral (29.8%), dan sangat setuju (23.4%). Terdapat responden yang menjawab tidak setuju, dapat dikarenakan mereka memang tidak memiliki kegemaran dalam mempelajari cara menjalankan bisnis secara *online*, atau pembelajaran di kelas bisa saja dirasa membosankan. Untuk kedepannya, mungkin cara belajar di kelas harus dibuat lebih variatif lagi dengan pembuatan materi yang kreatif dan menarik agar siswa lebih berminat mempelajari setiap bahan pembelajarannya.

Pada pertanyaan ketiga, mayoritas responden menunjukkan mereka setuju (51.1%) bahwa mereka dapat memahami materi yang diajarkan. Responden lainnya merasa netral (21.3%) dan sangat setuju (27.7%). Mayoritas responden berpendapat setuju dapat dikarenakan pembelajaran sudah menggunakan metode yang baik dan mudah untuk dipahami.

Pada pertanyaan keempat, mayoritas responden menunjukkan bahwa mereka setuju (44.7%) dalam mendapat kesan positif terhadap teman-temannya melalui pengerjaan tugas kelompok yang berjalan baik. Responden lainnya merasa tidak setuju (2.1%), netral (14.9%), dan sangat setuju (38.3%). Terdapat responden yang menjawab tidak setuju, dapat dikarenakan tugas secara berkelompok dirasa merepotkan dan anggota kelompok tidak dapat saling bekerja sama dengan baik. Untuk kedepannya mungkin perlu ditanyakan mengenai kemajuan tugas kelompok pada siswa setiap minggunya dan apakah ada kesulitan agar kerja kelompok dapat berjalan lebih lancar. Selain itu mungkin pemilihan kelompok dapat dibebaskan pada siswa agar mereka dapat memilih anggota yang memang mudah diajak bekerja sama dengan mereka.

Pada pertanyaan kelima, mayoritas responden menunjukkan bahwa mereka netral (53.2%) mengenai keaktifan menjawab pertanyaan di kelas. Responden lainnya merasa sangat tidak setuju (8.5%), tidak setuju (8.5%), setuju (17%), dan sangat setuju (12.8%). Terdapat beberapa faktor yang dapat mengakibatkan mayoritas responden berpendapat netral akan keaktifan di kelas, di antaranya yaitu interaksi antara siswa dengan pengajar yang kurang, kurangnya pertanyaan yang diberikan siswa di kelas sehingga tidak mengharuskan siswa bertindak aktif, dan juga beberapa siswa masih merasa malu dan kurang nyaman harus menjawab pertanyaan, terlebih apabila tidak dipanggil namanya. Begitu pula dengan respon sangat tidak setuju dan tidak setuju. Banyak siswa masih merasa tidak wajib untuk menjawab pertanyaan. Untuk itu pengajar kedepannya perlu lebih memerhatikan kesulitan yang dialami siswa, dan juga selama kegiatan praktikum mungkin perlu berkeliling kelas agar dapat melihat langsung pekerjaan siswa dan pengajar harus lebih aktif menanyakan keadaan para siswa.

Pada pertanyaan keenam, mayoritas responden menunjukkan bahwa mereka setuju (53.2%) jika pengajar cukup memberikan dukungan dan bimbingan selama pembelajaran. Responden lainnya merasa netral (12.8%) dan sangat setuju (34%). Mayoritas responden berpendapat setuju dan sangat setuju, menunjukkan bahwa pengajar di kelas dapat mengakomodasi kegiatan pembelajaran dengan baik dan siswa dapat mengikuti pembelajaran dengan lancar.

Pada pertanyaan ketujuh, mayoritas responden menunjukkan bahwa mereka setuju (42.6%) dalam mendapat kesan positif terhadap pengajar dengan merasa terbuka untuk berdiskusi dan bertanya mengenai materi pembelajaran. Responden lainnya merasa netral (17%) dan sangat setuju (40.4%). Mayoritas responden berpendapat setuju, diikuti dengan sangat setuju, yang berarti mereka tidak merasa segan untuk bertanya pada pengajar dan pengajar dapat memberi jawaban atas pertanyaan yang ditanyakan siswa.

Pada pertanyaan kedelapan, mayoritas responden menunjukkan bahwa mereka setuju (44.7%) jika pengajar telah menginspirasi minat mereka untuk memahami *Digital Marketing* lebih lanjut. Responden lainnya merasa tidak setuju (4.3%), netral (29.8%) dan sangat setuju (21.3%). Terdapat beberapa responden yang berpendapat tidak setuju, yang berarti mereka kurang memiliki minat untuk mempelajari *Digital Marketing* lebih lanjut lagi. Hal ini dapat diakibatkan beberapa materi yang dirasa sulit bagi siswa sehingga mereka malas untuk menggali lebih dalam lagi. Oleh karena itu untuk kedepannya mungkin materi yang dirasa sulit dapat lebih diperhatikan oleh pengajar dan praktikumnya dilakukan bersama seluruh siswa di kelas perlahan langkah demi langkah. Juga dapat diberitahu pada siswa keunggulan lebih lanjut dalam mempelajari materi yang diajarkan agar siswa lebih tertarik mengenai *Digital Marketing*.

### C. Manfaat pembelajaran

Di bawah ini akan dipaparkan hasil persentase dari data yang didapatkan melalui responden pengisi kuesioner menurut manfaat pembelajaran yang dirasakan siswa selama pembelajaran berlangsung.

TABEL V  
MANFAAT PEMBELAJARAN

No.	Pertanyaan	Sangat Tidak Setuju		Tidak Setuju		Netral		Setuju		Sangat Setuju	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Pembelajaran <i>Digital Marketing</i> memberi manfaat bagi pengembangan pemahaman saya akan pentingnya pemasaran <i>online</i> di era <i>digital</i>	0	0%	0	0%	5	10.6%	23	48.9%	19	40.4%
2	Pembelajaran <i>Digital Marketing</i> membuat saya mengerti cara mempromosikan produk/ <i>brand</i> saya melalui	0	0%	0	0%	6	12.8%	19	40.4%	22	46.8%

No.	Pertanyaan	Sangat Tidak Setuju		Tidak Setuju		Netral		Setuju		Sangat Setuju	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
3	internet Saya merasa materi pembelajaran <i>Digital Marketing</i> relevan dan dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari	0	0%	0	0%	6	12.8%	23	48.9%	18	38.3%
4	Saya merasa konsep pembelajaran <i>Digital Marketing</i> relevan dan dapat diterapkan dalam karier di masa depan	0	0%	0	0%	6	12.8%	17	36.2%	24	51.1%

Tabel 5 menunjukkan persentase dan frekuensi dari beberapa manfaat yang dapat dirasakan responden didapat melalui pembelajaran *Digital Marketing*, diukur dengan skala *Likert*.

Pada pertanyaan pertama, mayoritas responden menunjukkan bahwa mereka setuju (48.9%) jika pembelajaran *Digital Marketing* mengembangkan pemahaman mereka akan pentingnya pemasaran *online* di era *digital*. Responden lainnya merasa netral (10.6%), dan sangat setuju (40.4%). Mayoritas responden telah berpendapat setuju diikuti dengan sangat setuju, yang berarti mereka telah memahami manfaat yang bisa didapatkan dengan mempelajari *Digital Marketing*.

Pada pertanyaan kedua, mayoritas responden menunjukkan mereka sangat setuju (46.8%) jika pembelajaran *Digital Marketing* membuat mereka mengerti cara mempromosikan produk melalui internet. Responden lainnya merasa netral (12.8%) dan setuju (40.4%). Mayoritas responden berpendapat sangat setuju diikuti dengan setuju, yang berarti mereka mendapat manfaat nyata dari mengikuti pembelajaran ini. Pemahaman mereka akan tata cara mempromosikan produk/*brand* yang dimiliki melalui sarana internet bertambah melalui pembelajaran baik teori maupun praktikum di kelas.

Pada pertanyaan ketiga, mayoritas responden menunjukkan mereka setuju (48.9%) bahwa materi pembelajaran relevan dan bermanfaat bila diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Responden lainnya merasa netral (12.8%) dan sangat setuju (38.3%). Mayoritas responden berpendapat setuju diikuti dengan sangat setuju, yang berarti pembelajaran di kelas sudah relevan dengan kehidupan mereka sehari-hari. Berbagai *platform* untuk mempromosikan produk/*brand* sudah dapat diakses dengan mudah yang memberi siswa kesempatan memasarkan produk/*brand* mereka secara praktis.

Pada pertanyaan keempat, mayoritas responden menunjukkan mereka sangat setuju (51.1%) bahwa materi pembelajaran relevan dan bermanfaat bila diterapkan dalam karier di masa depan. Responden lainnya merasa netral (12.8%) dan setuju (36.2%). Mayoritas responden berpendapat sangat setuju diikuti dengan setuju, yang berarti mereka merasa bahwa pembelajaran ini dapat menjadi salah satu kemampuan yang bermanfaat bagi salah satu pilihan karier mereka di masa depan.

#### D. Metode pembelajaran

Di bawah ini akan dipaparkan hasil persentase dari data yang didapatkan melalui responden pengisi kuesioner menurut metode pembelajaran yang telah diterapkan di kelas.

TABEL VI  
METODE PEMBELAJARAN

No.	Pertanyaan	Sangat Tidak Setuju		Tidak Setuju		Netral		Setuju		Sangat Setuju	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Metode pembelajaran dengan presentasi materi	0	0%	1	2.1%	4	8.5%	24	51.1%	18	38.3%

No.	Pertanyaan	Sangat Tidak Setuju		Tidak Setuju		Netral		Setuju		Sangat Setuju	
	di kelas memudahkan saya mengerti apa yang diajarkan										
2	Penggunaan <i>Google Classroom</i> memudahkan saya mengakses materi	0	0%	0	0%	6	12.8%	15	31.9%	26	55.3%
3	Penggunaan <i>Google Classroom</i> memudahkan saya mengumpulkan tugas	0	0%	0	0%	5	10.6%	14	29.8%	28	59.6%

Tabel 6 menunjukkan persentase dan frekuensi dari keefektifan metode pembelajaran, diukur dengan skala *Likert*.

Pada pertanyaan pertama, mayoritas responden menunjukkan bahwa mereka setuju (51.1%) jika metode presentasi materi dapat memudahkan mereka mengerti apa yang diajarkan. Responden lainnya merasa tidak setuju (2.1%), netral (8.5%), dan sangat setuju (38.3%). Terdapat beberapa responden yang berpendapat tidak setuju. Hal ini dapat dikarenakan metode pembelajaran yang mungkin belum sesuai dengan mereka. Mungkin metode presentasi di kelas terasa membosankan, dan tidak semua siswa memiliki gaya belajar yang sama. Untuk itu, ke depannya mungkin metode pembelajaran dapat direncanakan lebih baik lagi sebelum pembelajaran dimulai, agar pembelajaran dapat berlangsung lebih menyenangkan. Mungkin dapat menyertakan lebih banyak video dan pertanyaan di kelas.

Pada pertanyaan kedua, mayoritas responden menunjukkan mereka sangat setuju (55.3%) jika *Google Classroom* mempermudah dalam mengakses materi. Responden lainnya merasa netral (12.8%) dan setuju (31.9%). Mayoritas responden berpendapat sangat setuju diikuti dengan setuju, yang berarti kebanyakan dari siswa sudah terbiasa menggunakan *Google Classroom* dan memiliki akses yang mudah terhadap *platform* tersebut. Materi yang diunggah di *Google Classroom* dapat dibuka oleh siswa kapan saja dan berulang kali sehingga memungkinkan mereka mengulas kembali materi yang diajarkan.

Pada pertanyaan ketiga, mayoritas responden menunjukkan mereka sangat setuju (59.6%) jika *Google Classroom* mempermudah dalam mengumpulkan tugas. Responden lainnya merasa netral (10.6%) dan setuju (29.8%). Mayoritas responden berpendapat sangat setuju diikuti dengan setuju, yang berarti mereka tidak mengalami kesulitan dalam mengumpulkan tugas di *Google Classroom*. Ini juga berarti instruksi penugasan yang diletakkan dalam *Google Classroom* sudah jelas dan siswa dapat mengerti tugas apa yang perlu dikumpulkan dan kapan tenggat waktunya.

## V. KESIMPULAN

Melalui pengalaman mengikuti kegiatan MBKM Asistensi Mengajar ini, terdapat beberapa kesimpulan yang penulis dapatkan sebagai berikut.

1. Hasil belajar pada mata pelajaran *Digital Marketing* tergolong ke dalam kategori cukup baik, ditunjukkan melalui nilai rata-rata kelas yang mengikuti pembelajaran di SMA Trinitas dan SMAK Yahya yang melebihi kriteria kelulusan minimal (KKM). Hal ini membuktikan pemahaman yang didapat siswa mengenai mata pelajaran *Digital Marketing* telah berkembang dan wawasan mereka bertambah dengan baik.
2. Kegiatan Asistensi Mengajar dapat dikatakan menambah pemahaman siswa mengenai mata pelajaran *Digital Marketing*. Hal ini dapat dilihat melalui jawaban 47 orang responden (siswa Sekolah Menengah Atas) yang mayoritas berpendapat sangat setuju dan setuju akan keefektifan dalam pemahaman pembelajaran di kelas. Walau begitu, terdapat mayoritas responden yang menjawab netral dalam bagian keaktifan, yang berarti keaktifan siswa di kelas dapat lebih ditingkatkan lagi kedepannya.
3. Kegiatan Asistensi Mengajar dapat memberi manfaat yang signifikan terhadap kemampuan siswa menerapkan prinsip *Digital Marketing*, dibuktikan melalui jawaban responden yang berpendapat sangat setuju akan manfaat yang dapat dirasakan setelah mengikuti pembelajaran di kelas.

4. Metode pembelajaran yang digunakan, yaitu metode presentasi materi di kelas dan juga penggunaan *Google Classroom* sebagai alat penunjang pembelajaran sudah mendukung kegiatan belajar di kelas. Mayoritas responden berpendapat sangat setuju bila metode pembelajaran yang telah diterapkan membantu memudahkan kegiatan belajar.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] M. Bala and D. Verma, "A Critical Review of Digital Marketing Paper Type: - Review and Viewpoint," *Int. J. Manag. IT Eng.*, vol. 8, no. 10, pp. 321–339, 2018.
- [2] "Profil Sekolah Kristen Yahya - Sekolah Kristen Yahya." <https://sekolahyahya.sch.id/profil-sekolah-kristen-yahya/> (accessed Nov. 21, 2023).
- [3] "Sejarah – SMA Trinitas." <https://www.smatrinitas.sch.id/sejarah/> (accessed Nov. 21, 2023).
- [4] M. S. Hanafy, "Konsep Belajar Dan Pembelajaran," *Lentera Pendidik. J. Ilmu Tarb. dan Kegur.*, vol. 17, no. 1, pp. 66–79, 2014, doi: 10.24252/lp.2014v17n1a5.
- [5] M. Pembelajaran, "Pengertian Pendekatan, Strategi, Metode, Teknik, Taktik, dan Model Pembelajaran," *Pengertian pendekatan, Strategi, Metode, Teknik, Taktik dan Model Pembelajaran*, no. 1, 2003.
- [6] L. Tiurma and H. Retnawati, "KEEFEKTIFAN PEMBELAJARAN MULTIMEDIA MATERI DIMENSI TIGA DITINJAU DARI PRESTASI DAN MINAT BELAJAR MATEMATIKA DI SMA," *J. Kependidikan*, vol. 44, no. 2, pp. 175–187, 2014.
- [7] G. Supriadi, "Pengantar & Teknik Evaluasi Pembelajaran," *Intimedia Press. Malang*, no. Malang, pp. 1–185, 2011.
- [8] "Kampus Merdeka." <https://kampusmerdeka.kemdikbud.go.id/program/mengajar> (accessed Nov. 22, 2023).
- [9] A. Karim, M. B. K. Nasution, and S. Suryadi, "Pelatihan Digital Marketing dalam Meningkatkan Kompetensi Siswa SMK Negeri 1 Rantauprapat," *J. Soc. Responsib. Proj. by High. Educ. Forum*, vol. 3, no. 2, pp. 115–119, 2022, doi: 10.47065/jrespro.v3i2.2759.
- [10] B. I. Lucyantoro and M. R. Rachmansyah, "Penerapan Strategi Digital Marketing, Teori Antrian terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus di MyBCA Ciputra World Surabaya)," *J. Ilm. manajemen, Ekon. bisnis, kewirausahaan*, vol. 5, no. 1, pp. 38–57, 2017.
- [11] R. Strategi Pemasaran Melalui Digital Marketing Pada PT. VitapharmSetyowati, "Strategi Pemasaran Melalui Digital Marketing Pada PT. Vitapharm," *Mini Riset, Univ. Islam Indones.*, pp. 1–19, 2020, [Online]. Available: [https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/28279/17211058/Riza Setyowati.pdf?sequence=1](https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/28279/17211058/Riza%20Setyowati.pdf?sequence=1)
- [12] G. K. Putri and Y. A. S. Dewi, "View of Pengaruh Model Pembelajaran Jarak Jauh Berbasis Google Classroom." [https://www.jurnal.alhamidiyah.ac.id/index.php/al\\_fikrah/article/view/45/50](https://www.jurnal.alhamidiyah.ac.id/index.php/al_fikrah/article/view/45/50) (accessed Nov. 23, 2023).