BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di era Revolusi Industri 4.0 dan *Society* 5.0 telah membawa perubahan fundamental pada hampir seluruh aspek kehidupan manusia tidak terkecuali dalam dunia pendidikan (Sastya, 2022). Pendidikan merupakan aspek penting dalam pembangunan sumber daya manusia (SDM) yang berkualitas sehingga setiap lembaga pendidikan dituntut untuk tidak hanya memberikan layanan pembelajaran yang baik tetapi juga mampu mengintegrasikan kemajuan teknologi dalam proses pelayanannya.

Pelayanan yang terintegrasi dengan teknologi diharapkan dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas dalam pekerjaan sekaligus memperluas jangkauan informasi yang dapat diterima oleh masyarakat. Salah satu bentuk pemanfaatan teknologi dalam pendidikan ialah penggunaan media sosial sebagai sarana komunikasi, promosi dan *Citra sekolah*. Media sosial memungkinkan lembaga pendidikan untuk menyampaikan informasi secara cepat, interaktif dan dapat diakses oleh berbagai kalangan termasuk orang tua, calon peserta didik dan masyarakat secara luas.

UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

Media sosial ialah platform digital yang memungkinkan penggunanya untuk dapat membuat, berbagi dan berinteraksi dengan konten secara *online.* Konten ini bisa berupa teks, foto, video maupun audio yang secara sederhana bahwa media sosial dapat digunakan untuk bersosialisasi secara daring tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu (Hadi, 2021). Pemanfaatan media sosial dalam dunia pendidikan ini menjadi salah satu strategi yang saat ini banyak digunakan oleh lembaga pendidikan dalam meningkatkan eksistensi lembaga.

Sekolah dapat memanfaatkan platform ini untuk menampilkan kegiatan pembelajaran, prestasi siswa, program unggulan serta informasi

lain yang mencerminkan kualitas dan karakter sekolah. Dengan cara ini bahwa media sosial menjadi alat strategis untuk membangun citra positif sekolah di mata masyarakat.

Media sosial Facebook saat ini menjadi salah satu media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat global, bahwa jumlah pengguna Facebook di Indonesia sendiri terus mengalami peningkatan yang signifikan. Pada Oktober 2023 tercatat sekitar 198,3 Juta pengguna Facebook di Indonesia yang artinya setara dengan 70% dari total populasi nasional. Lebih lanjut pada Desember 2023 bahwa jumlah pengguna Facebook di Indonesia mencapai 168,4 Juta dengan mayoritas pengguna berusia 25 hingga 32 tahun. Apabila dilihat data secara global bahwa Facebook menunjukkan angka pengguna yang signifikan sejak Oktober 2023 sebanyak 3,03 Miliar pengguna aktif serta khusus di kawasan Asia Pasifik sebanyak 1,36 Miliar pengguna aktif bulanan (Kepios & PBB, 2023). Data ini menunjukkan bahwa Facebook masih menjadi salah satu media sosial dominan baik tingkat nasional maupun tingkat global sehingga posisinya tetap relevan untuk dimanfaatkan dalam berbagai sektor termasuk pendidikan.

Besarnya jumlah penggunaan tidak hanya menggambarkan luasnya jangkauan platform ini tetapi juga membuka peluang bagi lembaga pendidikan untuk menjadikan Facebook sebagai media promosi, komunikasi serta *Branding* institusi (Siminto & Perdana, 2023). Hal ini menjadi penting karena lembaga pendidikan dituntut tidak hanya menyelenggarakan layanan pembelajaran tetapi juga mampu membangun citra positif agar mendapatkan kepercayaan dari masyarakat. Terutama bagi lembaga pendidikan swasta keberadaan media sosial seperti Facebook menjadi sangat penting sebagai sarana promosi dan strategi pemasaran pendidikan.

Hal ini dikarenakan lembaga pendidikan swasta pada umumnya tidak memperoleh dukungan penuh dari pemerintah dalam hal pembiayaan maupun jaminan jumlah peserta didik, sehingga perlu melakukan berbagai

UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

upaya kreatif untuk menarik minat masyarakat. Dalam Permendikbudristek Nomor 47 Tahun 2023 mengatur standar pengelolaan sekolah termasuk angka maksimal siswa per rombel sesuai jenjang pendidikan bahwa untuk PAUD Usia 4-6 tahun maksimal sebanyak 15 siswa (Suaramerdeka, 2024). Artinya bahwa sekolah swasta yang menyelenggarakan layanan pendidikan anak usia dini tidak dapat menerima peserta didik secara berlebihan dalam satu kelas melainkan harus menyesuaikan dengan standar tersebut.

Bagi sekolah swasta kebijakan ini tentunya memiliki implikasi ganda, di satu sisi pembatasan jumlah siswa per rombel diharapkan dapat meningkatkan kualitas layanan pendidikan karena guru dapat lebih fokus dalam mendampingi peserta didik sesuai dengan karakteristik perkembangan anak usia dini, namun disisi lain kebijakan ini juga menimbulkan tantangan terutama bagi sekolah swasta yang keberlangsungan operasionalnya bergantung pada jumlah peserta didik. Dengan kapasitas rombel terbatas ini sekolah swasta perlu mengembangkan strategi yang lebih kreatif untuk menarik minat masyarakat sekaligus memastikan keberlanjutan lembaga.

Persaingan antar lembaga pendidikan swasta semakin ketat, khususnya di era digital saat ini dimana calon orang tua peserta didik cenderung mencari informasi melalui internet sebelum menentukan pilihan sekolah bagi anaknya. Oleh karena itu bahwa pengelolaan media sosial yang terarah dan konsisten dapat menjadi kunci dalam membangun citra positif, meningkatkan kepercayaan serta memperluas jangkauan publikasi sekolah. Sehingga dalam konteks ini strategi manajemen pemasaran pendidikan menjadi sangat penting.

Sekolah swasta tidak hanya harus bersaing dengan sekolah negeri dalam menarik calon peserta didik tetapi juga dituntut untuk membangun citra lembaga yang positif, kredibel dan unggul agar tetap menjadi pilihan masyarakat. Pemanfaatan media sosial, khususnya Facebook yang memiliki jangkauan pengguna luas, dapat menjadi instrumen efektif dalam

UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

mendukung strategi pemasaran tersebut (Putri et al., 2024). Dengan penyampaian informasi yang menarik, transparan, dan konsisten, sekolah swasta dapat memperkenalkan identitas serta keunggulannya kepada publik, sehingga mampu menjaga keberlangsungan lembaga meskipun jumlah siswa per rombel dibatasi oleh regulasi pemerintah. Disisi lain bahwa citra sekolah yang baik ini akan berpengaruh terhadap tingkat kepercayaan masyarakat, minat calon peserta didik serta loyalitas orang tua terhadap lembaga pendidikan tersebut.

RA Nurhayati Desa Asem Kabupaten Cirebon merupakan salah satu lembaga pendidikan anak usia dini yang menyadari pentingnya strategi komunikasi dan promosi melalui media sosial. Dengan memanfaatkan Facebook RA Nurhayati berupaya memperkenalkan program-program unggulan yang dimilikinya. Program ini terdiri dari dua program unggulan yaitu program unggulan lokal dan program unggulan global.

Tabel 1. 1 Program Unggulan RA Nurhayati

Kelompok Belajar	Program Unggulan Lokal	Program Unggulan Global
A dan B	a. Unggulan Al-Quran Mengaji Yanbua (Jilid Pemula Jilid 1) b. Tahfidz c. Hafalan Surat Pendek (Surah Al-kautsar sampai dengan Ad-duha) d. Aritmatika	a. Cooking Class b. Mewarnai (Teknik Gradasi)

UNIVERSITAS SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

Selain itu, RA Nurhayati juga didukung oleh tenaga pendidik yang memiliki kualifikasi akademik yang memadai di bidang pendidikan anak usia dini serta pengalaman mengajar yang cukup. Kompetensi guru tersebut menjadi salah satu faktor penting dalam menunjang proses pembelajaran yang berkualitas di lingkungan sekolah.

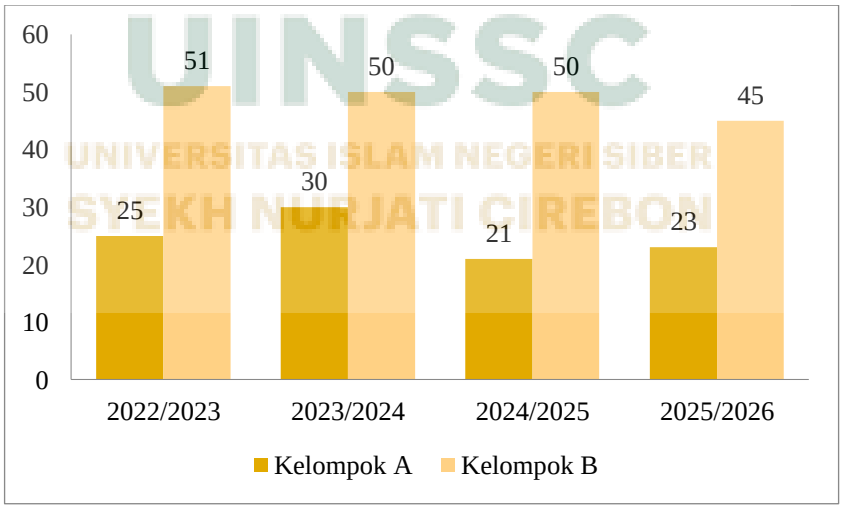
Tabel 1. 2 Data Kualifikasi Pendidik dan Tenaga Kependidikan RA Nurhayati

No	Nama	Pendidikan Terakhir	Prodi
1.	Anah Nurhasanah, S.Pd AUD	S1	PAUD
2.	Hj. Yoyoh Salbiah, S.Pd.I	S1	PAI
3.	Siti Umayah, S.Pd	S1	PAUD
4.	Nur Keke Sakinah, S.Pd	S1	PAUD
5.	Arfiyani Lathifah, S.Pd	S1	Tata Niaga

Sumber : Arsip Sekolah

Dari data tabel 1.1 menunjukkan bahwa tenaga pendidik di ra Nurhayati memiliki kualifikasi akademik yang sejalan dengan bidang Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD), yang artinya bahwa secara ideal bahwa kualifikasi pendidik yang didukung oleh program unggulan sekolah seharusny mampu menarik minat masyarakat untuk menyekolahkan anaknya di RA Nurhayati. Namun, dalam kenyataannya bahwa jumlah peserta didik di RA Nurhayati mengalami fluktuasi yang mengarah pada penurunan jumlah peserta didik.

Gambar 1.1 Jumlah Peserta Didik Ra Nurhayati 2022-2026



Sumber : Arsip Sekolah

Berdasarkan data pada gambar 1.1 bahwa jumlah peserta didik di RA Nurhayati berdasarkan kelompok belajar menunjukkan adanya

fklutuasi yang mengarah kepada penurunan dalam beberapa tahun terakhir. Pada tahun ajaran 2022/2023, jumlah peserta didik di Kelompok A tercatat sebanyak 25 siswa, sedangkan Kelompok B berjumlah 51 siswa. Pada tahun ajaran 2023/2024, jumlah peserta didik di Kelompok A meningkat menjadi 30 siswa, sementara Kelompok B sedikit menurun menjadi 50 siswa. Selanjutnya pada tahun ajaran 2024/2025, jumlah peserta didik di Kelompok A mengalami penurunan menjadi 21 siswa, sedangkan Kelompok B tetap stabil dengan jumlah 50 siswa. Pada tahun ajaran 2025/2026, jumlah peserta didik di Kelompok A kembali meningkat menjadi 23 siswa, namun Kelompok B mengalami penurunan menjadi 45 siswa.

Data tersebut menunjukkan dari kedua kelompok belajar mengalami perubahan yang tidak stabil, khususnya pada Kelompok A yang cenderung mengalami fluktuasi setiap tahun. Sementara itu, Kelompok B yang sebelumnya memiliki jumlah peserta didik lebih banyak juga mulai mengalami penurunan pada tahun ajaran terakhir. Kondisi ini menunjukkan bahwa minat masyarakat untuk menyekolahkan anak di RA Nurhayati mengalami dinamika, sehingga diperlukan upaya yang lebih optimal dari pihak sekolah dalam meningkatkan daya tarik lembaga pendidikan.

Disisi lain bahwa observasi awal pada Selasa, 23 September 2025 yang dilakukan oleh peneliti di RA Nurhayati juga menunjukkan bahwa menurunnya jumlah peserta didik di RA Nurhayati ini disebabkan oleh menurunnya minat masyarakat dengan dominasi sekolah pesaing yang memiliki strategi *branding* lebih kuat, fasilitas yang lebih modern, strategi promosi digital yang lebih aktif serta citra lembaga yang lebih kuat ikut mempengaruhi menurunnya minta masyarakat untuk memilih RA Nurhayati. Misalnya TKIT Ibnu Khaldun meskipun baru berdiri tahun 2020 dengan akreditasi B TKIT Ibnu Khaldun memiliki fasilitas yang lebih memadai serta publikasi digital yang lebih aktif dibandingkan RA Nurhayati.

UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

Sementara itu TK Al-Irsyad Al-Islamiyah sebagai salah satu sekolah pesaing dengan reputasi kelembagaan yang baik dan fasilitas yang lebih lengkap menjadikan TK Al-Irsyad Al-Islamiyah memiliki jumlah peserta didik yang lebih banyak yaitu 109 siswa dan 10 tenaga pendidik. RA Nurhayati juga memiliki pesaing lain berupa lembaga pendidikan yang telah lama berdiri, yaitu TK Gelatik, yang memiliki reputasi kuat di masyarakat dan jaringan kelembagaan yang sudah mapan.

Berbanding terbalik dengan RA Nurhayati, bahwa fasilitas fisik yang tersedia dinilai masih relatif sederhana apabila dibandingkan dengan sekolah pesaing yang telah memiliki infrastruktur lebih modern, termasuk desain bangunan yang lebih representatif dan area bermain yang lebih memadai. Kondisi ini secara tidak langsung memengaruhi persepsi masyarakat terhadap citra sekolah, mengingat aspek visual dan fasilitas sering menjadi pertimbangan utama orang tua dalam memilih lembaga pendidikan bagi anak-anak mereka.

Dalam wawancara yang dilakukan bersama dengan Ibu Anur selaku Kepala Sekolah RA Nurhayati beliau menuturkan :

> "RA Nurhayati memiliki banyak program unggulan serta prestasi yang sebenarnya dapat menjadi daya tarik bagi masyarakat. Namun karena keterbatasan dalam publikasi banyak orang tua yang belum mengetahui keunggulan yang dimiliki oleh RA Nurhayati."

Ibu Yayah selaku guru RA Nurhayati juga menyampaikan bahwa :

> "RA Nurhayati memiliki keterbatasan anggaran khususnya dalam melakukan kegiatan promosi sekolah sehingga publikasi terkait kegiatan, prestasi maupun keunggulan yang dimiliki oleh sekolah masih sangat terbatas."

Pernyataan yang disampaikan oleh Ibu Anur dan Ibu Yayah menunjukkan bahwa RA Nurhayati sebagai lembaga pendidikan memiliki modal internal yang kuat, baik dari segi program maupun capaian peserta didik. Namun tanpa strategi komunikasi yang efektif, kekuatan tersebut tidak mampu membantu persepsi positif di kalangan masyarakat secara luas. Minimnya publikasi berdampak pada rendahnya visibilitas sekolah,

sehingga keunggulan yang dimiliki tidak berkembang menjadi citra lembaga yang kokoh. Tidak hanya sampai di situ bahwa keterbatasan anggaran yang dimiliki oleh RA Nurhayati menyebabkan promosi sekolah dilakukan secara manual seperti membagikan brosur, promosi dari mulut ke mulut maupun mengunggah informasi melalui akun Facebook pribadi guru. sehingga hal demikian dirasa kurang efektif dan tidak dapat menjangkau audiens yang lebih luas. Hal ini tentunya mempengaruhi persepsi masyarakat terutama orang tua yang mencari informasi dan referensi sekolah melalui media digital.

Berdasarkan hasil perbandingan secara menyeluruh, dapat disimpulkan bahwa RA Nur Hayati memiliki keunggulan pada aspek kompetensi tenaga pendidik serta capaian prestasi peserta didik. Meskipun demikian, keunggulan tersebut belum mampu mengimbangi kelemahan pada aspek citra lembaga, kelengkapan fasilitas fisik, efektivitas strategi promosi digital, serta dukungan sistematis dalam pengelolaan pemasaran pendidikan. Dibandingkan dengan sekolah pesaing seperti TKIT Ibnu Khaldun dan TK Al-Irsyad, RA Nur Hayati masih tertinggal dalam hal visibilitas publik dan pengelolaan branding lembaga.

Kondisi ini menegaskan pentingnya penguatan strategi citra sekolah, khususnya melalui pemanfaatan media sosial seperti Facebook yang berpotensi menjadi sarana komunikasi dan pemasaran yang efektif. Optimalisasi strategi *marketing* pendidikan berbasis digital tersebut diharapkan dapat meningkatkan daya saing RA Nur Hayati dan memperbaiki daya tarik lembaga di tengah persaingan ketat pendidikan anak usia dini pada era modern. Disisi lain Facebook menjadi salah satu media utama yang seringkali digunakan orang tua murid dalam mencari rekomendasi, meninjau (riview), dan melihat berbagai aktivitas harian sekolah di lingkungan sekitar. Disisi lain Facebook sebagai media promosi juga dipandang memungkinkan sekolah dalam menampirkan kualitas sekolah seperti prestasi, fasilitas, program pendidikan, suasana sekolah

UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

sehingga mampu membangun persepsi positif dan kepercayaan di mata masyarakat.

Hal demikian membuat peneliti tertarik untuk mengkaji lebih mendalam mengenai strategi branding yang dilakukan oleh RA Nurhayati, khususnya melalui pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi pendidikan. Penelitian ini dipandang penting untuk mengetahui sejauh mana strategi pemasaran berbasis Facebook dapat memperkuat citra sekolah dan meningkatkan daya saing RA Nurhayati di tengah persaingan lembaga PAUD yang semakin kompetitif.

B. Identifikasi Masalah

Dari lata belakang penelitian yang telah di uraikan di atas, maka munculnya identifikasi masalah diantaranya sebagai berikut :

1. Terjadi penurunan jumlah peserta didik secara signifikan dalam lima tahun terakhir sejak tahun ajaran 2021 hingga tahun ajaran 2025.
2. Minimnya strategi komunikasi dan promosi digital yang efektif khususnya melalui media sosial seperti Facebook, menyebabkan informasi mengenai program unggulan, kegiatan sekolah maupun prestasi peserta didik tidak tersampaikan secara optimal kepada masyarakat.
3. Citra lembaga *(school image)* RA Nurhayati relatif lemah jika dibandingkan dengan sekolah pesaing yang memiliki visibilitas digital lebih kuat dan fasilitas lebih modern.
4. Fasilitas fisik RA Nurhayati masih tergolong sederhana sehingga menjadi pertimbangan negative bagi calon orang tua murid saat melakakukan survei sekolah.
5. Keterbatasan anggaran promosi membuat kegiatan pemasaran sekolah hanya dilakukan secara manual (brosur, promosi dari mulut ke mulut, unggahan di akun pribadi guru), sehingga jangkauan informasi menjadi terbatas dan tidak mampu bersaing di era digital.

UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

6. Kurangnya sistem pengelolaan branding secara terstruktur, sehingga kekuatan internal seperti prestasi siswa, program unggulan, dan kualitas pembelajaran.
7. Persaingan lembaga PAUD di wilayah sekitar semakin ketat, terutama dari sekolah-sekolah dengan fasilitas modern, strategi *marketing* digital aktif, serta reputasi kelembagaan kuat, sehingga mempengaruhi minat masyarakat dalam memilih RA Nurhayati.
8. Belum optimalnya pemanfaatan Facebook sebagai media promosi edukatif.

C. Pembatasan Masalah

Dari identifikasi permasalahan di atas, peneliti membatasi permasalahan dalam penelitian ini bertujuan untuk memfokuskan penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini. Adapun pembatasan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Media sosial yang digunakan dalam penelitian ini hanya berfokus kepada penggunaan media sosial Facebook sebagai strategi manajemen *marketing* pendidikan di RA Nurhayati Desa Asem Kabupaten Cirebon.
2. Kajian dibatasi pada aspek pengelolaan konten, strategi *Branding*, interaksi dengan masyarakat, serta upaya membangun citra sekolah melalui media sosial Facebook.
3. Evaluasi efektivitas Facebook difokuskan pada persepsi orang tua dan masyarakat sekitar terhadap citra sekolah, bukan pada aspek teknis secara menyeluruh seperti algoritma atau analisis data digital yang kompleks.

D. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah yang di uraikan di atas maka rumusan dalam penelitian ini sebagai berikut :

UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

1. Bagaimana penerapan strategi pemasaran pendidikan berbasis Facebook di RA Nurhayati Kabupaten Cirebon, termasuk langkah-langkah implementasinya ?
2. Bagaimana kondisi citra sekolah RA Nurhayati Kabupaten Cirebon sebelum menerapkan strategi pemasaran pendidikan berbasis Facebook ?
3. Bagaimana dampak penerapan strategi pemasaran pendidikan berbasis Facebook terhadap citra sekolah RA Nurhayati Kabupaten Cirebon ?
4. Faktor-faktor apa saja yang menjadi pendukung dan penghambat dalam penguatan citra sekolah melalui penggunaan Facebook di RA Nurhayati Kabupaten Cirebon?
5. Upaya apa yang dilakukan sekolah ketika terjadinya penurunan minat masyarakat terhadap lembaga pendidikan di RA Nurhayati Kabupaten Cirebon ?

E. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah di atas maka dapat diketahui tujuan penelitian ini sebagai berikut :

1. Menganalisis penerapan strategi pemasaran pendidikan berbasis Facebook di RA Nurhayati Kabupaten Cirebon.
2. Mendeksripsikan kondisi citra sekolah RA Nurhayati Kabupaten Cirebon sebelum menerapkan strategi pemasaran pendidikan berbasis Facebook.
3. Mengetahui dampak penerapan strategi pemasaran pendidikan berbasis Facebook terhadap citra sekolah di RA Nurhayati Kabupaten Cirebon.
4. Mengidentifikasikan faktor-faktor pendukung dan penghambat dalam penguatan citra sekolah melalui penggunaan Facebook di RA Nurhayati Kabupaten Cirebon.
5. Mengetahui upaya yang dilakukan sekolah ketika terjadinya penurunan minat masyarakat terhadap lembaga pendidikan di RA Nurhayati Kabupaten Cirebon.

UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

F. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis
   a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang manajemen *marketing* pendidikan berbasis media sosial.
   b. Hasil penelitian ini dapat memperkaya kajian teori mengenai implementasi media sosial terutama penggunaan Facebook sebagai strategi dalam membangun citra lembaga pendidikan.
   c. Penelitian ini dapat menjadi referensi atau rujukan bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang mengkaji topik serupa dalam konteks pendidikan dan media digital.
   d. Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori mengenai *Citra sekolah* dengan menunjukkan bagaimana media sosial, khususnya Facebook, dapat menjadi instrumen strategis dalam membangun, memperkuat, dan mempertahankan citra lembaga pendidikan.
   e. Penelitian ini menambahkan referensi ilmiah tentang hubungan antara strategi *marketing* digital dan persepsi publik terhadap sekolah, serta memperluas kajian *Citra sekolah* ke dalam konteks pemanfaatan teknologi komunikasi modern.
2. Manfaat Praktis
   a. Bagi Sekolah

      Penelitian ini memberikan panduan bagi sekolah dalam merancang strategi *marketing* pendidikan yang efektif melalui Facebook. Serta temuan penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh pihak sekolah untuk meningkatkan kualitas konten, memperluas jangkauan publikasi, serta membangun interaksi yang positif dengan masyarakat. Selain itu, sekolah memperoleh rekomendasi langkah-langkah konkret untuk memperkuat citra lembaga, menarik minat calon peserta

UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON

didik, dan meningkatkan kepercayaan publik melalui pemanfaatan media sosial secara optimal dan berkelanjutan.

b. Bagi Guru dan Tenaga Kependidikan

Penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam meningkatkan kreativitas inovasi dalam mengelola konten media sosial sebagai bagian dari promosi sekolah.

c. Bagi Masyarakat dan Orang Tua

Penelitian ini dapat memberikan pemahaman mengenai pentingnya peran media sosial dalam mendukung transpransi informasi dan membangun kepercayaan terhadap lembaga pendidikan.

UINSSC
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON