DAFTAR PUSTAKA

Adha, N. (2024). Program Studi Magister Manajemen Pendidikan Islam Konsentrasi Manajemen Pendidikan Dasar Dan Menengah Islam Pascasarjana Universitas Ptiq Jakarta 2024 M. / 1446 H.

Agusna, C. (2021). Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Peningkatan Pelanggan Di Smkn 1 Pasie Raya Aceh Jaya. 1–55.

Alwi, S., & Lhoksemawe, I. (2023). Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Kuantitas Peserta Didik Di Smp It Az Zahra Kabupaten Aceh Tengah. 103.

Anggriani, W., Aglesia, A. S., & Fathurrochman, I. (2024). Inovasi Pemasaran Jasa Pendidikan Sebagai Strategi Transformasi Mutu Dan Daya Saing Sekolah.

Artikasari, R. M., Rodiyah, A. S., Nabila, F. P., Safitri, A. A., & Siswoyo, A. A. (2023). Strategi Penerimaan Peserta Didik Baru Dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Pendaftar Di Sdn Tanjung Jati 2.

Baihaqi,A.W, Dkk (2023). (Analisis Implementasi Kaidah Kebahasaan dalam Promosi Pendidikan pada Infografik Kemendikbud di Sosial Media Instagram).

Efendi, M. R., Iqbal, Muh., & Rifad, Moh. (2024a). Strategi Pemasaran Pendidikan Melalui Media Sosial Di Min 1 Parigi. Learning : Jurnal Inovasi Penelitian Pendidikan Dan Pembelajaran, 4(2), 237–243. Https://Doi.Org/10.51878/Learning.V4i2.2863

Efendi, M. R., Iqbal, Muh., & Rifad, Moh. (2024b). Strategi Pemasaran Pendidikan Melalui Media Sosial Di Min 1 Parigi. Learning : Jurnal Inovasi Penelitian Pendidikan Dan Pembelajaran, 4(2), 237–243. Https://Doi.Org/10.51878/Learning.V4i2.2863

Faizin 2017-Strategi-Pemasaran-Jasa-Pendidikan-Dalam. (N.D.).

Faujiah, H., Bahaf, A. M., & Zohriah, A. (2024). Analisis Marketing Lembaga Pendidikan Terhadap Konsumerisme Jasa Pendidikan. 48–55. Https://Ejournal.Stkipbbm.Ac.Id/Index.Php/Gm

Fitri, A., & Daulay, N. K. (2025). Social Media Based Marketing Strategy To Build A Positive Image. 6.

Fitriani, A. (2024). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Mengoptimalkan School Marketing Di Pondok Pesantren Al Uswah Pekanbaru. 2(2).

Fradito, A., Suti'ah, S., & Muliyadi, M. (2020). Strategi Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Citra Sekolah. Al-Idarah : Jurnal Kependidikan Islam, 10(1), 12–22. Https://Doi.Org/10.24042/Alidarah.V10i1.6203

Habibah, A., & Hidayati, D. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Upaya Meningkatkan Penerimaan Siswa Baru Di Sma Swasta. Academy Of Education Journal, 14(1), 107–123. Https://Doi.Org/10.47200/Aoej.V14i1.1298

Hakim, L., & Faradiba, S. P. (2024). Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan Islam (Studi Kasus Di Ra Darul Falah). 138. Https://Doi.Org/10.62083/Js5tay02

Ismail N.M 2023. (Strategi Pemasaran Pendidikan Melalui Media Sosial Di Sd N 01 Ngaliyan).

Judijanto, L., & Hutauruk, F. N. (2025). Inovasi Pemasaran Melalui Media Sosial: Kajian Literatur.

Kusumaningrum, H., Hasanah, A., Hafis, R. B., Syahlan, N. R., & Hidayatullah, U. S. (2025). Manajemen Pemasaran Sekolah: Membangun Citra Dan Menarik Siswa Potensial.

Lukman, H. Setya, P. 2023. (PerkembanganPesertaDidikDalamPembelajaran).

Mahmud Et Al. (2024). Jurnal Manajemen Pendidikan Dasar, Menengah Dan Tinggi [Jmp-Dmt].

Maryanthi, N. K., & Adinegara, G. N. J. (2022). Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Ppdb Di Sekolah Menengah Kejuruan. 5.

Maulana Ridwan, I., & Febriani, H. (2024). Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Dalam Meningkatkan Mutu Sekolah Di Pesantren Persis 84 Tingkat Mu'allimin/Aliyah. Al-Ibanah, 9(1), 19–30. Https://Doi.Org/10.54801/Ibanah.V9i1.251

Muawwanah, R., & Riyadi, S. (2025). Strategi Pemasaran Iain Palangka Raya Dalam Penerimaan Mahasiswa Baru. 5(2).

Muntaha, N. G., & Amin, A. (N.D.). Difusi Inovasi, Diseminasi Inovasi, Serta Elemen Difusi Inovasi.

Mushoffi, M. F., & Supardi, S. (2024). Strategi Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Peserta Didik Di Sma Muhammadiyah 4 Porong: Sebuah Studi Kualitatif Dengan Pendekatan Marketing Mix (7p). Journal Of Education Research, 5(3), 3983–3994. Https://Doi.Org/10.37985/Jer.V5i3.1415

Novriyansah, M. A. D., & Afgani, M. W. (2024). Media Sosial Sebagai Alat Promosi Terhadap Minat Peserta Didik. 437. Https://Doi.Org/10.32832/Idarah.V5i4.16950

Nurhasanah, S., Rahayu, P., & Hajar, E. S. (2024). Educational Marketing Mix Innovation To Increase Student Entry Interest.

Osin Jentia Rosni Manullang & Mariana Simanjuntak. (2024). Pengaruh Pemasaran Media Sosial Dan Persepsi Calon Mahasiswa Terhadap Keputusan Pemilihan Perguruan Tinggi: Studi Kasus Pada Institut Teknologi Del. Jurnal Manajemen Kreatif Dan Inovasi, 2(3), 168–179. Https://Doi.Org/10.59581/Jmki-Widyakarya.V2i3.3820

Putriana, P. N. F., Ramadhani, S. I., & Purwanto, H. (2024). Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Di Yayasan Pondok Pesantren Asy-Syarifiy Lumajang. Indonesian Social Science Review, 2(2), 60–67. Https://Doi.Org/10.61105/Issr.V2i2.105

Rahmawati, A., Munawaroh, M., Mukhlisoh, M., & Ak, M. F. R. (2024). Manajemen Pemasaran Pendidikan Dalam Meningkatkan Penerimaan Peserta Didik Baru Di Madrasah Tsanawiyah Negeri 5 Subang.

Rahmawati, N. S., & Trihantoyo, S. (2021). Strategi Humas Dalam Meningkatkan Pemasaran Sekolah Menengah Kejuruan Di Masa Pandemi Covid-19 Melalui Network Marketing. 09.

Rianto, A., & Ridlwan, M. (2024). Strategi Pemasaran Lembaga Pendidikan Berbasis Media Sosial Dalam Mendorong Kuantitas Peserta Didik Di Ma Assalam Bangilan. 2(1).

Saputra, M. I. (2015). Hakekat Pendidik Dan Peserta Didik Dalam Pendidikan Islam (Wildansaputra719@Yahoo.Com). Jurnal Pendidikan Islam, 6.

Sarder, M. A. U., & Mustaqeem, K. M. (2024). The Role Of Social Media Marketing In Shaping Educational Institution Branding. International Journal Of Research And Innovation In Social Science, Viii(Iiis), 4574–4588. Https://Doi.Org/10.47772/Ijriss.2024.803333s

Sholicha, N. A. (2018). Strategi Pemasaran Sekolah Di Sma Muhammadiyah 2 Surabaya. 01.

Suatma, J. (2013). Analisis Strategi Inovasi Atribut Produk Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Skuter Matik Merek Honda Vario Di Kota Semarang. 5(2).

Sugiyono. 2013. (buku metode penelitian).

Warsito, H. T. (2016). Implementasi Program E-Kios Sebagai Inovasi Pelayanan Publik Berbasis Teknologi Informasi Di Kelurahan Kebraon Kota Surabaya. 4, 1–17.

Wijayanti, Y. (2023). Marketing Strategy Of The Master Of Elements Management Program On The Level Of Student Interest.

Wilardjo, S. B. (2010). The State Of The Art Marketing.

Winiharti, K., Simbolon, B. R., & Sinaga, D. (2023). Stategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Minat Calon Peserta Didik Di Sd Santo Bellarminus Bekasi. Jurnal Ilmiah Mandala Education, 9(2). Https://Doi.Org/10.58258/Jime.V9i2.4882

LAMPIRAN 1

INSTRUMEN PENGUMPULAN DATA

A. Pedoman wawancara

1. Pemasaran sekolah melalui media sosial untuk meningkatkan minat calon peserta didik di SMAN Jogoroto

a. Wakil kepala sekolah bidang kurikulum

1) Bagaimana pemasaran sekolah melalui media sosial untuk meningkatkan minat calon peserta didik di SMAN Jogoroto?
2) Media sosial apa saja yang digunakan dalam pemasaran sekolah?
3) Konten apa yang biasanya dipublikasikan melalui media sosial sekolah?
4) Bagaimana pengaruh media sosial terhadap minat calon peserta didik?

b. **Wakil kepala sekolah bidang kesiswaan**

1) Bagaimana pemasaran sekolah melalui media sosial untuk meningkatkan minat calon peserta didik di SMAN Jogoroto?
2) Media sosial apa saja yang digunakan dalam pemasaran sekolah?
3) Konten apa yang biasanya dipublikasikan melalui media sosial sekolah?
4) Bagaimana pengaruh media sosial terhadap minat calon peserta didik?

c. **Wakil kepala sekolah bidang kesiswaan**

1) Bagaimana pemasaran sekolah melalui media sosial untuk meningkatkan minat calon peserta didik di SMAN Jogoroto?
2) Media sosial apa saja yang digunakan dalam pemasaran sekolah?
3) Konten apa yang biasanya dipublikasikan melalui media sosial sekolah?

4) Bagaimana pengaruh media sosial terhadap minat calon peserta didik?

d. Staff IT

1) Bagaimana pemasaran sekolah melalui media sosial untuk meningkatkan minat calon peserta didik di SMAN Jogoroto?
2) Media sosial apa saja yang digunakan dalam pemasaran sekolah?
3) Konten apa yang biasanya dipublikasikan melalui media sosial sekolah?
4) Bagaimana pengaruh media sosial terhadap minat calon peserta didik?

e. Peserta didik

1) Bagaimana Anda mengetahui informasi tentang SMAN Jogoroto sebelum mendaftar?
2) Apakah media sosial SMAN Jogoroto mempengaruhi minat Anda untuk memilih sekolah ini? Jelaskan alasannya.

2. Strategi inovasi pemasaran sekolah melalui media sosial untuk meningkatkan calon peserta didik di SMAN Jogoroto

a. Wakil kepala sekolah bidang kurikulum

1) Strategi apa yang digunakan sekolah dalam pemasarkan sekolah melalui media sosial?
2) Inovasi apa yang telah dilakukan sekolah untuk menarik minat calon peserta didik?
3) Bagaimana sekolah menyesuaikan pemasaran dengan perkembangan teknologi dan tren media sosial?

b. Wakil kepala sekolah bidang kesiswaan

1) Strategi apa yang digunakan sekolah dalam pemasarkan sekolah melalui media sosial?
2) Inovasi apa yang telah dilakukan sekolah untuk menarik minat calon peserta didik?

3) Bagaimana sekolah menyesuaikan pemasaran dengan perkembangan teknologi dan tren media sosial?

c. Wakil kepala sekolah bidang humas

1) Strategi apa yang digunakan sekolah dalam pemasarkan sekolah melalui media sosial?
2) Inovasi apa yang telah dilakukan sekolah untuk menarik minat calon peserta didik?
3) Bagaimana sekolah menyesuaikan pemasaran dengan perkembangan teknologi dan tren media sosial?

d. Staff IT

1) Strategi apa yang digunakan sekolah dalam pemasarkan sekolah melalui media sosial?
2) Inovasi apa yang telah dilakukan sekolah untuk menarik minat calon peserta didik?
3) Bagaimana sekolah menyesuaikan pemasaran dengan perkembangan teknologi dan tren media sosial?

3. Faktor pendukung dan penghambat pemasaran sekolah melalui media sosial untuk meningkatkan calon peserta didik di SMAN Jogoroto

a. Wakil kepala sekolah bidang kurikulum

1) Faktor apa saja yang mendukung pemasaran sekolah melalui media sosial?
2) Faktor apa saja yang menghambat pemasaran sekolah melalui media sosial?
3) Bagaimana upaya sekolah mengatasi hambatan tersebut?

b. Wakil kepala sekolah bidang kesiswaan

1) Faktor apa saja yang mendukung pemasaran sekolah melalui media sosial?
2) Faktor apa saja yang menghambat pemasaran sekolah melalui media sosial?
3) Bagaimana upaya sekolah mengatasi hambatan tersebut?

c. Wakil kepala sekolah bidang humas

1) Faktor apa saja yang mendukung pemasaran sekolah melalui media sosial?
2) Faktor apa saja yang menghambat pemasaran sekolah melalui media sosial?
3) Bagaimana upaya sekolah mengatasi hambatan tersebut?

d. Staff IT

1) Faktor apa saja yang mendukung pemasaran sekolah melalui media sosial?
2) Faktor apa saja yang menghambat pemasaran sekolah melalui media sosial?
3) Bagaimana upaya sekolah mengatasi hambatan tersebut?

B. Pedoman observasi

1. Pemasaran sekolah melalui media sosial untuk meningkatkan minat calon peserta didik di SMAN Jogoroto

No	Aspek yang di observasi	Indikator yang diamati	Tujuan
1.1	Platform media sosial	a. Instagram @semanjo_media dan @semanjo_jombang b. Facebook c. Tiktok d. Youtube e. Website sekolah	Mengetahui paltform yang digunakan
1.2	Frekuensi publikasi	a. Publikasi harian di instagram b. Publikasi pembiasaan pagi di history instagram	Mengetahui konsistensi publikasi

1.3	Jenis konten	a. Prestasi siswa (OSN/TKA) b. Kegiatan sekolah dan ekstrakulikuler c. Pembiasaan pagi d. Lulusan diterima PTN (SNBP) e. Fasilitas sekolah f. Informasi PPDB/SPMB	Mengetahui ragam konten yang dipublikasikan
1.4	Target pemasaran	a. Wilayah zonasi jogoroto, mojowarno, bandung b. Siswa SMP/MTs terdekat c. Orang tua/ wali murid	Mengetahui target sasaran pemasaran
1.5	Perencanaan	a. Program kerja tahunan SPMB b. Tim humas dan tim IT c. Pengawasan kepala sekolah	Mengetahui struktur pengelolaan

2. **Strategi inovasi pemasaran sekolah melalui media sosial untuk meningkatkan calon peserta didik di SMAN Jogoroto**

No	Aspek yang di observasi	Indikator yang diamati	Tujuan
2.1	Perkembangan platform	a. Website(2016), IG dan Youtube (2017), Tiktok dan Facebook (2023) b. Segmentasi 2 akun Instagram	Mengetahui inovasi paltform dari masa ke masa

2.2	Inovasi konten	a. Video pendek (reels /shorts) b. Backsound viral/trending c. Templete edit kekinian d. Penggunaan AI e. Desain banner modern (perbandingan 2024 vs 2025)	Mengetahui inovasi konten dan desain
2.3	Penyesuaian generasi muda	a. Mengikuti tren gen Z dan alpha b. Lagu booming dan challenge viral	Mengetahui kesesuaian dengan target audiens
2.4	Strategi jangkauan	a. Tag akun dinas pendidikan b. Tag akun siswa jombang berpengaruh c. Kolaborasi OSIS	Mengetahui strategi memperluas jangkauan
2.5	Prestasi inovasi	Juara 1 lomba konten kreatif gen-Z	Mengetahui keberhasilan inovasi

3. **Faktor pendukung dan penghambat pemasaran sekolah melalui media sosial untuk meningkatkan calon peserta didik di SMAN Jogoroto**

No	Aspek yang di observasi	Indikator yang diamati	Tujuan

3.1	Faktor pendukung internal	a. Kreativitas tim humas dan staff IT b. Kekompakan tim c. Banyak prestasi dan kegiatan d. Partisispasi siswa	Mengidentifikasi faktor internal pendukung
3.2	Faktor pendukung eksternal	a. Citra publik baik b. Peran akti orang tua c. Prestasi	Mengidentifikasi faktor eksternal pendukung
3.3	Faktor penghambat internal	a. Konten kurang interaktif b. Kurang ide kreatif	Mengidentifikasi faktor internal penghambat
3.4	Faktor penghambat eksternal	a. Komentar negatif b. Tag akun tidak jelas c. Akun terbuka (open account)	Mengidentifikasi faktor eksternal penghambat
3.5	Upaya mengatasi	a. Tutup komentar b. Blokir akun tidak bertanggung jawab c. Tingkatkan kreativitas	Mengetahui solusi yang akan dilakukan

C. Pedoman dokumentasi

No	Dokumentasi yang dikumpulkan	Indikator dokumentasi	Tujuan dokumentasi
1.	Akun media sosial SMAN Jogoroto	Instagram, Facebook, TikTok, YouTube	Mengetahui media sosial yang digunakan sebagai sarana pemasaran sekolah.
2.	Konten promosi sekolah	Postingan prestasi siswa, kegiatan	Mengetahui bentuk pemasaran dan strategi

		sekolah, pembiasaan sekolah, dan siswa diterima PTN	promosi yang dilakukan sekolah.
3.	Banner dan informasi SPMB	Banner SPMB, poster, dan informasi penerimaan peserta didik baru	Mengetahui upaya promosi sekolah dalam menarik minat calon peserta didik.
4.	Program kerja dan dokumentasi tim pengelola media sosial	Program kerja SPMB, dokumentasi tim Humas dan Staff IT	Mengetahui perencanaan dan pengelolaan pemasaran sekolah melalui media sosial.
5.	Data interaksi media sosial	Jumlah likes, views, komentar, dan pesan (DM/chat)	Mengetahui respon masyarakat terhadap pemasaran sekolah melalui media sosial.
6.	Dokumentasi faktor pendukung dan penghambat	Prestasi sekolah, komentar masyarakat, serta kendala pengelolaan media sosial	Mengetahui faktor pendukung dan penghambat pemasaran sekolah melalui media sosial.

LAMPIRAN II

a. Wawancara dengan wakil kepala sekolah bidang kurikulum



b. Wawancara dengan wakil kepala sekolah bidang kesiswaan



c. **Wawancara dengan wakil kepala sekolah bidang humas**



d. **Wawancara dengan staff IT**



e. Wawancara dengan peserta didik





LAMPIRAN III

Gambaran Umum Keadaan Lokasi Penelitian

a. Profil SMAN Jogoroto

SMA Negeri Jogoroto merupakan Sekolah Menengah Atas Negeri satu-satunya yang terletak di Kecamatan Jogoroto. Sekolah ini terletak di sebelah tenggara dari ibukota kabupaten Jombang dengan jarak 10 km dari pusat kota Jombang.

SMA Negeri Jogoroto sebagai sekolah yang berada di kecamatan dan terletak paling dekat dengan Kota Jombang selalu menunjukkan peningkatkan prestasi di berbagai bidang, dan sekarang sekolah ini bisa disejajarkan dengan SMA yang berada di kota karena prestasinya. Capaian prestasi SMA Negeri Jogoroto yang semakin baik, dikarenakan SMA Negeri Jogoroto memiliki program yang berkelanjutan dalam membina dan membimbing siswanya baik akademik maupun non akademik. SMA Negeri Jogoroto dengan slogan barunya yaitu SIPP atau Sekolah Inovasi Penuh Prestasi akan selalu berkomitmen meningkatkan prestasinya dari tahun ke tahun. Dibuktikan dengan makin meningkatnya jumlah siswa yang diterima di PTN melalui jalur SNBT dan SNBP.

Kondisi lingkungan SMA Negeri Jogoroto yang bersih dan indah membuatnya layak sebagai tempat belajar. Hal ini didukung oleh pemenuhan fasilitas kelas yang representatif berupa ketersediaan LCD di tiap ruang kelas, perpustakaan standar nasional, laboratorium Fiska, laboratorium Kimia, laboratorium Biologi, laboratorium komputer, lapangan basket, voli, masjid dapat mendukung siswa mengembangkan potensinya secara maksimal.

SMA Negeri Jogoroto selain fokus pada prestasi akademik, juga tidak membatasi bakat minat siswa di bidang non akademik, untuk itu kegiatan ekstrakulikuler dan program pengembangan bakat dan minat

kepemimpinan juga tetap dikembangkan. Sehingga SMA Negeri Jogoroto siap mencetak lulusan yang siap melajutkan ke jenjang lebih tinggi dan mampu bersaing, sesuai visi sekolah output siswanya menjadi siswa yang bertaqwa, berprestasi dan berinovasi, membudayakan sadar lingkungan dan bisa bersaing di dunia global.

SMA Negeri Jogoroto memegang peran krusial dalam masyarakat, tidak hanya sebagai tempat transfer ilmu pengetahuan, tetapi juga sebagai pilar pembentuk karakter dan agen perubahan sosial. Peran SMA Negeri Jogoroto sangat besar dalam menyiapkan peserta didik mencapai 8 Dimensi Profil Lulusan yang dicita-citakan. Peran SMA negeri Jogoroto dalam masyarakat sebagai berikut:

1. Pusat Pembelajaran dan Pengembangan
2. Pembentuk Karakter dan Moral
3. Agen Sosialisasi dan Adaptasi Sosial
4. Penggerak Pembangunan Masyarakat
5. Pelestari dan Pengembang Budaya Lokal

SMA Negeri Jogoroto secara sistematis berkontribusi pada pencapaian 8 Dimensi Profil Lulusan melalui berbagai program dan kegiatan. Program pembiasaan (menyanyikan lagu Indonesia Raya, membaca Alquran, Ibadah, literasi, Senam Anak Indonesia Hebat), kegiatan intrakurikuler, ekstrakurikuler, dan kokurikuler untuk menguatkan karakter keimanan dan ketakwaan terhadap Tuhan Yang Maha Esa, Kewargaan, Kreativitas, Kemandirian, Komunikasi, Kesehatan, Kolaborasi, dan Penalaran Kritis.

Implementasi Kurikulum Merdeka untuk tahun ajaran 2025/2026 sudah memasuki tahun ke empat, dan di kelas X, XI dan XII dengan jumlah rombel sebanyak 10 kelas kelas X dan 10 Rombel kelas XI dan 10 rombel Kelas XII. Jumlah keseluruhan siswa kelas X sebanyak 350 siswa, untuk kelas XI sebanyak 347 siswa dan XII sebanyak 344 menggunakan Kurikulumm Merdeka.

b. Struktur Kepegawaian Guru

NO	JABATAN		NAMA
1	Kepala Sekolah	:	MU'ALIM, S. Pd., M.Pd.
2	Wakil Kepala Sekolah :		
	Waka Kurikulum	:	NURYADI, S.Pd.
	Waka Humas	:	ENDAHATI PANCARINI, S.Pd.
	Sek.	:	AFIF MUHAIMIN, S.Pd.
	Waka Sarpras	:	PUSPITONO, M.Pd.
	Sek.	:	FEBRI SANTOSO, S.Pd.
	Waka Kesiswaan	:	ARI KUSMIYATI, S.Pd.
3	Kepala Lab	:	Waka Sarpras
	laboran. Lab Fisika	:	KURNIA MEGA JANNAH SUBHN, S.Pd.
	Laboran . lab. Biologi	:	AFIFATUR ROHMAH, S.Pd.
	Laboran. lab. Kimia	:	MULIA SRI RAHMAWATI, S.Pd.
	Kepala Lab Komputer	:	AHMAD FANANI, S.Kom
	Kepala Perpustakaan	:	NUR IDA ROCHANI, S.Pd.
	Sek Ka. Perpustakaan	:	IRMA ASHFI KHUMAIROH, S.Ag.
4	Tim Kurikulum	:	MAYA APRILIA PERDANA, S.Pd.
		:	RISKA FARIDA, S.Ant.
		:	TUTIK AFIFAH, S.Pd..
		:	AFIFATUR ROHMAH, S.Pd.
		:	INDAH BAYU NINGSIH, S.Pd.
5	Pembina OSIS	:	
	Pembina OSIS 1	:	RIFKI FEBRIYAN ILHAM RAMADHAN, S.Pd.
	Pembina OSIS 2	:	SAPTI WAHYU PUSPITASARI, S.Pd.
	Pembina OSIS 3	:	ANIK RAHMAWATI, S.Pd.
	Pembina OSIS 4	:	NURFAIZAH DYAH ANGGRAENI, S.Pd.
6	Koordinator BP/BK	:	NUR HASAN EFENDI, S.Pd.
7	Bendahara BOS/Sekolah	:	ZULIATI ZAKIYAH, S.Pd.
8	Bendahara Komite	:	H. SHOBIRIN / LINA SISWATI, S.IP
9	Pembina Koperasi dan kantin Siswa	:	ENY FARIDAH, S.Pd.
10	Pengawas Kopsis	:	SUNARTI, S.Pd.
11	Koordinator Absensi kelas/Sek. BK	:	ARINCA DINDA MULYASARI, S.Pd.
12	Koordinator Keagamaan Islam	:	Drs. ASKURI, M. Pd.
	Sek.	:	Dr. H. SAMSUL ARIFIN, S.Ag
	Anggota	:	SEMUA GURU AGAMA ISLAM
	Koordinator Keagamaan Nasrani	:	FILIPUS SESIGHOS SITARJA, S.Pd.
	Anggota	:	GURU NASRANI
13	Tim Kultur Sekolah /7K	:	IMAM NAWAWI, S.Pd.
	Kebersihan dan Keindahan	:	RIFKI FEBRIYAN ILHAM RAMADHAN, S.Pd.
14	Wali kelas X	:	
	X- 1	:	NILA RETNO CAHYANI, S.Pd.
	X- 2	:	DIAH SETIYOWATI, S.Pd.
	X- 3	:	INDAH BAYU NINGSIH, S.Pd.
	X- 4	:	AHMAD MASDUQI, S,Pd
	X- 5	:	SUPARMI, S.Pd., M.Pd.
	X- 6	:	MAYA APRILIA PERDANA, S.Pd.
	X- 7	:	FUDA ANGGARA ZUNIKA, S.Pd.
	X- 8	:	DIAN AYU MUSYAFA'AH, S.Pd.
	X- 9	:	ISKANDAR ZULKARNAEN ARHAM, S.Pd.
	X- 10	:	NUR IDA ROCHANI, S.Pd.
	Wali kelas XI	:	
	XI-1	:	DWI WAHJUNI, S.Pd.
	XI-2	:	WIWIK IMTIHANAH, S.Ag, M.PdI
	XI-3	:	EKA WAHYU JENNYWANTI, S.Pd.
	XI-4	:	IMAM NAWAWI, S.Pd.
	XI-5	:	Drs. DAURUZ ZAMAN
	XI-6	:	VEBE DWI SRI LESTARI, S.Pd.
	XI-7	:	Drs. ZENY KURNIAWAN
	XI-8	:	HARTINING PARWATI, S.Pd.
	XI-9	:	ELOK SRI KUSUMAWARDANI, S.Pd.
	XI-10	:	RISKA FARIDA, S.Ant
	Wali kelas XII	:	
	XII-1	:	NUR YAYUK FARIDAH, S.Pd.
	XII-2	:	WIDODO, S.Pd., MM
	XII-3	:	NUR FADILAH, S.Pd., M.Pd
	XII-4	:	Dra. ERNAENI TRI UTAMI
	XII-5	:	SUNARTI, S.Pd.
	XII-6	:	NOVY SETYOWATI, S.Pd.
	XII-7	:	TUTUK ISWAHYUNINGSIH, S.Pd.
	XII-8	:	ENY FARIDAH, S.Pd.
	XII-9	:	ATIKA RESTI, S.Pd.
	XII-10	:	Dr. H. SAMSUL ARIFIN, S.Ag
15	Piket Pembelajaran :	:	
	Ko. Piket Pembelajaran	:	RAHMITA FAUZIAH, S.Pd.
	anggota 1	:	AFIFATUR ROHMAH, S.Pd.
	anggota 2	:	R. MOCH. MAHENDRA PRADIPTA, S.Pd.
	anggota 3	:	MULIA SRI RAHMAWATI, S.Pd.
	anggota 4	:	ATIK ASHDIQA ADZIM, S.Mat
	anggota 5	:	KURNIA MEGA JANNAH SUBHAN, S.Pd.
	anggota 6	:	RIFKI FEBRIYAN ILHAM RAMADHAN, S.Pd.
	anggota 7	:	SRI WAHYUNINGTYAS, S.Pd
	anggota 8	:	TIKVI YULIA WAHYU SAPUTRI, S.Pd
	anggota 9	:	DIAN SAPTI RASTINI, S.Pd
16	Tim Pengembang Sekolah	:	PUSPITONO, M.Pd. (Koordinator)
	anggota	:	NURYADI, S.Pd.
		:	ENDAHATI PANCARINI, S.Pd.
		:	ARI KUSMIYATI, S.Pd.
		:	FEBRI SANTOSO, S.Pd.
		:	AFIF MUHAIMIN, S.Pd.
		:	INDAH BAYU NINGSIH, S.Pd.
		:	MAYA APRILIA PERDANA, S.Pd.
		:	RISKA FARIDA, S.Ant.
		:	TUTIK AFIFAH, S.Pd.
		:	AFIFATUR ROHMAH, S.Pd.

LAMPIRAN IV

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI



INSTITUT AGAMA ISLAM
AL-URWATUL WUTSQO JOMBANG

Jl. Cukir Mojowarno
Dukuhpuji Diwek Jombang Jawa Timur
Telepon (0321) 8494743 - 08 123 0000 189

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

NAMA MAHASISWA : Sania Cahyaningrum
NPM/NIRM :
JUDUL SKRIPSI : Inovasi Pembelajaran Sekolah melalui media Tiktok untuk meningkatkan minat siswa peserta didik di SMAN Jogoroto
DPS : Siti Zuliani, S.Pd.I., M.Pd

No	Tanggal	Masukan	Materi Dan Tanggal *Progress Planning*	Paraf Persetujuan Pembimbing
1.	01/04/2026	Revisi Bab IV & pemaparan data.		
2.	12/06/2026	Revisi pemaparan data		
3.	13/06/2026	Revisi analisis data.		
4.	03/05/2026	Revisi Bab I – V dan abstrak		
5	22/06/2026	Acc		

LAMPIRAN V

BIOGRAFI PENULIS



Sania Cahyaningrum adalah nama peneliti yang lahir di Bojonegoro, 01 Juni 2004, merupakan anak pertama dari 2 bersaudara. Penulis memiliki ayah yang bernama suparji dan ibu bernama sundari. Beliau selalu mengusahakan pendidikan yang terbaik untuk anak-anaknya.

Sejak lahir penulis hidup dan tumbuh di tengah keluarga sederhana yang harmonis, penuh kasih sayang dan doa yang selalu menyertai dalam setiap langkah.

Riwayat pendidikan penulis dimulai di SDN Tlatah dan lulus pada tahun 2016. Kemudian melanjutkan pendidikan di SMPN 1 Purwosari dan lulus pada tahun 2019. Setelah itu, penulis menempuh pendidikan di SMA Primaganda Jombang dan lulus pada tahun 2022.

Pada tahun 2022, penulis melanjutkan pendidikan di Institut Agama Islam Al-Urwatul Wutsqo (IAI-UW) Jombang, mengambil Program Studi Manajemen Pendidikan Islam.

Selain menempuh pendidikan di IAI-UW, penulis juga menimba ilmu di Pondok Pesantren Bani Ya'qub Jombang. Penulis juga pernah mengikuti Program Pengenalan Lapangan Persekolahan (PLP) di SDN Ngampungan Bareng serta Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Kebontemu, Kecamatan Peterongan Jombang. Dengan penuh tekad dan ketekunan penulis terus memotivasi diri untuk terus belajar, berusaha dan berdo'a untuk menyelesaikan pendidikan Strata 1 (S1).

Akhir kata, penulis berharap agar karya sederhana ini dapat memberikan manfaat bagi dunia pendidikan, menjadi pijakan awal untuk terus berkarya, serta menginspirasi banyak orang dalam mengembangkan strategi pemasaran pendidikan di era digital.