

Muhammad Saparuddin, Heriman, Nurlaili, Widyatmike Gede Mulawarman, Masrur Yahya: Optimalisasi Strategi Promosi Digital dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan di Era Industri 4.0 (Studi Kasus pada Universitas Islam Negeri Sultan Aji Muhammad Idris Samarinda)

FIKRUNA: Jurnal Ilmiah Kependidikan dan Kemasyarakatan

Vol. 7, No. 5, 2025

DOI 10.56489/fik.v4i2

P-ISSN: 2620-7834; E-ISSN: 2715-2928

**OPTIMALISASI STRATEGI PROMOSI DIGITAL DALAM
MENINGKATKAN DAYA SAING LEMBAGA PENDIDIKAN DI ERA
INDUSTRI 4.0
(STUDI KASUS PADA UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN AJI
MUHAMMAD IDRIS SAMARINDA)**

Muhammad Saparuddin¹, Heriman², Nurlaili³, Widyatmke Gede Mulawarman⁴,
Masrur Yahya⁵

muhammad.saparuddin@uinsi.ac.id, heriman.lapaiku@gmail.com,
nurlaili@fkip.unmul.ac.id, widyatmike@fkip.unmul.ac.id,
masruryahyaalwi@gmail.com

Abstract

In the era of Industry 4.0, the education sector is confronted with the challenge of remaining relevant and competitive. Sultan Aji Muhammad Idris State Islamic University (UINSI) Samarinda has adopted a digital promotion strategy to enhance its competitiveness by leveraging digital technologies across various operational and academic aspects. This study aims to analyze the implementation of digital promotion strategies at UINSI Samarinda and their impact on educational quality and the university's competitiveness. The research uses a qualitative descriptive approach with a case study design, gathering data through in-depth interviews, documentation, and observations. The data is analyzed using thematic analysis to identify key themes related to the implementation of digital promotion. The findings indicate that UINSI Samarinda has successfully implemented various digital initiatives, such as digital marketing training for students, digital-based student admissions, and utilizing social media to introduce academic programs. Additionally, collaboration with other institutions to develop a digital e-library and the integration of technology into teaching and academic administration has enhanced efficiency and information accessibility. In conclusion, the application of this digital promotion strategy has strengthened UINSI Samarinda's position in the educational sector, expanded promotional reach, and improved the quality of academic and operational services. These steps

¹ Universitas Islam Negeri Sultan Aji Muhammad Idris Samarinda

² Universitas Mulawarman

³ Universitas Mulawarman

⁴ Universitas Mulawarman

⁵ Universitas Mulawarman

have also reinforced the university's competitiveness in the digital era, ensuring the sustainability and relevance of UINSI Samarinda on a global scale.

Keywords: digital promotion, competitiveness, digital technology, UINSI Samarinda, Industry 4.0.

A. PENDAHULUAN

Di tengah transformasi besar yang dibawa oleh Industri 4.0, berbagai sektor mengalami perubahan signifikan, tak terkecuali sektor pendidikan.⁶ Perkembangan teknologi yang sangat pesat telah mempengaruhi hampir setiap aspek kehidupan, termasuk cara kita bekerja, belajar, dan berinteraksi dengan dunia.⁷ Dalam konteks pendidikan, perubahan ini menciptakan tantangan besar bagi lembaga pendidikan tinggi untuk tetap relevan, kompetitif, dan mampu memberikan layanan yang berkualitas tinggi bagi mahasiswa dan masyarakat luas.⁸ Universitas harus dapat menyesuaikan diri dengan cepat terhadap kemajuan teknologi agar bisa bertahan dan terus berkembang.

Salah satu cara yang paling efektif untuk menghadapi tantangan ini adalah dengan memanfaatkan teknologi digital dalam berbagai aspek operasional dan promosi lembaga pendidikan.⁹ Hal ini dikenal dengan istilah promosi digital, yang mencakup penggunaan internet, media sosial, dan teknologi digital lainnya untuk memasarkan dan memperkenalkan lembaga pendidikan kepada audiens yang lebih

⁶ Andriyani Sariwardani, "Manajemen Pendidikan Di Era Revolusi Industri 4.0 Dan Society 5.0," *Central Publisher* 1, no. 9 (2023): 1035–48.

⁷ Aidah Aidah, Opan Arifudin, and Tatang Ibrahim, "Pengembangan Sistem Informasi Manajemen Dalam Dunia Pendidikan," *Jurnal Tahsinia* 5, no. 6 (2024): 966–77.

⁸ Rhoni Rodin, Jumatal Hidayah, and Hendra Harmi, "Manajemen Sistem Pendidikan Perguruan Tinggi Islam Di Indonesia," *Dirasah: Jurnal Studi Ilmu Dan Manajemen Pendidikan Islam* 8, no. 1 (2025): 35–52.

⁹ Ahmad Nur Hafid and Muhammad Sidiq Purnomo, "REVOLUSI BRANDING LEMBAGA PENDIDIKAN MELALUI OPTIMALISASI MARKETING MIX DI ERA DIGITAL," *JURNAL AZKIA: Jurnal Aktualisasi Pendidikan Islam* 20, no. 2 (2024): 97–110.

luas.¹⁰ Promosi digital juga mencakup komunikasi yang lebih efisien dan interaktif dengan calon mahasiswa, alumni, dan stakeholder lainnya.¹¹

Dalam konteks ini, Universitas Islam Negeri Sultan Aji Muhammad Idris (UINSI) Samarinda, sebagai salah satu perguruan tinggi di Indonesia, telah menunjukkan komitmennya dalam mengadopsi dan menerapkan teknologi digital untuk meningkatkan daya saingnya. Sebagai institusi pendidikan tinggi yang bertujuan untuk memberikan pendidikan berkualitas serta mendukung pengembangan karakter dan kompetensi mahasiswa, UINSI Samarinda menyadari pentingnya beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan tren digital yang sedang berkembang pesat di dunia.

Seiring dengan semakin berkembangnya Industri 4.0, dunia pendidikan, khususnya di Indonesia, dihadapkan pada tantangan besar untuk meningkatkan kualitas pendidikan dan daya saing di kancah global.¹² Oleh karena itu, UINSI Samarinda mengambil langkah-langkah strategis untuk memanfaatkan berbagai platform digital dan teknologi informasi dalam mempromosikan diri, mempermudah administrasi akademik, serta meningkatkan kualitas pembelajaran dan interaksi dengan mahasiswa. Langkah-langkah ini diharapkan dapat membantu UINSI Samarinda untuk tetap relevan dalam dunia pendidikan yang semakin kompetitif, baik di tingkat nasional maupun internasional.

Penerapan strategi promosi digital yang dilakukan oleh UINSI Samarinda bertujuan untuk memperkenalkan berbagai program akademik dan fasilitas yang dimiliki oleh universitas, serta menarik calon mahasiswa dari berbagai daerah. Selain itu, promosi digital juga berfungsi untuk meningkatkan kesadaran

¹⁰ Ari Susanti and Dwimay Fawzy, "Optimalisasi Media Sosial Dalam Meningkatkan Daya Tarik Sekolah Melalui Pelatihan Pembuatan Konten Promosi Di Lembaga Pendidikan Muhammadiyah Bondowoso," *Jompa Abdi: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 4, no. 1 (2025): 10–22.

¹¹ Muhamad Irwan and Dwi Novaria Misidawati, "PERAN MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN EFEKTIVITAS PUBLIC RELATIONS INSTITUSI PENDIDIKAN TINGGI," *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial* 12, no. 6 (2025): 2344–60.

¹² Salsabila Defika et al., "ANALISIS PENGEMBANGAN PENDIDIKAN ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0 DI SMAN 1 KABANDUNGAN," *VARIABLE RESEARCH JOURNAL* 1, no. 02 (2024): 434–41.

masyarakat tentang kualitas dan keunggulan yang dimiliki oleh universitas ini.¹³ Dengan memanfaatkan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan YouTube, serta platform digital lainnya, UINSI Samarinda mampu menjangkau audiens yang lebih luas, meningkatkan visibilitas universitas, dan memperkenalkan berbagai layanan pendidikan yang tersedia.¹⁴

Selain promosi, UINSI Samarinda juga menerapkan teknologi digital untuk mendukung proses penerimaan mahasiswa baru (PMB) yang lebih efisien dan terjangkau.¹⁵ Penerimaan mahasiswa baru berbasis platform digital memudahkan calon mahasiswa untuk mengakses informasi mengenai program studi, persyaratan pendaftaran, serta prosedur seleksi, tanpa perlu datang langsung ke kampus.¹⁶ Selain itu, universitas ini juga mengadakan pelatihan digital marketing bagi mahasiswa untuk mempersiapkan mereka agar lebih siap dalam menghadapi dunia kerja yang semakin digital.

Melalui berbagai inisiatif tersebut, UINSI Samarinda tidak hanya berfokus pada promosi, tetapi juga mengintegrasikan teknologi digital dalam proses pembelajaran dan administrasi. Dengan adanya sistem informasi akademik berbasis digital, mahasiswa dapat dengan mudah mengakses berbagai informasi penting terkait jadwal kuliah, materi pembelajaran, dan pendaftaran mata kuliah secara online.¹⁷ Selain itu, kolaborasi dengan lembaga lain dalam pengembangan

¹³ Shinta Nofita Sari and Nurul Salma, "Peran Media Sosial Sebagai Promosi Pemanfaatan Jasa Informasi Di Perpustakaan Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang," *Jurnal Pustaka Ilmiah* 10, no. 2 (2024): 235–48.

¹⁴ Muhamad Irwan and Dwi Novaria Misidawati, "PERAN MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN EFEKTIVITAS PUBLIC RELATIONS INSTITUSI PENDIDIKAN TINGGI," *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial* 12, no. 6 (2025): 2344–60.

¹⁵ Abdul Kadir and Nuarwana Sampara, "Strategi Pemasaran Dalam Proses Penerimaan Mahasiswa Baru Di Universitas Ichsan Sidenreng Rappang," *YUME: Journal of Management* 7, no. 3 (2024): 1849–58.

¹⁶ Irfan Maulana et al., "Sistem Penerimaan Mahasiswa Cerdas Baru Berbasis Web," *Jurnal Sistem Informasi* 14, no. 01 (2025): 25–34.

¹⁷ Amanah Amnun Zulfa, Tatang Ibrahim, and Opan Arifudin, "Peran Sistem Informasi Akademik Berbasis Web Dalam Upaya Meningkatkan Efektivitas Dan Efisiensi Pengelolaan Akademik Di Perguruan Tinggi," *Jurnal Tahsinia* 6, no. 1 (2025): 115–34.

fasilitas digital seperti e-library berbasis digital juga turut mendukung aksesibilitas informasi bagi mahasiswa dan masyarakat luas.¹⁸

Penelitian ini akan mengidentifikasi langkah-langkah konkret yang telah dilakukan oleh UINSI Samarinda dalam memanfaatkan teknologi digital, baik dalam hal promosi lembaga, peningkatan kualitas pendidikan, hingga upaya untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dan calon mahasiswa dalam kegiatan akademik. Diharapkan bahwa dengan adanya penerapan teknologi digital ini, UINSI Samarinda dapat semakin memperkuat posisinya sebagai lembaga pendidikan yang inovatif, adaptif, dan berdaya saing tinggi, serta memberikan kontribusi positif dalam dunia pendidikan tinggi di Indonesia.

Penerapan promosi digital yang efektif akan memberikan banyak manfaat bagi UINSI Samarinda. Bukan hanya untuk meningkatkan visibilitas dan daya tarik bagi calon mahasiswa, tetapi juga untuk memperbaiki sistem administrasi, memperkenalkan inovasi pendidikan, serta meningkatkan interaksi antara universitas dan masyarakat. Dengan demikian, strategi promosi digital ini bukan hanya berfungsi sebagai alat pemasaran, tetapi juga sebagai sarana untuk menciptakan lingkungan pendidikan yang lebih modern, efisien, dan inklusif. Hal ini akan menjadikan UINSI Samarinda lebih siap untuk bersaing di tingkat global, seiring dengan berkembangnya era digital yang semakin maju.

Dengan memahami pentingnya promosi digital di era Industri 4.0, UINSI Samarinda menunjukkan bahwa lembaga pendidikan tinggi tidak hanya harus berfokus pada kualitas pengajaran, tetapi juga harus berinovasi dalam cara mereka memperkenalkan diri dan berinteraksi dengan audiens. Oleh karena itu, upaya-upaya yang telah dilakukan oleh UINSI Samarinda dalam mengoptimalkan promosi digital ini sangat relevan dan penting untuk mendukung keberlanjutan dan kesuksesan mereka di masa depan.

¹⁸ Tsuraya Banatya Sundusy Sundusy et al., "INOVASI PERPUSTAKAAN DIGITAL: MENINGKATKAN AKSES DAN MINAT BACA DI ERA DIGITAL," *Jurnal Multidisiplin Ilmu* 1, no. 1 (2025).

B. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan studi kasus, yang fokus pada penerapan teknologi digital untuk promosi, administrasi, dan pembelajaran di Universitas Islam Negeri Sultan Aji Muhammad Idris (UINSI) Samarinda. Penelitian ini bertujuan untuk menggali bagaimana penggunaan teknologi digital dapat meningkatkan daya saing lembaga pendidikan di era Industri 4.0.

Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pengelola promosi digital, dosen, dan mahasiswa, serta observasi terhadap aktivitas digital di kampus. Sumber data sekunder meliputi dokumen resmi, laporan tahunan, dan materi promosi digital yang mencakup platform media sosial yang digunakan oleh universitas. Data-data ini memberikan gambaran komprehensif mengenai implementasi strategi digital di UINSI Samarinda.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada tahun 2025, Universitas Islam Negeri Sultan Aji Muhammad Idris (UINSI) Samarinda telah secara aktif dan sistematis menerapkan strategi promosi digital sebagai langkah untuk meningkatkan daya saing lembaga pendidikan di era Industri 4.0. Berbagai program dan inisiatif telah dilaksanakan untuk memanfaatkan kemajuan teknologi digital dalam mempromosikan institusi serta meningkatkan kualitas layanan pendidikan. Dalam pembahasan ini, akan dijelaskan lebih lanjut mengenai berbagai bentuk penerapan promosi digital yang telah dilakukan oleh UINSI Samarinda dan dampaknya terhadap daya saing lembaga pendidikan di era digital.

1. Pelatihan Digital Marketing untuk Mahasiswa



Salah satu upaya yang dilakukan UINSI Samarinda untuk mempersiapkan mahasiswanya menghadapi era digital adalah dengan menyelenggarakan pelatihan digital marketing bagi mahasiswa.¹⁹ Pada Mei 2024, UPT Pengembangan Karir Mahasiswa dan Alumni (PKMA) UINSI Samarinda mengadakan pelatihan digital marketing di Fakultas Ekonomi Bisnis Islam (FEBI). Kegiatan ini diikuti oleh sekitar 50 mahasiswa dari berbagai program studi, yang mana mereka dibekali dengan pengetahuan dan keterampilan praktis dalam dunia pemasaran digital. Pelatihan ini menghadirkan pemateri yang merupakan profesional di bidang digital marketing.

Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan mahasiswa dalam memanfaatkan platform digital untuk mempromosikan produk dan layanan, serta mengembangkan usaha di dunia digital.²⁰ Di tengah perkembangan teknologi yang begitu cepat, keterampilan dalam digital marketing menjadi sangat penting, terutama bagi mahasiswa yang kelak akan memasuki dunia kerja.²¹ Dengan keterampilan ini, mahasiswa tidak hanya akan siap untuk bekerja di industri, tetapi

¹⁹ “Sadari Pentingnya Teknologi, UPT PKMA UIN Sultan Aji Muhammad Idris Samarinda Buka Pelatihan Digital Marketing,” *UINSI Samarinda* (blog), May 4, 2024, <https://www.uinsi.ac.id/2024/05/04/sadari-pentingnya-teknologi-upt-pkma-uin-sultan-aji-muhammad-idris-samarinda-buka-pelatihan-digital-marketing/>.

²⁰ Cintanya Andhita Dara Kirana, Nanda Ravenska, and Rifki Muhammad Fauzi, “Upaya Mengoptimalkan Peluang Inovasi Digital Bagi Mahasiswa Melalui Pelatihan Dan Pendampingan Digital Branding,” *I-Com: Indonesian Community Journal* 4, no. 3 (2024): 2277–87.

²¹ M. Mursalin and Muhammad Ali, “Peningkatan Kompetensi Digital Marketing Melalui Pelatihan Canva Bagi Mahasiswa Ilmu Komunikasi,” *Asskrue: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 1, no. 2 (2024): 28–39.

juga mampu berinovasi dan mengembangkan usaha mereka sendiri menggunakan alat-alat digital yang tersedia.²²

Dengan melibatkan mahasiswa dalam pelatihan yang praktis dan relevan dengan dunia kerja, UINSI Samarinda tidak hanya mengedepankan kualitas akademik tetapi juga memberikan pengalaman yang berguna bagi mahasiswa dalam beradaptasi dengan tuntutan industri digital yang berkembang pesat. Hal ini menunjukkan bahwa promosi digital bukan hanya digunakan oleh lembaga pendidikan untuk memasarkan diri, tetapi juga sebagai alat untuk membekali mahasiswa dengan keterampilan yang sangat dibutuhkan dalam menghadapi pasar kerja yang semakin kompetitif.²³

2. Penerimaan Mahasiswa Baru melalui Platform Digital



Seiring dengan perkembangan teknologi, UINSI Samarinda telah bertransformasi dalam proses penerimaan mahasiswa baru (PMB). Penerimaan mahasiswa baru untuk tahun akademik 2025 dilakukan dengan memanfaatkan platform digital. Peluncuran PMB PTKIN Tahun 2025 dilakukan secara hybrid (online dan onsite), yang menunjukkan komitmen universitas dalam mengadaptasi teknologi digital untuk mencapai audiens yang lebih luas dan untuk mempermudah calon mahasiswa dalam mengakses informasi dan proses

²² Muhammad Saparuddin et al., “MANAJEMEN STRATEGIS PERGURUAN TINGGI DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING DI ERA GLOBALISASI,” *FIKRUNA: Jurnal Ilmiah Kependidikan Dan Kemasyarakatan* 7, no. 3 (June 12, 2025): 1072–88, <https://doi.org/10.56489/fik.v7i3.365>.

²³ Nur Ika Effendi et al., “PENINGKATAN SOFT SKILL WIRAUSAHA MAHASISWA MELALUI PELATHIAN GO DIGITAL,” *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)* 9, no. 1 (2025): 1308–16.

pendaftaran. Acara peluncuran ini juga dihadiri oleh Menteri Agama Republik Indonesia, Rektor UINSI Samarinda, dan pejabat terkait lainnya yang mengikuti acara secara daring melalui platform digital.²⁴



Penerimaan mahasiswa baru secara digital ini memungkinkan calon mahasiswa yang berada di berbagai wilayah untuk dapat mengakses informasi mengenai program studi, jadwal pendaftaran, dan persyaratan pendaftaran secara lebih mudah dan cepat. Proses ini tentu mempermudah para calon mahasiswa yang sebelumnya mungkin kesulitan untuk datang langsung ke universitas. Dengan adanya sistem pendaftaran online ini, UINSI Samarinda juga mampu memperluas jangkauan promosi mereka, menjangkau calon mahasiswa dari luar daerah bahkan luar negeri. Hal ini sangat penting untuk meningkatkan daya saing lembaga pendidikan dalam persaingan global, di mana institusi pendidikan tinggi harus mampu menarik perhatian calon mahasiswa dari berbagai penjuru dunia.

3. Penggunaan Media Sosial untuk Promosi dan Informasi

Tidak dapat dipungkiri bahwa media sosial kini menjadi salah satu alat promosi yang paling efektif dan efisien.²⁵ Di UINSI Samarinda, media sosial seperti Instagram, Facebook, dan YouTube digunakan secara aktif untuk memperkenalkan kegiatan akademik, mengumumkan acara kampus, dan

²⁴ "Menag Luncurkan PMB PTKIN Tahun 2025, Saatnya Kuliah Di UIN Sultan Aji Muhammad Idris Samarinda," *UINSI Samarinda* (blog), December 3, 2024, <https://www.uinsi.ac.id/2024/12/03/menag-luncurkan-pmb-ptkin-tahun-2025-saatnya-kuliah-di-uin-sultan-aji-muhammad-idris-samarinda/>.

²⁵ Alfaini Romadhona and Ainur Rifqi, "Peran Media Sosial Dalam Mendukung Implementasi Manajemen Humas Sekolah," *Inspirasi Manajemen Pendidikan*, 2022, 613–24.

menyebarluaskan informasi penting lainnya kepada masyarakat luas.²⁶ Melalui akun resmi Instagram @uinsisamarinda, universitas ini secara rutin mengunggah berbagai kegiatan, mulai dari ujian promosi doktor, pelatihan digital marketing, hingga informasi mengenai penerimaan mahasiswa baru.²⁷

Pemanfaatan media sosial memberikan kemudahan bagi masyarakat dan calon mahasiswa untuk mengakses informasi mengenai universitas kapan saja dan di mana saja.²⁸ Selain itu, media sosial juga membuka peluang untuk berinteraksi secara langsung dengan audiens melalui komentar, pesan langsung, dan bahkan live streaming acara-acara penting.²⁹ Ini adalah contoh nyata dari digitalisasi dalam dunia pendidikan yang tidak hanya memperkenalkan institusi, tetapi juga mempererat hubungan antara universitas dengan masyarakat dan calon mahasiswa. Penggunaan media sosial juga memungkinkan promosi secara lebih efisien dan berbiaya rendah, dibandingkan dengan metode promosi tradisional seperti iklan di televisi atau radio.³⁰

4. Kolaborasi dengan Lembaga Lain untuk Pengembangan Digital

Tidak hanya terbatas pada internal universitas, UINSI Samarinda juga menjalin kerja sama dengan berbagai lembaga untuk mendukung pengembangan digital yang lebih luas. Salah satunya adalah kolaborasi dengan Perpustakaan

²⁶ Hanifah Lutfi Noor Salsabila and Achmad Husri, “PEMANFAATAN MEDIA BARU SEBAGAI WADAH PUBLIKASI HUMAS UINSI SAMARINDA,” *Journal of Social Computer and Religiosity (SCORE)* 2, no. 1 (2024): 19–33, [https://doi.org/10.21093\(score.v2i1.8119](https://doi.org/10.21093(score.v2i1.8119).

²⁷ “PASCASARJANA UINSI SAMARINDA on Instagram 3-S rotkoD isomorP naijU’ : didikan Agama Islam Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sultan Aji Muhammad Idris Pen Samarinda — State Islamic University of Sultan Aji Muhammad Idris Samarinda | سمارندا ادريس محمد اجي سلطان الحكومية الإسلامية الجامعة | Sharing Information• Media Partner | Stay Connected with Us! Website: Www.Pasca.Uinsi.Ac.Id Facebook: Pascasarjana UINSI Samarinda Instagram : @pps.Uinsisamarinda Email: Uinsipasca@gmail.Com — #universitasislamnegerisultananajimuhammadidrissamarinda #uinsisamarinda #pascasarjana #ftik #fasya #fuad #febi #pendiskemenag #sarjanamuda #iainsamarinda #indonesiahijau #kampushijau #sarjanamuda #sarjanaindonesia #cendekiasamarinda’ ,margatsnI ”, ./arinda/reel/DCorJ89OKoqNovember 21, 2024, <https://www.instagram.com/pps.uinsisam>

²⁸ Siti Noraulva Safitri, Hakim Syah, and Heri Setiawan, “Penggunaan Media Sebagai Sumber Informasi Pemilu Pilpres Dan Pileg 2024 Di Kalangan Mahasiswa Perguruan Tinggi Keagamaan Negeri Di Palangka Raya,” *Restorica: Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Negara Dan Ilmu Komunikasi* 9, no. 1 (2023): 25–36.

²⁹ Joice Manurung and Erman Anom, “Strategi Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Sekolah Musik Di Dotodo Music Edutainment,” *Technomedia Jurnal* 8, no. 2 (2023): 248–60.

³⁰ Ovi Hamidah Sari et al., *DIGITAL MARKETING: Optimalisasi Strategi Pemasaran Digital* (PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023).

Islamic Center Kalimantan Timur, yang bertujuan untuk mengembangkan e-library berbasis digital.³¹ Melalui kerja sama ini, UINSI menerima hibah buku dari Balitbang Diklat Kemenag RI, yang akan digunakan untuk memperkaya koleksi digital di perpustakaan universitas.



Kerja sama ini sangat penting dalam meningkatkan aksesibilitas informasi bagi mahasiswa dan masyarakat luas. Di era digital, perpustakaan digital menjadi salah satu sumber belajar yang sangat dibutuhkan oleh mahasiswa dan peneliti.³² Selain itu, akses yang lebih mudah dan cepat terhadap bahan bacaan atau referensi akan mendukung proses pembelajaran yang lebih efektif dan efisien.³³ Oleh karena itu, pengembangan e-library berbasis digital ini tidak hanya berdampak pada kualitas layanan perpustakaan, tetapi juga meningkatkan daya saing UINSI Samarinda sebagai lembaga pendidikan yang adaptif terhadap perkembangan teknologi.

5. Integrasi Teknologi dalam Pembelajaran dan Administrasi Akademik

Selain untuk promosi, UINSI Samarinda juga mengintegrasikan teknologi dalam proses pembelajaran dan administrasi akademik. Melalui sistem informasi

³¹ “Tingkatkan Promosi Dan Produktivitas, UIN Samarinda Gandeng Perpustakaan Islamic Center Kalimantan Timur,” *UINSI Samarinda* (blog), September 14, 2021, <https://www.uinsi.ac.id/2021/09/14/tingkatkan-promosi-dan-produktivitas-uin-samarinda-gandeng-perpustakaan-islamic-center-kalimantan-timur/>.

³² Ridwan Ridwan, Rohana Rohana, and Hapsari Nurul Fikriati Ayu, “Strategi Pengembangan Perpustakaan Perguruan Tinggi Di Era Digital (Studi Upt Perpustakaan Uin Mataram),” *Shaut Al-Maktabah: Jurnal Perpustakaan, Arsip Dan Dokumentasi* 15, no. 2 (2023): 151–65.

³³ Tsuraya Banatya Sundusy Sundusy et al., “INOVASI PERPUSTAKAAN DIGITAL: MENINGKATKAN AKSES DAN MINAT BACA DI ERA DIGITAL,” *Jurnal Multidisiplin Ilmu* 1, no. 1 (2025).

akademik berbasis digital, mahasiswa dapat dengan mudah mengakses berbagai informasi penting seperti jadwal kuliah, materi pembelajaran, dan melakukan pendaftaran mata kuliah secara online.³⁴ Hal ini memberikan kemudahan bagi mahasiswa dalam mengatur jadwal dan mengakses materi kuliah tanpa harus datang langsung ke kampus.

Integrasi teknologi dalam administrasi juga mempermudah pengelolaan data akademik dan administrasi kampus secara keseluruhan. Sistem berbasis digital ini membantu meningkatkan efisiensi dalam proses administratif seperti pendaftaran, pengelolaan nilai, dan komunikasi antara mahasiswa dan dosen.³⁵ Dengan sistem ini, universitas dapat menghemat waktu dan sumber daya, serta meningkatkan kualitas layanan akademik bagi mahasiswa. Selain itu, pengelolaan yang lebih terorganisir dan digital juga mendukung transparansi dalam penyelenggaraan pendidikan dan memberikan pengalaman yang lebih baik bagi mahasiswa.³⁶

D. KESIMPULAN

Pada tahun 2025, UINSI Samarinda telah sukses menerapkan strategi promosi digital untuk meningkatkan daya saingnya di era Industri 4.0. Berbagai inisiatif seperti pelatihan digital marketing bagi mahasiswa, penerimaan mahasiswa baru berbasis digital, dan pemanfaatan media sosial telah dilakukan untuk memperkenalkan program akademik, mempermudah proses pendaftaran, dan memperluas jangkauan promosi.

Kolaborasi dengan lembaga lain untuk mengembangkan e-library berbasis digital juga meningkatkan aksesibilitas informasi bagi mahasiswa. Selain itu, integrasi teknologi dalam pembelajaran dan administrasi akademik telah meningkatkan efisiensi dan transparansi operasional kampus.

³⁴ Amanah Amnun Zulfa, Tatang Ibrahim, and Opan Arifudin, "Peran Sistem Informasi Akademik Berbasis Web Dalam Upaya Meningkatkan Efektivitas Dan Efisiensi Pengelolaan Akademik Di Perguruan Tinggi," *Jurnal Tahsinia* 6, no. 1 (2025): 115–34.

³⁵ Amanah Amnun Zulfa, Tatang Ibrahim, and Opan Arifudin, "Peran Sistem Informasi Akademik Berbasis Web Dalam Upaya Meningkatkan Efektivitas Dan Efisiensi Pengelolaan Akademik Di Perguruan Tinggi," *Jurnal Tahsinia* 6, no. 1 (2025): 115–34.

³⁶ Rahmawati Rahmawati et al., *Manajemen Mutu Pelayanan Pendidikan Digital:: Strategi Meningkatkan Kepuasan Mahasiswa Di Era Transformasi Perguruan Tinggi* (PT. Star Digital Publishing, 2025).

Muhammad Saparuddin, Heriman, Nurlaili, Widyatmike Gede Mulawarman, Masrur Yahya: Optimalisasi Strategi Promosi Digital dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan di Era Industri 4.0 (Studi Kasus pada Universitas Islam Negeri Sultan Aji Muhammad Idris Samarinda)

Secara keseluruhan, penerapan promosi digital ini telah memperkuat posisi UINSI Samarinda di kancah global, meningkatkan daya saingnya, dan memastikan relevansi universitas di era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Aidah, Aidah, Opan Arifudin, and Tatang Ibrahim. "Pengembangan Sistem Informasi Manajemen Dalam Dunia Pendidikan." *Jurnal Tahsinia* 5, no. 6 (2024): 966–77.
- Defika, Salsabila, Kun Nurachadijat, Saila Paroh, and Nanda Alya Agustina. "ANALISIS PENGEMBANGAN PENDIDIKAN ERA REVOLUSI INDUSTRI 4.0 DI SMAN 1 KABANDUNGAN." *VARIABLE RESEARCH JOURNAL* 1, no. 02 (2024): 434–41.
- Effendi, Nur Ika, Supriyati Supriyati, Darham Darham, Herawati Herawati, Oldi Arnoldy Arby, and Laula Dwi Marthika. "PENINGKATAN SOFT SKILL WIRUSAHA MAHASISWA MELALUI PELATIHAN GO DIGITAL." *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)* 9, no. 1 (2025): 1308–16.
- Hafid, Ahmad Nur, and Muhammad Sidiq Purnomo. "REVOLUSI BRANDING LEMBAGA PENDIDIKAN MELALUI OPTIMALISASI MARKETING MIX DI ERA DIGITAL." *JURNAL AZKIA: Jurnal Aktualisasi Pendidikan Islam* 20, no. 2 (2024): 97–110.
- Instagram. "PASCASARJANA UINSI SAMARINDA on Instagram isomorP naijU" : sarjana Universitas Islam Negeri Sultan Aji Pendidikan Agama Islam Pasca 3-Doktor S Muhammad IdrisSamarinda ————— State Islamic University of Sultan Aji Muhammad Idris Samarinda الجامعة الإسلامية سمارندا إدريس محمد أجي سلطان الحكومية | Sharing Information• Media Partner | Stay Connected with Us! Website: Www.Pasca.Uinsi.Ac.Id Facebook: Pascasarjana UINSI Samarinda Instagram: @pps.Uinsisamarinda Email: Uinsipasca@gmail.Com ————— #universitasislamnegerisultanaaji muhammad idrissamarinda #uinsisamarinda #pascasarjana #ftik #fasya #fuad #febi #pendiskemenag #sarjanamuda #iainsamarinda #indonesiahijau #kampushijau

Muhammad Saparuddin, Heriman, Nurlaili, Widyatmike Gede Mulawarman, Masrur Yahya: Optimalisasi Strategi Promosi Digital dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan di Era Industri 4.0 (Studi Kasus pada Universitas Islam Negeri Sultan Aji Muhammad Idris Samarinda)

- #sarjanamuda #sarjanaindonesia #cendekiasamarinda' .4202 ,12 rebmevoN ",
./https://www.instagram.com/pps.uinsisamarinda/reel/DCorJ89OKoq
- Irwan, Muhamad, and Dwi Novaria Misidawati. "PERAN MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN EFEKTIVITAS PUBLIC RELATIONS INSTITUSI PENDIDIKAN TINGGI." *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial* 12, no. 6 (2025): 2344–60.
- . "PERAN MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN EFEKTIVITAS PUBLIC RELATIONS INSTITUSI PENDIDIKAN TINGGI." *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial* 12, no. 6 (2025): 2344–60.
- Kadir, Abdul, and Nuarwana Sampara. "Strategi Pemasaran Dalam Proses Penerimaan Mahasiswa Baru Di Universitas Ichsan Sidenreng Rappang." *YUME: Journal of Management* 7, no. 3 (2024): 1849–58.
- Kirana, Cintantya Andhita Dara, Nanda Ravenska, and Rifki Muhammad Fauzi. "Upaya Mengoptimalkan Peluang Inovasi Digital Bagi Mahasiswa Melalui Pelatihan Dan Pendampingan Digital Branding." *I-Com: Indonesian Community Journal* 4, no. 3 (2024): 2277–87.
- Manurung, Joice, and Erman Anom. "Strategi Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Sekolah Musik Di Dotodo Music Edutainment." *Technomedia Journal* 8, no. 2 (2023): 248–60.
- Maulana, Irfan, Anisa Fitriyani, Dian Kasoni, and Firdha Aprilyani. "Sistem Penerimaan Mahasiswa Cerdas Baru Berbasis Web." *Jurnal Sistem Informasi* 14, no. 01 (2025): 25–34.
- Mursalin, M., and Muhammad Ali. "Peningkatan Kompetensi Digital Marketing Melalui Pelatihan Canva Bagi Mahasiswa Ilmu Komunikasi." *Asskruiie: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 1, no. 2 (2024): 28–39.
- Rahmawati, Rahmawati, Johar Permana, Yayah Rahyasilah, and Cepi Triatna. *Manajemen Mutu Pelayanan Pendidikan Digital:: Strategi Meningkatkan Kepuasan Mahasiswa Di Era Transformasi Perguruan Tinggi*. PT. Star Digital Publishing, 2025.

Muhammad Saparuddin, Heriman, Nurlaili, Widyatmike Gede Mulawarman, Masrur Yahya: Optimalisasi Strategi Promosi Digital dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan di Era Industri 4.0 (Studi Kasus pada Universitas Islam Negeri Sultan Aji Muhammad Idris Samarinda)

- Ridwan, Ridwan, Rohana Rohana, and Hapsari Nurul Fikriati Ayu. "Strategi Pengembangan Perpustakaan Perguruan Tinggi Di Era Digital (Studi Upt Perpustakaan Uin Mataram)." *Shaut Al-Maktabah: Jurnal Perpustakaan, Arsip Dan Dokumentasi* 15, no. 2 (2023): 151–65.
- Rodin, Rhoni, Jumatul Hidayah, and Hendra Harmi. "Manajemen Sistem Pendidikan Perguruan Tinggi Islam Di Indonesia." *Dirasah: Jurnal Studi Ilmu Dan Manajemen Pendidikan Islam* 8, no. 1 (2025): 35–52.
- Romadhona, Alfaini, and Ainur Rifqi. "Peran Media Sosial Dalam Mendukung Implementasi Manajemen Humas Sekolah." *Inspirasi Manajemen Pendidikan*, 2022, 613–24.
- Safitri, Siti Noraulva, Hakim Syah, and Heri Setiawan. "Penggunaan Media Sebagai Sumber Informasi Pemilu Pilpres Dan Pileg 2024 Di Kalangan Mahasiswa Perguruan Tinggi Keagamaan Negeri Di Palangka Raya." *Restorica: Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Negara Dan Ilmu Komunikasi* 9, no. 1 (2023): 25–36.
- Salsabila, Hanifah Lutfi Noor, and Achmad Husri. "PEMANFAATAN MEDIA BARU SEBAGAI WADAH PUBLIKASI HUMAS UINSI SAMARINDA." *Journal of Social Computer and Religiosity (SCORE)* 2, no. 1 (2024): 19–33. <https://doi.org/10.21093/score.v2i1.8119>.
- Saparuddin, Muhammad, Laili Komariyah, Lambang Subagyo, and Warman Warman. "MANAJEMEN STRATEGIS PERGURUAN TINGGI DALAM MENINGKATKAN DAYA SAING DI ERA GLOBALISASI." *FIKRUNA: Jurnal Ilmiah Kependidikan Dan Kemasyarakatan* 7, no. 3 (June 12, 2025): 1072–88. <https://doi.org/10.56489/fik.v7i3.365>.
- Sari, Ovi Hamidah, Arief Yanto Rukmana, Musran Munizu, Nurillah Jamil Achmawati Novel, Muhammad Fachrul Salam, Raden Marsha Aulia Hakim, Rani Sukmadewi, and Ratih Purbasari. *DIGITAL MARKETING: Optimalisasi Strategi Pemasaran Digital*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2023.

Muhammad Saparuddin, Heriman, Nurlaili, Widyatmike Gede Mulawarman, Masrur Yahya: Optimalisasi Strategi Promosi Digital dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan di Era Industri 4.0 (Studi Kasus pada Universitas Islam Negeri Sultan Aji Muhammad Idris Samarinda)

- Sari, Shinta Nofita, and Nurul Salma. "Peran Media Sosial Sebagai Promosi Pemanfaatan Jasa Informasi Di Perpustakaan Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang." *Jurnal Pustaka Ilmiah* 10, no. 2 (2024): 235–48.
- Sariwardani, Andriyani. "Manajemen Pendidikan Di Era Revolusi Industri 4.0 Dan Society 5.0." *Central Publisher* 1, no. 9 (2023): 1035–48.
- Sundusy, Tsuraya Banatya Sundusy, Tandira Aji Aji, Vania Maulida Azzahra Vania, and Yasmin Akhdinie Yasmin. "INOVASI PERPUSTAKAAN DIGITAL: MENINGKATKAN AKSES DAN MINAT BACA DI ERA DIGITAL." *Jurnal Multidisiplin Ilmu* 1, no. 1 (2025).
- . "INOVASI PERPUSTAKAAN DIGITAL: MENINGKATKAN AKSES DAN MINAT BACA DI ERA DIGITAL." *Jurnal Multidisiplin Ilmu* 1, no. 1 (2025).
- Susanti, Ari, and Dwimay Fawzy. "Optimalisasi Media Sosial Dalam Meningkatkan Daya Tarik Sekolah Melalui Pelatihan Pembuatan Konten Promosi Di Lembaga Pendidikan Muhammadiyah Bondowoso." *Jompa Abdi: Jurnal Pengabdian Masyarakat* 4, no. 1 (2025): 10–22.
- UINSI Samarinda. "Menag Luncurkan PMB PTKIN Tahun 2025, Saatnya Kuliah Di UIN Sultan Aji Muhammad Idris Samarinda," December 3, 2024. <https://www.uinsi.ac.id/2024/12/03/menag-luncurkan-pmb-ptkin-tahun-2025-saatnya-kuliah-di-uin-sultan-aji-muhammad-idris-samarinda/>.
- UINSI Samarinda. "Sadari Pentingnya Teknologi, UPT PKMA UIN Sultan Aji Muhammad Idris Samarinda Buka Pelatihan Digital Marketing," May 4, 2024. <https://www.uinsi.ac.id/2024/05/04/sadari-pentingnya-teknologi-upt-pkma-uin-sultan-aji-muhammad-idris-samarinda-buka-pelatihan-digital-marketing/>.
- UINSI Samarinda. "Tingkatkan Promosi Dan Produktivitas, UIN Samarinda Gandeng Perpustakaan Islamic Center Kalimantan Timur," September 14, 2021. <https://www.uinsi.ac.id/2021/09/14/tingkatkan-promosi-dan-produktivitas-uin-samarinda-gandeng-perpustakaan-islamic-center-kalimantan-timur/>.

Muhammad Saparuddin, Heriman, Nurlaili, Widyatmike Gede Mulawarman, Masrur Yahya: Optimalisasi Strategi Promosi Digital dalam Meningkatkan Daya Saing Lembaga Pendidikan di Era Industri 4.0 (Studi Kasus pada Universitas Islam Negeri Sultan Aji Muhammad Idris Samarinda)

- Zulfa, Amanah Amnun, Tatang Ibrahim, and Opan Arifudin. "Peran Sistem Informasi Akademik Berbasis Web Dalam Upaya Meningkatkan Efektivitas Dan Efisiensi Pengelolaan Akademik Di Perguruan Tinggi." *Jurnal Tahsinia* 6, no. 1 (2025): 115–34.
- . "Peran Sistem Informasi Akademik Berbasis Web Dalam Upaya Meningkatkan Efektivitas Dan Efisiensi Pengelolaan Akademik Di Perguruan Tinggi." *Jurnal Tahsinia* 6, no. 1 (2025): 115–34.
- . "Peran Sistem Informasi Akademik Berbasis Web Dalam Upaya Meningkatkan Efektivitas Dan Efisiensi Pengelolaan Akademik Di Perguruan Tinggi." *Jurnal Tahsinia* 6, no. 1 (2025): 115–34.