

PEMASARAN DAN PROMOSI PERGURUAN TAPAK SUCI BANJARNEGARA BERBASIS MEDIA SOSIAL

MARKETING AND PROMOTION OF TAPAK SUCI BANJARNEGARA COLLEGE BASED ON SOCIAL MEDIA

^{1*}Syarif Hidayat, ²Amin Pujiati, ³Rizky Sota Dyaksa

^{1*2} Pascasarjana Universitas Negeri Semarang

³Program Studi Pendidikan Olahraga, Fakultas Ilmu Sosial dan Pendidikan, Universitas Nahdlatul Ulama Blitar

Kontak koresponden: syarifhidayat23@students.unnes.ac.id

ABSTRAK

Semakin berkembang teknologi media sosial, muncul sebagai alat yang sangat diperlukan bagi eksistensi perguruan pencak silat yaitu perguruan Tapak suci Banjarnegara. Metode penelitian deskriptif observasional digunakan dengan mengumpulkan data primer melalui wawancara terstruktur, survei, dan observasi. Hasil menunjukkan bahwa mayoritas anggota perguruan adalah pelajar, mahasiswa, dan masyarakat umum, dengan media sosial seperti WhatsApp, Facebook, dan Instagram menjadi platform yang paling banyak digunakan. Temuan juga menyoroti pentingnya komunitas online yang aktif dalam memperkuat citra dan reputasi perguruan, sementara tantangan termasuk ketidakresponsifan dalam berinteraksi dengan pengikut dan kebutuhan untuk terus berinovasi dalam menciptakan konten yang relevan dan menarik. Kesimpulannya, adaptasi terhadap perubahan digital dan penekanan pada inovasi adalah kunci untuk meningkatkan pemasaran dan promosi perguruan tapak suci melalui media sosial.

Kata Kunci: promosi; Tapak Suci; media sosial

ABSTRACT

The development of social media technology has emerged as an indispensable tool for the existence of the Pencak Silat school, namely the Tapak Suci Banjarnegara school. The descriptive observational research method was used by collecting primary data through structured interviews, surveys, and observations. The results show that the majority of school members are students, college students, and the general public, with social media such as WhatsApp, Facebook, and Instagram being the most widely used platforms. The findings also highlight the importance of an active online community in strengthening the image and reputation of the school, while challenges include unresponsiveness in interacting with followers and the need to continue to innovate in creating relevant and interesting content. In conclusion, adaptation to digital change and an emphasis on innovation are the keys to improving the marketing and promotion of the Tapak Suci school through social media.

Keywords: promotion; Tapak Suci; social media

Pendahuluan

Pencak Silat, seni bela diri tradisional Indonesia, telah semakin diakui tidak hanya sebagai warisan budaya tetapi juga sebagai komponen penting dari industri olahraga (Wardoyo & Setiakarnawijaya, 2023; Ismail et al., 2024; Hidayat et al., 2023). Pencak silat, sebagai salah satu warisan budaya Indonesia, tidak hanya menjadi bagian dari tradisi dan identitas bangsa, tetapi juga merupakan cabang olahraga yang semakin diminati dan berkembang (Barlenty et al., 2022; Hidayat et al., 2023). Konteksnya, perguruan pencak silat di Banjarnegara yaitu Perguruan Tapak Suci telah menjadi salah satu pusat kegiatan pencak silat yang memiliki potensi besar untuk pertumbuhan dan pengembangan atlet serta industri olahraga potensial. Tapak Suci adalah sebuah perguruan silat yang menggabungkan nilai-nilai spiritual Islam dengan teknik bela diri tradisional Indonesia, berfokus pada pengembangan fisik, mental, dan spiritual (Hidayat et al., 2022). Kelebihan Perguruan pencak silat ini memiliki segudang prestasi yang diraih oleh para atletnya baik di tingkat Nasional maupun Internasional. Namun, tantangan yang dihadapi dalam mengembangkan perguruan ini tidaklah sedikit. Salah satu tantangan utama adalah meningkatkan jumlah atlet yang bergabung dalam perguruan serta meningkatkan pendapatan perguruan melalui strategi pemasaran dan promosi yang efektif, khususnya dalam era digital dan media sosial yang semakin dominan.

Peningkatan jumlah atlet dalam perguruan pencak silat Tapak Suci tidak hanya penting untuk menunjukkan vitalitas dan keberlanjutan perguruan, tetapi juga memberikan kontribusi positif terhadap prestasi dan reputasi organisasi ini secara keseluruhan. Berbagai penelitian sebelumnya menyoroti beberapa faktor yang mempengaruhi jumlah atlet yang bergabung dalam sebuah perguruan atau organisasi olahraga, termasuk faktor internal perguruan pencak silat itu sendiri serta faktor eksternal seperti tren pasar dan promosi (Rinta-Antila et al., 2022).

Salah satu faktor utama yang memengaruhi jumlah atlet yang bergabung dalam perguruan pencak silat adalah kualitas dan reputasi perguruan itu sendiri. Seperti yang setiap orang ketahui, manajemen yang bagus akan ikut membangun sebuah reputasi positif terhadap organisasi (Haryanto et al., 2024). Perguruan Pencak Silat yang dikenal memiliki prestasi yang baik dan program pelatihan yang berkualitas cenderung menarik minat atlet potensial untuk bergabung dan peningkatan kepercayaan masyarakat (Hidayat et al., 2023; Hidayat et al., 2022; Hidayat et al., 2021). Selain itu, keterlibatan aktif dalam kegiatan kompetisi dan acara olahraga regional atau nasional juga dapat menjadi faktor penarik bagi calon atlet.

Namun, meskipun reputasi perguruan dan keterlibatan dalam kegiatan kompetisi penting, promosi dan pemasaran juga memainkan peran krusial dalam menarik minat atlet potensial (Almuhtady, 2019). Perguruan pencak silat yang aktif dalam promosi, terutama melalui media sosial, cenderung memiliki pertumbuhan jumlah atlet yang lebih baik dibandingkan dengan perguruan yang kurang aktif dalam promosi tersebut. Media sosial telah menjadi alat yang sangat efektif dalam menjangkau khalayak yang lebih luas dan mengkomunikasikan informasi tentang perguruan serta program-programnya.

Meskipun potensi pertumbuhan dan pengembangan perguruan pencak silat Tapak Suci sangat besar, beberapa tantangan perlu diatasi untuk mencapai tujuan tersebut. Salah satu

tantangan utama adalah kesadaran dan pemahaman yang kurang dari masyarakat tentang manfaat dan nilai dari berpartisipasi dalam pencak silat. Dalam konteks ini, pendekatan pemasaran yang inovatif dan edukatif perlu dikembangkan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang olahraga ini serta manfaatnya bagi perkembangan fisik, mental, dan spiritual (Argan & Education, 2010).

Selain itu, persaingan dengan perguruan pencak silat dan perguruan beladiri yang lain juga merupakan tantangan yang harus dihadapi. Dalam upaya meningkatkan jumlah atlet, perguruan pencak silat Tapak Suci perlu membedakan dirinya dari pesaingnya melalui penekanan pada keunggulan unik perguruan, seperti metode pelatihan yang inovatif, program pengembangan atlet yang holistik, dan atmosfer perguruan yang inklusif dan mendukung.

Menghadapi tantangan tersebut, media sosial telah menjadi alat yang sangat efektif dalam memperkuat promosi dan pemasaran perguruan pencak silat Tapak Suci (Okonkwo & Awad, 2023). Melalui platform-platform seperti Facebook, Instagram, dan YouTube, dan media sosial lainnya dapat dengan mudah mengkomunikasikan informasi tentang program pelatihan, prestasi atlet, kegiatan-kegiatan perguruan, serta nilai dan budaya perguruan kepada audiens yang lebih luas.

Strategi pemasaran yang efektif melalui media sosial mencakup pembuatan konten yang menarik dan berkualitas, keterlibatan aktif dengan pengikut, kolaborasi dengan influencer lokal, serta penggunaan iklan berbayar untuk meningkatkan jangkauan dan visibilitas (Hermayanto, 2023). Dengan memanfaatkan media sosial secara optimal, perguruan pencak silat Tapak Suci dapat memperluas jangkauan dan membangun komunitas online yang kuat yang dapat menjadi sumber atlet potensial dan dukungan finansial.

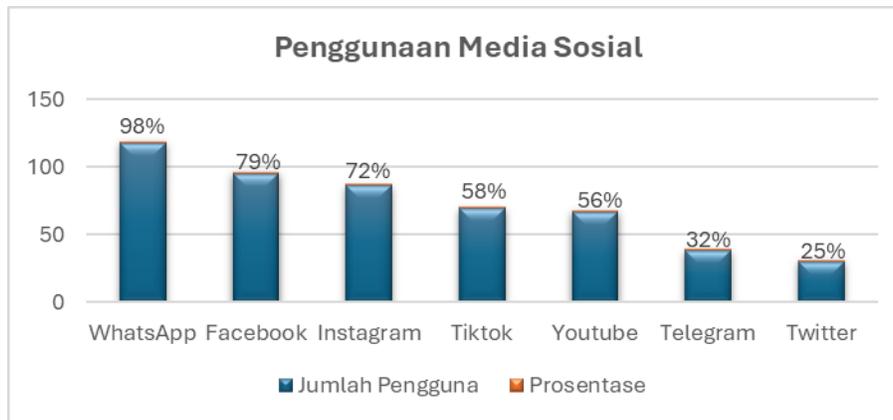
Memperkuat argumen tentang pentingnya penguatan promosi melalui media sosial dalam meningkatkan jumlah atlet dan pendapatan pencak silat, perbandingan dengan penelitian terdahulu dapat memberikan wawasan yang berharga. Penelitian oleh Anand, Anjali & Karthika C (2023) menemukan bahwa bagaimana media sosial mempromosikan olahraga yang kurang populer untuk mengidentifikasi strategi untuk meningkatkan visibilitas dan menarik penggemar baru, yang berpotensi berdampak pada jumlah dan pendapatan (Anand & C, 2023).

Metode

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif observasional. Metode penelitian deskriptif observasional adalah penelitian dengan menggambarkan suatu keadaan atau masalah yang digali melalui pengamatan yang terjadi di lapangan. Penelitian dilaksanakan pada perguruan Pencak silat Tapak Suci di Banjarnegara. Subyek dalam penelitian ini adalah anggota perguruan, pengurus organisasi dan masyarakat olahraga. Metode Pengumpulan Data Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh berdasarkan wawancara terstruktur, wawancara dan survei kepada pengurus organisasi dan observasi anggota perguruan tapak suci. Total subyek dalam penelitian sebanyak 150 responden. Analisis data menggunakan statistik deskriptif dan kualitatif.

Hasil

Sebagian besar anggota yang tergabung pada perguruan Tapak suci Banjarnegara adalah pelajar, mahasiswa dan sebagian masyarakat umum. Hasil survei dari 120 responden pada perguruan pencak silat Tapak Suci Banjarnegara menunjukkan media sosial yang digunakan adalah WhatsApp sebesar 98 %, facebook 79 %, Instagram (IG) 72%, Tiktok 58%, youtube 56%, telegram 32% dan twiter 25%.



Gambar 1. Media Sosial yang digunakan

Hasil wawancara beberapa atlet menyimpulkan bahwa komunitas online yang aktif dan berpartisipasi sangat penting dalam memperkuat citra dan reputasi Perguruan Tapak Suci. Komunitas dibuat oleh perguruan ini tidak hanya membantu dalam promosi, tetapi juga dalam mendukung dan memperkuat nilai-nilai yang dipegang teguh oleh Perguruan Tapak Suci.

Hasil wawancara dengan orang tua atlet dan masyarakat menyoroti bahwa mereka terdapat keluhan terkait Perguruan Tapak Suci yang kurang responsif pada media sosial. Pendapat mereka hal ini dapat menjadi tantangan yang jangan diabaikan dalam upaya pemasaran dan promosi melalui media sosial. Dalam wawancara subjek penelitian, mungkin terungkap bahwa ketidakresponsifan dari Perguruan Tapak Suci dapat mengakibatkan kehilangan kesempatan untuk membangun keterikatan yang kuat dengan pengikut dan calon pengikut. Komunikasi yang satu arah atau bahkan ketidakmampuan untuk merespons pertanyaan atau umpan balik dari audiens dapat mengesampingkan potensi pertumbuhan dan pengaruh yang dapat dicapai melalui interaksi aktif di platform-media sosial. Selain itu, ketimpangan dalam responsivitas dapat merusak reputasi Perguruan Tapak Suci secara keseluruhan dalam komunitas online. Ketika pengikut merasa diabaikan atau tidak didengarkan, hal ini dapat menyebabkan frustrasi dan bahkan alienasi, yang pada gilirannya dapat mengurangi loyalitas dan partisipasi dalam komunitas tersebut. Dalam konteks pemasaran dan promosi, ketidakresponsifan dapat menjadi penghalang bagi pencapaian tujuan promosi dan membatasi potensi pertumbuhan audiens.

Hasil wawancara dengan pihak terkait dalam kerjasama meringkas bahwa tantangan dan peluang yang dihadapi dalam menggunakan media sosial untuk pemasaran Perguruan Tapak

Suci, perlu untuk mempertimbangkan dinamika kompleks yang terlibat. Salah satu tantangan utama yang mungkin dihadapi adalah kesulitan dalam menciptakan konten yang relevan dan menarik secara konsisten. Perguruan Tapak Suci harus terus berinovasi dan menciptakan konten yang tidak hanya memperkuat identitas dan nilai-nilai mereka, tetapi juga memenuhi kebutuhan dan minat audiens mereka. Hal ini memerlukan pemahaman yang mendalam tentang demografi dan preferensi audiens, serta kemampuan untuk menyesuaikan strategi konten sesuai dengan perubahan tren dan kebutuhan pasar. Mereka juga berpendapat media sosial juga menyediakan platform untuk kolaborasi dan kemitraan dengan organisasi atau individu lain yang memiliki visi dan nilai yang sejalan. Dengan memanfaatkan peluang ini secara efektif, Perguruan Tapak Suci dapat memperluas jaringan mereka, memperkuat reputasi mereka, dan mempercepat pertumbuhan dan pengaruh mereka dalam komunitas online.

Hasil wawancara pengurus organisasi perguruan tapak suci yang manungi mengenai inovasi dan pengembangan berkelanjutan dalam strategi pemasaran dan promosi Perguruan Tapak Suci melalui media sosial menyoroti pentingnya adaptasi terhadap perubahan yang terus-menerus dalam lingkungan digital. Dalam wawancara mereka telah melakukan pemasaran dan perlu terus mengidentifikasi tren baru, teknologi baru, dan pergeseran perilaku pengguna untuk tetap relevan dan efektif. Dengan memperbarui dan mengembangkan strategi mereka secara berkala, Perguruan Tapak Suci dapat mengantisipasi kebutuhan dan preferensi audiens yang berkembang, serta memanfaatkan peluang baru yang muncul di media sosial. Selain itu, penekanan pada inovasi dan pengembangan berkelanjutan juga dapat memperkuat posisi Perguruan Tapak Suci. Dengan mengadopsi pendekatan yang progresif terhadap pemasaran dan promosi, mereka dapat menarik perhatian lebih banyak orang dan membedakan diri mereka dari pesaing. Ini dapat mencakup eksperimen dengan format konten baru, integrasi teknologi canggih seperti kecerdasan buatan atau realitas virtual, serta berpartisipasi dalam kegiatan yang inovatif dan menarik.

Pembahasan

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan terhadap 120 responden dari Perguruan Tapak Suci Banjarnegara, dapat disimpulkan bahwa media sosial memiliki peran yang signifikan dalam interaksi dan komunikasi anggota, terutama di kalangan pelajar dan mahasiswa. Dominasi penggunaan WhatsApp dengan persentase 98% menunjukkan bahwa platform pesan instan ini telah menjadi sarana utama untuk berkomunikasi dan berbagi informasi di antara anggota Perguruan Tapak Suci. Dengan demikian, WhatsApp menjadi platform yang penting bagi Perguruan Tapak Suci dalam membangun komunitas, menyampaikan pengumuman, serta memfasilitasi diskusi dan koordinasi antaranggota.

Selain WhatsApp, Facebook menempati posisi kedua dengan persentase penggunaan sebesar 79%. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun mungkin ada perkembangan tren baru dalam media sosial, Facebook masih tetap menjadi salah satu platform yang populer di kalangan anggota Perguruan Tapak Suci Banjarnegara. Facebook menyediakan berbagai fitur yang memungkinkan anggota untuk berinteraksi, berbagi konten, dan memperluas jaringan sosial

mereka, sehingga platform ini masih menjadi bagian penting dari ekosistem media sosial Perguruan Tapak Suci.

Selanjutnya, Instagram (IG) dan TikTok menunjukkan adopsi yang cukup tinggi dengan persentase penggunaan masing-masing sebesar 72% dan 58%. Kehadiran yang kuat dari kedua platform ini menunjukkan bahwa anggota Perguruan Tapak Suci Banjarnegara tertarik untuk berpartisipasi dalam tren konten visual yang sedang berkembang, seperti foto dan video pendek. Dengan demikian, Perguruan Tapak Suci dapat memanfaatkan Instagram dan TikTok sebagai sarana untuk mempromosikan kegiatan, membagikan kisah sukses, serta memperkenalkan budaya dan nilai-nilai yang dipegang oleh organisasi tersebut kepada audiens yang lebih luas.

Berdasarkan evaluasi temuan dari hasil wawancara dan data survei untuk mendapatkan wawasan mendalam tentang efektivitas penggunaan media sosial dalam pemasaran dan promosi Perguruan Tapak Suci Banjarnegara. Salah satu temuan yang menonjol adalah bahwa kehadiran online yang kuat melalui media sosial telah menjadi bagian integral dari strategi pemasaran perguruan. Dengan menggunakan platform-platform seperti Facebook, Instagram, dan TikTok, perguruan telah berhasil menjangkau audiens yang lebih luas daripada sebelumnya.

Wawancara dengan pengurus perguruan menghasilkan bahwa media sosial menjadikan perguruan untuk memenuhi kebutuhan dan ekspektasi komunitas online yang semakin berkembang. Dalam era digital ini, orang cenderung mencari informasi dan terhubung dengan komunitas online, sehingga keberadaan perguruan di media sosial memungkinkan mereka untuk membangun dan memelihara hubungan yang lebih erat dengan pengikut dan calon pengikut (Vargas-hernández & Morales-del-rio, 2019).

Namun, kami juga menemukan bahwa ketidakresponsifan dari beberapa perguruan terhadap audiens di media sosial dapat menjadi tantangan yang signifikan dalam upaya pemasaran dan promosi mereka. Dalam wawancara dengan orang tua atlet dan masyarakat umum, kami mendapati bahwa ketidakresponsifan ini dapat mengakibatkan kehilangan kesempatan untuk membangun keterikatan yang kuat dengan pengikut dan calon pengikut.

Selain itu, ketidakresponsifan juga dapat merusak reputasi perguruan secara keseluruhan dalam komunitas online. Ketika pengikut merasa diabaikan atau tidak didengarkan, hal ini dapat menyebabkan frustrasi dan bahkan alienasi, yang pada gilirannya dapat mengurangi loyalitas dan partisipasi dalam perguruan tapak suci itu sendiri. Dalam konteks pemasaran dan promosi, ketidakresponsifan dapat menjadi penghalang bagi pencapaian tujuan promosi dan membatasi potensi pertumbuhan audiens. Oleh karena itu, penting bagi perguruan untuk menyadari pentingnya keterlibatan yang responsif dan proaktif dengan audiens mereka di media sosial guna memaksimalkan dampak dari upaya pemasaran mereka.

Dalam wawancara dengan beberapa atlet, kami menemukan bahwa komunitas online yang aktif dan berpartisipasi sangat penting dalam memperkuat citra dan reputasi Perguruan Tapak Suci. Komunitas seperti ini tidak hanya membantu dalam promosi, tetapi juga dalam mendukung dan memperkuat nilai-nilai yang dipegang teguh oleh perguruan.

Wawancara dengan pihak terkait dalam kerjasama menyoroti tantangan dan peluang dalam menggunakan media sosial untuk pemasaran perguruan. Salah satu tantangan utama adalah

kesulitan dalam menciptakan konten yang relevan dan menarik secara konsisten. Perguruan harus terus berinovasi dan menciptakan konten yang memperkuat identitas dan nilai-nilai mereka, serta memenuhi kebutuhan dan minat audiens mereka.

Di sisi lain, penggunaan media sosial juga memberikan berbagai peluang bagi perguruan untuk meningkatkan visibilitas dan memperluas pengaruh mereka. Dengan akses yang luas ke audiens global, media sosial memungkinkan perguruan untuk menjangkau orang-orang di seluruh dunia yang mungkin sebelumnya tidak terpapar dengan praktik atau filosofi mereka.

Dalam menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang ini, penting bagi perguruan untuk terus mengidentifikasi tren baru, teknologi baru, dan pergeseran perilaku pengguna. Dengan memperbarui dan mengembangkan strategi mereka secara berkala, perguruan dapat mengantisipasi kebutuhan dan preferensi audiens yang berkembang, serta memanfaatkan peluang baru yang muncul di media sosial.

Kesimpulan

Penggunaan media sosial telah membawa dampak signifikan bagi pemasaran dan promosi Perguruan Tapak Suci Banjarnegara. Dengan kehadiran online yang kuat, perguruan telah berhasil menjangkau audiens yang lebih luas daripada sebelumnya, memperkuat keterlibatan dengan pengikut dan calon pengikut, serta membangun hubungan yang lebih erat dengan komunitas online. Namun, tantangan yang dihadapi seperti ketidakresponsifan beberapa perguruan terhadap audiens dapat menghambat pencapaian tujuan promosi dan membatasi potensi pertumbuhan dan pengaruh di media sosial.

Temuan yang diperoleh, penting bagi perguruan untuk meningkatkan keterlibatan yang responsif dan proaktif dengan audiens mereka di media sosial. Responsifitas yang baik dapat membantu memperkuat hubungan dengan pengikut dan calon pengikut, membangun reputasi yang positif, dan meningkatkan partisipasi dalam komunitas online. Selain itu, inovasi dan pengembangan berkelanjutan dalam strategi pemasaran dan promosi juga perlu ditekankan untuk tetap relevan dan efektif di lingkungan digital yang terus berubah.

Memahami tantangan dan peluang yang terkait dengan penggunaan media sosial untuk pemasaran, Perguruan Tapak Suci Banjarnegara dapat terus memperkuat posisi mereka dalam komunitas pencak silat lokal dan meningkatkan pertumbuhan serta keberlanjutan organisasi dalam jangka panjang. Dengan menjaga responsifitas yang baik, mengadopsi inovasi dalam konten dan strategi pemasaran, serta terus beradaptasi dengan perubahan tren dan perilaku pengguna, perguruan dapat memaksimalkan dampak dari upaya pemasaran mereka dan mencapai tujuan organisasi dengan lebih efektif di era digital yang terus berkembang.

Referensi

- Almuhtady, M. k. y. (2019). The Role of Marketing Activities and Sports Sponsorship in Marketing Performance: A Study of The Opinions of The Workers in A Number of Iraqi Sports Clubs. *Tanmiyat Al-Rafidain*, 38(123), 9–26. <https://doi.org/10.33899/tanra.2019.163338>
- Anand, A., & C, K. (2023). Role of Social Media in Promoting Less Popular Sports. *ShodhKosh*:

- Journal of Visual and Performing Arts, 4(1SE), 199–219. <https://doi.org/10.29121/shodhkosh.v4.i1se.2023.460>
- Argan, M. T., & Education, P. (2010). Social Marketing Approach As a Tool for (From the Perspective of Sport for All) Sporu Yaygınlaştırma (Herkeleğin SpoPerspektifinden) Araci Olarak Sosyal Pazarlama. 1(3), 39–51.
- Barlinty, A., Artanayasa, I. W., & Suwiwa, I. G. (2022). Upaya Pelestarian Pencak Silat Sitembak Melalui Studi Etnografi Serta Nilai-Nilai Pendidikan Karakter. *Jurnal Ilmu Keolahragaan Undiksha*, 10(1), 1–9. <https://doi.org/10.23887/jiku.v10i1.48992>
- Haryanto, A. I., Suardika, I. K., Nurkhoiroh, N., Nani, A., & Nopiyanto, Y. E. (2024). Mengungkap Penerapan Fungsi Manajemen Olahraga Klub Taekwondo “The Kick Fighter”. *Journal of SPORT (Sport, Physical Education, Organization, Recreation, and Training)*, 8(1), 31-43. <https://doi.org/10.37058/sport.v8i1.10034>
- Hermayanto, R. (2023). Effective Marketing Strategies in Business: Trends and Best Practices in the Digital Age. *Jurnal Ad’ministrare*, 10(1), 61. <https://doi.org/10.26858/ja.v10i1.45101>
- Hidayat, S., & Haryanto, A. I. (2021). Pengembangan Tes Kelincahan Tendangan Pencak Silat. *Jambura Journal of Sports Coaching*, 3(2), 74-80. <https://doi.org/10.37311/jjsc.v3i2.11338>
- Hidayat, S., & Haryanto, A. I. (2022). Kombinasi latihan fisik dan teknik: Efek terhadap kecepatan tendangan sabit dan ketahanan anaerob. *Multilateral: Jurnal Pendidikan Jasmani dan Olahraga*, 21(2), 156-168. <http://dx.doi.org/10.20527/multilateral.v21i2.13604>
- Hidayat, S., Haryanto, A. I., Suardika, I. K., & Nugroho, H. (2023). Latihan Total Body Resistance Exercise Pencak Silat. *Jurnal Patriot*, 5(4), 186-196. <https://doi.org/10.24036/patriot.v%25vi%25i.988>
- Hidayat, S., Haryanto, A. I., & Widiyanto, W. (2023). Implementasi Hasil Penelitian Pengembangan Tes Kelincahan Tendangan Pencak Silat di Ekstrakurikuler SMK Negeri 1 Gorontalo. *Laksana Olahraga*, 1(02), 54-60
- Hidayat, S., Kadir, S., Haryanto, A. I., & Refiater, U. H. (2023). Kecepatan Tendangan Pesilat Pusat Pendidikan dan Latihan Olahraga Pelajar Gorontalo 2023. *Jambura Sports Coaching Academic Journal*, 2(1), 49-56. <https://doi.org/10.37905/jscaj.v2i1.20942>
- Hidayat, S., Liputo, N., Suratmin, S., & Haryanto, A. I. (2022). Pelatihan Pengukuran Kondisi Fisik Atlet Perguruan Tapak Suci Provinsi Gorontalo. *Jurnal Sibermas (Sinergi Pemberdayaan Masyarakat)*, 11(6), 1343-1353. <https://doi.org/10.37905/sibermas.v11i6.14399>
- Ismail, A., Djuma, P., Haryanto, A. I., & Hidayat, S. (2024). Pengaruh Media Latihan Samsak dan Pecing Pad Terhadap Peningkatan Kecepatan Tendangan Pencak Silat. *Jumper: Jurnal Mahasiswa Pendidikan Olahraga*, 4(3), 550-556. <https://doi.org/10.55081/jumper.v4i3.1267>
- Okonkwo, I., & Awad, H. A. (2023). The Role of Social Media in Enhancing Communication and Collaboration in Business. *Journal of Digital Marketing and Communication*, 3(1), 19–27. <https://doi.org/10.53623/jdmc.v3i1.247>
- Rinta-Antila, K., Koski, P., Heinonen, O. J., Korpelainen, R., Parkkari, J., Savonen, K., Toivo, K., Uusitalo, A., Valtonen, M., Vasankari, T., Villberg, J., & Kokko, S. (2022). Educational and family-related determinants of organized sports participation patterns from adolescence to emerging adulthood: A four-year follow-up study. In *International Journal of Health Promotion and Education*. <https://doi.org/10.1080/14635240.2022.2116943>
- Vargas-hernández, J. G., & Morales-del-rio, C. (2019). Social networks in organizations Redes

sociais nas organizações Redes sociales en las organizaciones. 43–50.

Wardoyo, H., & Setiakarnawijaya, Y. (2023). Systematic Literature Review: Research on Pencak Silat using Vos Viewers in the Scopus Database for 2018-2022. *Kinestetik : Jurnal Ilmiah Pendidikan Jasmani*, 7(1), 76–81. <https://doi.org/10.33369/jk.v7i1.26035>