

Media Video untuk Meningkatkan Prestasi Belajar Mata Kuliah Manajemen Pemasaran di Masa Pandemi Covid-19

Dwi Novaria Misidawati^{1*}, Ratna Nurdiana², Siti Aniqoh Shofwani³, Ahmad Hariyadi⁴

¹IAIN Pekalongan, ²UNIPA Surabaya, ³STIE Semarang, ⁴IKIP PGRI Bojonegoro

*dwi.novaria.misidawati@iainpekalongan.ac.id

ABSTRACT

The use of media in marketing management learning is one of the causes of the lack of interest and low student achievement in taking marketing management courses. This study aims to increase interest and learning achievement in marketing management courses through video media in class IA students of Islamic Economics Study Program, IAIN Pekalongan. This classroom action research with research subjects was students who took the IAIN Pekalongan IA class marketing management course. Data collection techniques used in this study were observation, documentation and tests. The results of the study show that the application of video media can increase student interest and learning achievement in management subjects, as evidenced by the pre-cycle class average 71. In the first cycle it increased to 76 and increased again in the second cycle to 79 (92.86% of students completed) from the predetermined KKM, namely 70 with an indicator of 75% of students completing. So it can be said that the application of video media can increase learning achievement in management subjects in class IA students of Islamic Economics Study Program, IAIN Pekalongan.

Keywords: media; video; covid-19; marketing management

ABSTRAK

Penggunaan media dalam pembelajaran manajemen pemasaran adalah salah satu penyebab kurangnya minat dan rendahnya prestasi belajar mahasiswa dalam mengikuti pembelajaran mata kuliah manajemen pemasaran. Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan minat dan prestasi belajar mata kuliah manajemen pemasaran melalui media video pada mahasiswa kelas IA Prodi Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan. Penelitian tindakan kelas ini dengan subjek penelitian mahasiswa yang mengambil mata kuliah manajemen pemasaran kelas IA IAIN Pekalongan. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, dokumentasi dan tes. Adapun hasil penelitian adalah penerapan media video dapat meningkatkan minat dan prestasi belajar mata kuliah manajemen pada mahasiswa, terbukti rata-rata kelas pra siklus 71. Pada siklus I meningkat menjadi 76 dan meningkat lagi pada siklus II menjadi 79 (92,86% mahasiswa tuntas) dari KKM yang telah ditentukan yaitu 70 dengan indikator 75% mahasiswa tuntas. Sehingga bisa dikatakan penerapan media video dapat meningkatkan prestasi belajar mata kuliah manajemen pada mahasiswa kelas IA Prodi Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan

Kata Kunci: media; video; covid-19; manajemen pemasaran

Submitted Apr 15, 2021 | Revised May 02, 2021 | Accepted May 05, 2021

Pendahuluan

Tahun 2020 menjadi tahun yang berat bagi kita semua, bukan hanya di Indonesia saja akan tetapi juga dirasakan hampir diseluruh dunia. Hal ini terjadi karena dunia sedang dilanda pandemic virus Covid-19. Covid-19 merupakan penyakit menular yang disebabkan oleh sindrom pernapasan akut corona virus 2. Dimana ketika menyerang manusia, corona virus menyebabkan penyakit infeksi saluran pernapasan, seperti flu, MERS (*Middle East Respiratory Syndrome*) dan SARS (*Serever Acute Respiratory Syndrome*).

Dampak munculnya penyakit menular ini membawa pengaruh di semua sektor kehidupan manusia (Darmuki, 2020). Bukan hanya dari sektor ekonomi, kesehatan bahkan di bidang pendidikan (Daniel, 2020). Segala daya dan upaya sudah dilakukan pemerintah guna memperkecil kasus penularan Covid-19. Tak terpungkiri salah satunya dibidang pendidikan adalah kebijakan belajar online (pembelajaran jarak jauh), atau dalam jaringan (daring) untuk seluruh siswa sekolah dasar hingga mahasiswa karena adanya pembatasan sosial (Handarini & Wulandari, 2020; Windhiyana, 2020). Begitu

juga dalam penyampaian mata kuliah manajemen pemasaran di Prodi Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan, yang biasanya disampaikan lewat tatap muka saat ini juga harus disampaikan melalui pembelajaran jarak jauh.

Belajar adalah suatu proses perubahan tingkah laku akibat dari pengalaman dalam interaksi dengan lingkungan dan sumber belajar yang terjadi secara disengaja untuk mencapai tujuan tertentu (Darmuki & Hariyadi, 2019: 63). Belajar merupakan suatu proses perubahan tingkah laku yang membutuhkan dorongan atau motivasi untuk menggerakkan ke arah lebih baik, dari tidak bisa menjadi bisa, dari tidak tahu menjadi tahu (Darmuki dkk., 2017: 45). Perubahan tingkah laku tersebut bisa berupa dari aspek kognitif, afektif, maupun psikomotorik (Darmuki dkk., 2017: 76). Belajar juga dapat didefinisikan sebuah proses dimana tingkah laku ditimbulkan/berubah melalui latihan dan pengalaman (Hariyadi & Darmuki, 2019: 282). Mengajar adalah menanamkan pengetahuan pada peserta didik untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan (Darmuki & Hidayati, 2019: 122). Tujuannya adalah penguasaan pengetahuan, keterampilan dan pemahaman oleh peserta didik.

Komponen utama dalam proses kegiatan pembelajaran di sekolah yaitu dosen dan mahasiswa (Darmuki dkk., 2019). Dosen berperan mendidik, membimbing dan mengarahkan mahasiswa agar terlibat secara aktif dalam proses pembelajaran, sehingga proses pembelajaran dapat berhasil dengan baik (Darmuki & Hidayati, 2019). Oleh karena itu dosen dituntut memahami dan menguasai sepenuhnya materi yang akan diajarkan, dan dapat memilih pendekatan dan metode pembelajaran yang tepat sesuai dengan karakteristik mahasiswa dan tujuan pembelajaran (Hidayati & Darmuki, 2021). Indikator dalam proses pembelajaran selama ini adalah adanya peningkatan atau tingginya hasil belajar mahasiswa pada setiap akhir kegiatan pembelajaran. Peningkatan dan tingginya hasil belajar mahasiswa tersebut dapat dijadikan umpan balik yang dapat digunakan Dosen untuk mengevaluasi kegiatan pembelajaran yang telah dilaksanakan.

Berkaitan dengan Mata kuliah Manajemen Pemasaran merupakan mata kuliah wajib dalam kurikulum pada Prodi Ekonomi Syariah. Mata kuliah Manajemen Pemasaran mengajarkan kepada mahasiswa mengenai konsep-konsep dasar dari manajemen pemasaran. Mata kuliah ini memberikan bekal pengetahuan dan pemahaman tentang manajemen pemasaran baik secara teoritis maupun praktis. Setelah memperoleh mata kuliah ini mahasiswa diharapkan mampu menganalisis dan mempraktikkan pengetahuannya dalam dunia nyata yaitu pada kegiatan ekonomi di dunia usaha/dalam kehidupan di masyarakat.

Manajemen pemasaran diberikan di Prodi Ekonomi Syariah karena keunikan, kebermaknaan, dan kebermanfaatannya terhadap kebutuhan perkembangan peserta didik, yang terletak pada pemberian pengalaman dan keterampilan dalam bentuk kegiatan ekonomi. Mata kuliah manajemen merupakan mata kuliah yang berbeda dibandingkan dengan mata kuliah lainnya. Hal itu dikarenakan ilmu yang dipelajari di dalamnya berupa ilmu yang berkaitan dengan manajemen pemasaran. Mata kuliah ini diberikan di Prodi Ekonomi Syariah untuk memenuhi kebutuhan perkembangan peserta didik, guna memberikan pengalaman mahasiswa dalam hal mempelajari, menciptakan, maupun memberikan penilaian terhadap manajemen pemasaran dunia usaha.

Manajemen pemasaran, bertujuan agar peserta didik memahami konsep dan pentingnya manajemen pemasaran, bersikap apresiatif, kreatif, dan berperan serta dalam kegiatan manajemen di berbagai tingkatan. Berdasarkan kompetensi yang perlu dimiliki oleh peserta didik (mahasiswa), bahan ajar dapat digolongkan ke bahan ajar pengetahuan, keterampilan, dan sikap. Pembelajaran keterampilan atau praktek manajemen pemasaran di Prodi Ekonomi Syariah diharapkan dapat memberikan bekal pengetahuan dan pengalaman kepada mahasiswa, sehingga dapat mengetahui dan mengembangkan potensi dirinya.

Materi manajemen pemasaran yang diajarkan di Prodi Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan adalah materi manajemen pemasaran yang sudah jadi. Hal itu dimaksudkan agar hasil pembelajaran manajemen pemasaran dapat langsung diterapkan apabila mahasiswa lulus nanti. Dengan begitu,

mahasiswa tidak perlu lagi mempelajari manajemen baru, mahasiswa cukup mendalami materi manajemen pemasaran yang telah diajarkan oleh Dosen.

Namun, kenyataannya pembelajaran manajemen pemasaran masih kurang diminati mahasiswa. Di Prodi Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan, misalnya, belum semua mahasiswa mampu mengikuti dan melaksanakannya dengan baik karena mahasiswa kurang berminat dan kurang motivasi. Pembelajaran manajemen pemasaran pada mahasiswa di Prodi Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan belum mengalami peningkatan hasil belajar yang signifikan. Mahasiswa beranggapan bahwa manajemen pemasaran adalah mata kuliah yang sulit dan tidak penting, sehingga timbul keengganan dalam mengikuti pembelajaran manajemen pemasaran. Mahasiswa sering tidak mengerjakan tugas yang diberikan Dosen, dan tidak aktif selama pembelajaran jarak jauh, mengikuti pembelajaran karena terpaksa, dan takut, sehingga mereka tidak berani bertanya meskipun mereka belum memahami materi pembelajaran. Hal tersebut menjadi kendala untuk mencapai hasil yang diharapkan Dosen dalam pembelajaran manajemen pemasaran.

Menurut pengamatan Dosen mata kuliah manajemen pemasaran, hasil belajar mahasiswa di Prodi Ekonomi Syariah untuk mata kuliah manajemen masih cenderung rendah. Dari hasil ulangan, mahasiswa yang nilainya mencapai batas Kriteria Ketuntasan Minimal (KKM) 39,29% dengan nilai rata-rata 71 dari batas KKM 75. Dengan demikian, nilai rata-rata hasil belajar mata kuliah manajemen pemasaran masih di bawah KKM.

Dari kenyataan tersebut Dosen ingin meningkatkan minat belajar manajemen pemasaran melalui pemanfaatan media pembelajaran yang menarik agar mahasiswa termotivasi untuk mengikuti pembelajaran manajemen pemasaran, sehingga prestasi belajarnya meningkat. Salah satu pemikiran ke arah hal itu adalah dengan pemanfaatan media pembelajaran audio visual agar pembelajaran tidak membosankan dan lebih variatif dan yang paling memungkinkan di masa pandemi covid-19. Hal itu bertujuan agar mahasiswa dapat melihat secara langsung manajemen pemasaran yang benar dan seharusnya, sekaligus mahasiswa dapat mengenal bentuk bahasa manajemen pemasaran melalui pendengarannya.

Metode pembelajaran merupakan salah satu komponen penting dalam proses belajar mengajar, karena dengan metode inilah materi dapat tersampaikan kepada mahasiswa (Darmuki dkk., 2018; Darmuki dkk., 2016). Dalam strategi belajar mengajar, metode mengajar merupakan salah satu faktor untuk mengetahui tingkat keberhasilan proses belajar mengajar (Darmuki dkk., 2017). Sebagai Dosen harus memahami konsep metode yang digunakan sehingga metode tersebut benar-benar efektif dan sesuai dengan tujuan yang akan dicapai (Darmuki dkk., 2017). Pembelajaran yang dilakukan di Prodi Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan selama masa pandemic ini, sebagian besar cenderung memilih model pembelajaran gabungan antara daring dan luring. Hal ini dikarenakan SDM mahasiswa yang belum mampu sepenuhnya dalam belajar daring alasannya karena jaringan, sehingga proses pembelajaran yang digunakan para Dosen hanya berupa pemberian catatan-catatan serta mengerjakan tugas yang dikirimkan melalui *WhatsApp*, kemudian mahasiswa seminggu sekali mengumpulkannya melalui *whatsahap* dan email, hal ini mengakibatkan mahasiswa cenderung pasif dan merasa bosan mengikuti mata kuliah tersebut dan tidak mengumpulkan tugas dan berdampak pada rendahnya nilai prestasi mahasiswa untuk mata kuliah manajemen pemasaran.

Dengan berjalannya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, penggunaan media pendidikan, khususnya media video sudah merupakan tuntutan yang mendesak. Hal ini disebabkan sifat pembelajaran yang kompleks (Darmuki & Hariyadi, 2019). Terdapat berbagai tujuan belajar yang sulit dicapai hanya dengan mengandalkan penjelasan Dosen. Oleh karena itu, agar pembelajaran dapat mencapai hasil yang maksimal diperlukan adanya pemanfaatan media, salah satunya media video. Video merupakan media audio visual yang menampilkan gerak (Sadiman dkk, 2018:74). Video merupakan serangkaian gambar gerak yang disertai suara yang membentuk suatu kesatuan yang dirangkai menjadi alur, dengan pesan-pesan di dalamnya untuk ketercapaian tujuan pembelajaran yang disimpan dengan

proses penyimpanan pada media pita atau disk (Rusman dkk, 2018; Hernawati & Ruhidawati, 2016; Luhulima, et al., 2018).

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan prestasi belajar manajemen pemasaran di masa pandemi Covid-19 melalui media video pada mahasiswa Kelas IA Prodi Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan Tahun Pelajaran 2020/2021.

Metode Penelitian

Jenis penelitian ini penelitian tindakan kelas dengan 2 siklus yang terdiri dari perencanaan, pelaksanaan, observasi, dan refleksi. Metode penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Waktu penelitian pada semester ganjil tahun akademik 2020/2021 yang dilaksanakan selama tiga bulan dari bulan oktober sampai bulan desember 2020. Penelitian ini dilaksanakan di Prodi Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan. Subjek penelitian ini mahasiswa kelas IA Prodi Ekonomi Syariah yang mengambil mata kuliah manajemen pemasaran yang berjumlah 28 mahasiswa dengan rincian 10 laki-laki dan 18 perempuan. Teknik pengumpulan data menggunakan instrumen observasi, dokumentasi, wawancara, dan tes. Instrumen observasi digunakan untuk mengamati mahasiswa dan dosen dalam proses kegiatan belajar mengajar di kelas. Instrumen dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan informasi terkait dengan data penelitian di lapangan. Instrumen wawancara digunakan untuk mengetahui respon dosen dan mahasiswa terkait dengan pembelajaran yang terjadi di kelas salah satunya minat mahasiswa dalam pembelajaran menggunakan media video. Tes digunakan untuk mengetahui prestasi belajar mahasiswa pada mata kuliah manajemen pemasaran. Teknik analisis data menggunakan triangulasi data dan sumber.

Hasil dan Pembahasan

1. Pra Siklus

Berdasarkan data pengamatan terhadap minat dan prestasi belajar Mahasiswa berupa kegiatan pra siklus diperoleh data tabel 1.

Tabel 1. Data prestasi belajar pada pra siklus

No		Pra Siklus
1	Mahasiswa Tuntas	11 Anak (39,29%)
2	Mahasiswa Tidak Tuntas	17 Anak (60,71%)
3	Rata-Rata Kelas	71
4	KKM	75

Dari tabel 1, hasil nilai pra siklus penelitian pembelajaran manajemen pemasaran sudah terlaksana tetapi belum tuntas sebanyak 60,71%, sehingga perlu diadakan beberapa siklus tindakan.

2. Siklus 1

Siklus I dilaksanakan selama 3 pertemuan (3x 50menit x 2 sks). Tindakan pada siklus I bertujuan untuk meningkatkan proses pembelajaran selama masa pandemic ini agar lebih menyenangkan, sehingga mahasiswa tertarik dan dapat terlibat aktif dalam proses pembelajaran. Untuk meningkatkan keterkaitan atau minat mahasiswa dalam pembelajaran manajemen pemasaran, mahasiswa diajak untuk menyaksikan tayangan yang disajikan melalui video mengenai ilustrasi manajemen video. Berdasarkan hasil tes yang dilakukan pada akhir kegiatan siklus 1 maka diperoleh data tabel 2.

Tabel 2. Data prestasi belajar pada siklus I

No		Siklus I
1	Mahasiswa Tuntas	21 Anak (75%)
2	Mahasiswa Tidak Tuntas	7 Anak (25%)

3	Rata-rata Kelas	74
4	KKM	75

Dari tabel 2, hasil nilai kegiatan siklus 1 penelitian pembelajaran manajemen pemasaran sudah terlaksana dengan baik, ada peningkatan bila dibandingkan dengan hasil kegiatan rata-rata nilai pra siklus yaitu dari 71 tingkat ketuntasan meningkat menjadi 74, dari KKM 75 sehingga perlu diadakan tindakan siklus lagi.

3. Siklus II

Pelaksanaan tindakan siklus II bertujuan untuk memperbaiki kekurangan dan kelemahan serta menambahkan kekurangannya yang terjadi pada tindakan siklus I. Tindakan siklus II berdasarkan perencanaan yang memungkinkan mengalami perubahan. Mahasiswa bereksplorasi di rumah masing-masing, mencoba belajar merespon apa yang telah diamati. Setelah proses eksplorasi selesai mahasiswa mempresentasikan hasilnya bersama kelompok yang telah terbentuk pada siklus I. Berdasarkan hasil evaluasi yang dilakukan pada akhir kegiatan siklus 2 maka diperoleh data tabel 3.

Tabel 3. Data prestasi belajar pada siklus 3

No		Siklus 2
1	Mahasiswa Tuntas	26 Anak (92,26%)
2	Mahasiswa Tidak Tuntas	2 Anak (7,14%)
3	Rata-rata Kelas	79
4	KKM	75

Berdasarkan data pada tabel 3 diperoleh ketuntasan mahasiswa sudah meningkat dari 75% pada siklus I meningkat menjadi 92,26% pada siklus 2, begitu juga dengan rata-rata nilai dari 74 menjadi 75 pada siklus 2 di atas KKM kelas.

Pelaksanaan tindakan kelas yang dilakukan untuk meningkatkan minat dan prestasi belajar manajemen pemasaran telah dilakukan selama dua putaran atau dua siklus. Pemanfaatan media audio visual yaitu video diterapkan pada penelitian ini karena media audio visual/ video mempunyai beberapa keunggulan diantaranya adalah dapat menyajikan materi manajemen pemasaran secara utuh sehingga materi dapat ditangkap dengan indera pendengaran maupun penglihatan. Dengan demikian mahasiswa dapat menangkap materi secara langsung dari melihat video. Hal ini memungkinkan mahasiswa merasa tertarik dan dapat mengikuti proses pembelajaran dengan baik. Melalui media video teori mengenai materi manajemen pemasaran yang bersifat abstrak bisa dipahami mahasiswa secara utuh. Menggunakan media video juga menjadikan pembelajaran lebih menarik dan tidak membosankan.

Pada saat penyampaian materi yang bertujuan membantu mahasiswa menemukan materi belajar yang baru dilakukan dengan cara yang menarik, menyenangkan, relevan dan melibatkan seluruh panca indera. Dosen berusaha agar dapat meningkatkan minat dan prestasi belajar mahasiswa, menumbuhkan rasa ingin tahu dan memanfaatkan benda-benda yang dapat merangsang terjadinya pembelajaran. Hal ini dilakukan dengan pemanfaatan media pembelajaran (audio visual / video), presentasi interaktif yang melibatkan otak dan seluruh tubuh, menemukan dan memecahkan masalah.

Pelatihan merupakan tahap penting dalam proses pembelajaran manajemen pemasaran karena pada tahap ini adalah inti pembelajaran manajemen pemasaran yang sebenarnya. Setelah mahasiswa mendapatkan pengalaman dari melihat gambaran melalui video manajemen pemasaran mahasiswa diminta untuk mencoba mempraktikkan dan selalu mengulang apa yang telah dipelajari. Hal ini dapat dilakukan melalui berlatih baik secara berpasangan maupun berkelompok dalam mempelajari manajemen pemasaran. Mereka belajar dan berlatih memecahkan masalah. Pada tahap ini proses

pembelajaran dapat dipadu dengan penerapan metode pembelajaran yang relevan dan menyenangkan sesuai materi dan kemampuan mahasiswa.

Penerapan media belajar yang cocok dapat membantu menumbuhkan minat belajar mahasiswa sehingga prestasi belajarnya jadi meningkat. Minat mahasiswa pada pembelajaran manajemen pemasaran relatif rendah. Mereka kurang antusias dan kurang bersemangat dalam mengikuti pembelajaran manajemen pemasaran dengan alasan tidak biasa, belum pernah melakukan, tidak ada bakat, dan menganggap manajemen pemasaran itu tidak penting.

Berhubung manajemen pemasaran merupakan bagian dari mata kuliah wajib yang termasuk didalam muatan kurikulum pokok maka proses pembelajaran wajib dilaksanakan dan diikuti oleh semua mahasiswa. Membiasakan mahasiswa untuk berlatih manajemen pemasaran dengan menggunakan praktik ternyata tidak mudah. Selalu ada mahasiswa yang masih belum mengikuti kegiatan praktik pada saat mengikuti pembelajaran manajemen pemasaran dengan berbagai macam alasan. Hal ini justru akan menghambat proses pembelajaran mahasiswa itu sendiri sehingga tidak dapat mengikuti pembelajaran secara maksimal sesuai ketentuannya.

Pada saat presentasi hasil belajar peneliti meminta semua mahasiswa agar aktif praktik untuk keperluan interaksi diskusi, tetapi masih ada mahasiswa yang tidak aktif sehingga harus dimotivasi untuk aktif. Dari temuan dan kesulitan tersebut dapat diatasi dengan cara: (1) Untuk meningkatkan minat belajar, secara terus menerus mahasiswa dimotivasi dan diberikan pengertian akan fungsi dan posisi mata kuliah manajemen pemasaran diantara mata kuliah yang lain; (2) Mahasiswa yang mempunyai kemampuan manajemen pemasaran yang bagus diminta untuk membantu teman yang lain; (2) Untuk membuat pembelajaran lebih menarik diberikan ilustrasi melalui tayangan dengan pemanfaatan media pembelajaran yang sesuai; (3) Untuk mengatasi kebosanan mahasiswa dalam pembelajaran perlu adanya variasi dalam penerapan metode pembelajaran.

Hasil pembelajaran menunjukkan adanya peningkatan minat dan hasil belajar menggunakan media video baik pada siklus 1 maupun pada siklus 2. Hal ini sesuai dengan pendapat Darmuki & Hidayati (2019) bahwa penggunaan media video pembelajaran akan lebih mendorong minat mahasiswa dan meningkatkan hasil belajar.

Kesimpulan

Penelitian tindakan kelas untuk meningkatkan minat dan prestasi belajar manajemen pemasaran mahasiswa kelas IA di Prodi Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan dimasa pandemi ini melalui pemanfaatan media video yang mengakomodir materi pembelajaran manajemen pemasaran dapat meningkatkan minat dan prestasi belajar manajemen pemasaran. Pemanfaatan media video terbukti dapat meningkatkan minat dan prestasi belajar mahasiswa yang ditunjukkan dengan peningkatan hasil nilai manajemen pemasaran dari rata-rata 71 (39.29% mahasiswa tuntas, 60.71% mahasiswa tidak tuntas) menjadi 76 (75% mahasiswa tuntas, 25% mahasiswa tidak tuntas) pada siklus I dan meningkat menjadi rata-rata 79 (92.86% mahasiswa tuntas, 7.14% mahasiswa tidak tuntas) pada siklus II.

Daftar Pustaka

- Daniel, J. (2020). Education and the COVID-19 pandemic. *Prospects*, 49(1), 91-96.
- Darmuki, Agus. (2020). Upaya Meningkatkan Kemampuan Berbicara Mahasiswa Menggunakan Media Aplikasi Google Meet Berbasis Unggah Tugas Video Di Youtube Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Educatio FKIP UNMA*, Vol 6(2), 655-661.
- Darmuki, A. & Ahmad Hariyadi. (2019). Eksperimentasi Model Pembelajaran Jucama Ditinjau Dari Gaya Belajar Terhadap Prestasi Belajar Mahasiswa Mata Kuliah Berbicara Di Prodi PBSI IKIP PGRI Bojonegoro. *Kredo*. 3(1), 62-72.

- Darmuki, A. & Hidayati N.A. (2019). An Investigation of The Cooperative Learning Using Audio Visual Media in Speaking Skill Subject. *ICSTI*.121-126.
- Darmuki, A. & Hidayati, N.A. (2019). Peningkatan Kemampuan Berbicara Menggunakan Metode Kooperatif Tipe NHT pada Mahasiswa Tingkat I-A Prodi PBSI IKIP PGRI Bojonegoro Tahun Akademik 2018/2019. *Jurnal Pendidikan Edutama*. Vol. 6(2), hlm 9-18.
- Darmuki, A., Andayani, Joko Nurkamto, Kundharu Saddhono. (2017). Cooperative, Synectics, and CTL Learning Models Toward Speaking Ability Viewd from Students Motivation. *Proceeding International Conference on Intellectuals' Global Responsibility (ASSEHR)*. Vol. 125, 75-79.
- Darmuki, A., Andayani, Joko Nurkamto, Kundharu Saddhono. (2017). Evaluating Information-Processing-Based Learning Cooperative Model on Speaking Skill Course. *Journal of Language Teaching and Reasearch*. 8(1) pp. 44-51.
- Darmuki, A., Andayani, Joko Nurkamto, Kundharu Saddhono. (2018). The Development and Evaluation of Speaking Learning Model by Cooperative Approach. *International Journal of Instruction*. 11(2), 115-128.
- Darmuki, A., Ahmad Hariyadi, Nur Alfin Hidayati. (2020). Peningkatan Minat dan Hasil Belajar Keterampilan Berbicara Menggunakan Metode *Mind Map* pada Mahasiswa Kelas IA PBSI IKIP PGRI Bojonegoro Tahun Akademik 2019/2020. *Kredo*. Vol. 3(2), 263-276.
- Darmuki, A., Andayani, Joko Nurkamto, Kundharu Saddhono. (2016). Needs Analysis Model Student Learning to Speak for Education Study Language and Literature Indonesia. *IJLET*. 4(2), 1-14.
- Handarini, O. I., & Wulandari, S. S. (2020). Pembelajaran Daring Sebagai Upaya Study From Home (SFH) Selama Pandemi Covid 19. *Jurnal Pendidikan Administrasi Perkantoran (JPAP)*, 8(3), 496-503.
- Hernawati, E. R., & Ruhidawati, C. (2016). Pengembangan Multimedia Video Pembelajaran Pengoperasian Mesin Jahit Industri. *Fesyen Perspektif*, 7(2).
- Hidayati, N. A., & Darmuki, A. (2021). Penerapan Model Auditory Intellectually Repetition (AIR) untuk Meningkatkan Kemampuan Berbicara Pada Mahasiswa . *Jurnal Educatio FKIP UNMA*, 7(1), 252-259.
- Luhulima, D. A., Degeng, N. S., & Ulfa, S. (2018). Pengembangan Video Pembelajaran Karakter Mengampuni Berbasis Animasi Untuk Anak Sekolah Minggu. *JINOTEP (Jurnal Inovasi dan Teknologi Pembelajaran): Kajian dan Riset Dalam Teknologi Pembelajaran*, 3(2), 110-120.
- Rusman, dkk.(2018). *Pembelajaran Berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi : Mengembangkan Profesionalisme Guru*. Jakarta:Rajawali Pers. PT. Raja Grafindo Persada.
- Sardiman AM. (2018). *Interaksi dan Motivasi Belajar Mengajar*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Windhiyana, E. (2020). Dampak Covid-19 Terhadap Kegiatan Pembelajaran Online Di Sebuah Perguruan Tinggi Kristen Di Indonesia. *Perspektif Ilmu Pendidikan*, 34(1), 1 - 8.