

Pelatihan Pengembangan Media Promosi UMKM Pada Masyarakat Desa Bangun Rejo Dalam Meningkatkan Keterampilan

Meryance Vioentina Siagian¹, Soeb Aripin^{2,*}

¹Teknologi Informasi, Fakultas Ilmu Komputer dan Teknologi Informasi, Universitas Budi Darma, Medan, Indonesia

²Pendidikan Teknologi Informasi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Budi Darma, Medan, Indonesia

Email: ¹meryance1993@gmail.com, ^{2,*}soebaripin@gmail.com

(*: soebaripin@gmail.com)

Abstrak

Perkembangan teknologi komunikasi saat ini sangatlah pesat, teknologi komunikasi yang diiringi dengan kehadiran media massa dan media sosial juga telah memberi banyak perubahan dalam kehidupan bermasyarakat. Literasi informasi diterima oleh masyarakat sebagai keterampilan yang penting untuk dikuasai selain kemampuan teknologi informasi. Di era di mana informasi serba mudah didapat dan serba melimpah, maka keterampilan tersebut menjadi kemampuan mendasar yang diperlukan untuk membantu dalam menyelesaikan permasalahannya atau menyelesaikan tugas-tugasnya dengan memanfaatkan informasi secara etis dan efisien. Kemampuan mendasar ini idealnya menjadi modal yang dimiliki oleh masing-masing individu untuk melaksanakan pada tahap perencanaan, pelaksanaan, pengambilan manfaat, dan evaluasi dari berbagai program pemberdayaan. Penggunaan Media Sosial berkembang sangat pesat di Indonesia, sehingga para pemasar menggunakan media sosial sebagai salah satu alat pemasaran. Banyak penelitian atau riset yang meneliti tentang pemasaran melalui media sosial (Social Media Marketing). Untuk lebih mengoptimalkan pemasaran melalui media sosial, motivasi atau alasan para pemasar dan hasil yang bisa diraih melalui pemasaran media sosial harus dapat dijelaskan. agar dapat mengembangkan strategistragi pemasaran lainnya. Masalah anggaran terbatas yang biasanya terjadi pada UKM membuat bisnis ini sangat berhati-hati dalam memilih strategi pemasaran yang digunakan. Karena jumlah anggaran tersebut mengharuskan membelanjakannya secara bijak, sesuai kebutuhan, namun harus mendapatkan hasil yang maksimal. Social Media Marketing adalah salah satu strategi yang paling fleksibel dan efektif digunakan untuk UKM. Social Media Marketing sendiri adalah upaya menciptakan konten promosi di berbagai platform media sosial seperti Facebook, Instagram, Tiktok, Youtube dan lain sebagainya. Media Sosial dianggap menjadi media yang sangat efektif untuk meningkatkan konversi penjualan. Bahkan dikatakan apapun produk dan layanan yang ditawarkan kepada konsumen, media sosial adalah bagian utama dari setiap inisiatif pemasaran digital yang dapat dibuat. Dari permasalahan tersebut maka perlu adanya sosialisasi terkait dengan Sosial Media Markeitng yang dibutuhkan oleh UMKM.

Kata Kunci : *Media, Promosi, UMKM, Media Sosial*

Abstract

The development of communication technology today is progressing very rapidly. Communication technology, accompanied by the presence of mass media and social media, has brought many changes to social life. Information literacy is accepted by society as an important skill to master in addition to information technology skills. In an era where information is easily accessible and abundant, this skill becomes a fundamental ability needed to help solve problems or complete tasks by utilizing information ethically and efficiently. This fundamental ability ideally becomes capital owned by each individual to be applied in the stages of planning, implementation, benefit-taking, and evaluation of various empowerment programs. The use of social media has developed very rapidly in Indonesia, encouraging marketers to use social media as one of their marketing tools. Many studies and research have examined marketing through social media (Social Media Marketing). To further optimize marketing through social media, the motivations or reasons of marketers and the outcomes that can be achieved through social media marketing need to be clearly explained in order to develop other marketing strategies. Limited budgets, which are commonly faced by small and medium enterprises (SMEs), make these businesses very cautious in choosing marketing strategies. The limited budget requires spending to be done wisely, according to needs, while still achieving maximum results. Social Media Marketing is one of the most flexible and effective strategies for SMEs. Social Media Marketing is an effort to create promotional content across various social media platforms such as Facebook, Instagram, TikTok, YouTube, and others. Social media is considered a very effective medium for increasing sales conversion. It is even stated that regardless of the products and services offered to consumers, social media is a core component of every digital marketing initiative. Based on these issues, there is a need for socialization regarding Social Media Marketing that is required by MSMEs.

Keywords: Media, Promotion, MSMEs, Social Media.

1. PENDAHULUAN

Pelatihan Pengembangan Media Promosi UMKM adalah program pelatihan yang dirancang khusus untuk membantu Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam mengembangkan strategi promosi mereka. Latar belakang pelatihan ini berkaitan erat dengan beberapa faktor kunci yang memengaruhi UMKM di Indonesia dan negara-negara lain:

Pentingnya Promosi dalam Bisnis: UMKM seringkali memiliki keterbatasan sumber daya dibandingkan dengan perusahaan besar. Oleh karena itu, mereka perlu mengandalkan promosi yang efektif untuk meningkatkan

kesadaran dan menjangkau pelanggan. Pelatihan ini akan membantu mereka memahami berbagai metode promosi yang tersedia (La Moriansyah. 2015).

Perubahan Lanskap Bisnis Digital: Semakin banyaknya bisnis yang beralih ke platform online mengubah cara konsumen mencari produk dan jasa. UMKM perlu beradaptasi dengan perubahan ini dan memahami cara memanfaatkan media digital untuk mencapai pasar yang lebih luas.

Persaingan yang Ketat: UMKM sering bersaing dengan banyak pesaing, baik lokal maupun global. Meningkatkan kemampuan dalam hal promosi dapat membantu mereka membedakan diri dari pesaing dan menarik perhatian konsumen.

Dukungan Pemerintah dan Organisasi Non-Pemerintah: Pemerintah dan berbagai organisasi non-pemerintah sering memberikan dukungan kepada UMKM untuk membantu pertumbuhan ekonomi lokal. Salah satu cara ini adalah dengan menyelenggarakan pelatihan untuk membantu UMKM berkembang.

Pentingnya Keterampilan Digital: Dalam era digital, memiliki keterampilan digital menjadi sangat penting. Pelatihan ini memberikan pemahaman dan keterampilan yang diperlukan dalam menggunakan platform digital, seperti media sosial, website, dan lainnya, untuk promosi bisnis (Mauludin, MA. Alim, S. Sari, VP, 2017).

Pemulihan Ekonomi Pasca-Pandemi: Pandemi COVID-19 telah berdampak besar pada UMKM. Banyak dari mereka terpaksa mengubah cara berbisnis mereka. Pelatihan ini dapat membantu mereka mengembangkan strategi promosi baru untuk memulihkan bisnis mereka.

Keberlanjutan Bisnis: Salah satu tujuan pelatihan ini adalah untuk membantu UMKM agar bisnis mereka tetap berkelanjutan dan berkembang seiring waktu. Dengan memiliki keterampilan promosi yang kuat, mereka memiliki peluang yang lebih baik untuk bertahan dan tumbuh.

Dengan latar belakang ini, pelatihan Pengembangan Media Promosi UMKM diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan kepada UMKM untuk mengoptimalkan upaya promosi mereka, mencapai pasar yang lebih luas, dan meningkatkan keberhasilan bisnis mereka dalam lingkungan.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 UMKM

UMKM adalah singkatan dari Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Dalam pelaksanaannya, UMKM menerapkan asas kebersamaan, ekonomi yang demokratis, kemandirian, keseimbangan kemajuan, berkelanjutan, efisiensi keadilan, serta kesatuan ekonomi nasional. Di Indonesia, hari UMKM Nasional diperingati setiap tanggal 31 Maret. UMKM adalah usaha kerakyatan yang saat ini mendapat perhatian dan keistimewaan yang diamanatkan oleh undang-undang, antara lain bantuan kredit usaha dengan bunga rendah, kemudahan persyaratan izin usaha, bantuan pengembangan usaha dari lembaga pemerintah, serta beberapa kemudahan lainnya Kaplan, (A,M., & Haenlein, M, 2010).

2.2 Media Promosi Melalui Media Sosial

Media promosi adalah cara yang dilakukan oleh pembisnis dalam menyampaikan, menyebarkan, dan menawarkan produk atau jasa yang dijualnya supaya calon konsumen tertarik untuk membeli. Media juga dapat diartikan sebagai suatu bentuk dan saluran yang dapat digunakan dalam suatu proses penyajian informasi. Sebuah produk yang akan kita pasarkan adakalanya membutuhkan media promosi sehingga produk bisa banyak tahu, layak pakai dan sesuai kebutuhan konsumennya. Promosi adalah kegiatan yang dilakukan untuk menyampaikan suatu pesan tertentu tentang produk baik barang atau jasa, merek dagang atau perusahaan, dan lain sebagainya kepada konsumen. Demi bisa sukses dalam menjalankan bisnis tidak lepas dari strategi marketing ataupun strategi lewat media promosi dari perusahaan untuk membeli (Whiting, A., & Williams, D, 2013).

Untuk lebih mengoptimalkan pemasaran melalui media social, motivasi atau alasan para pemasar dan hasil yang bisa diraih melalui pemasaran media sosial harus dapat dijelaskan. agar dapat mengembangkan strategistragi pemasaran lainnya. Masalah anggaran terbatas yang biasanya terjadi pada UKM membuat bisnis ini sangat berhati-hati dalam memilih strategi pemasaran yang digunakan. Karena jumlah anggaran tersebut mengharuskan membelanjakannya secara bijak, sesuai kebutuhan, namun harus mendapatkan hasil yang maksimal. Social Media Marketing adalah salah satu strategi yang paling fleksibel dan efektif digunakan untuk UMKM. Social Media Marketing sendiri adalah upaya menciptakan konten promosi di berbagai platform media sosial seperti Facebook, Instagram, Tiktok, Youtube dan lain sebagainya (Williams, D,L, dkk, 2012).

2.3 Power Point

Microsoft power point sangatlah familiar di era digital saat ini, dengan menggunakan software ini seseorang dapat membuat serta menampilkan presentasi dengan lebih baik dan menarik seseorang akan selalu mengandalkan software power point untuk membuat dokumen presentasi, baik untuk mengajar ataupun presentasi bisnis. selain penampilannya yang berbeda software ini juga menawarkan fasilitas-fasilitas baru yang makin menarik para user power point. Power point merupakan salah satu program aplikasi untuk presentasi yang merupakan salah satu bagian dari *microsoft office*. Software ini merupakan program aplikasi yang berbasis multimedia, yang artinya software ini dapat digunakan sebagai media presentasi yang dapat menggunakan teks, audio, maupun visual. Software ini dirancang khusus untuk mampu menampilkan program multimedia dengan menarik, dan dapat dengan mudah digunakan dalam proses pembuatan dan penggunaan serta dapat dengan mudah dipahami oleh

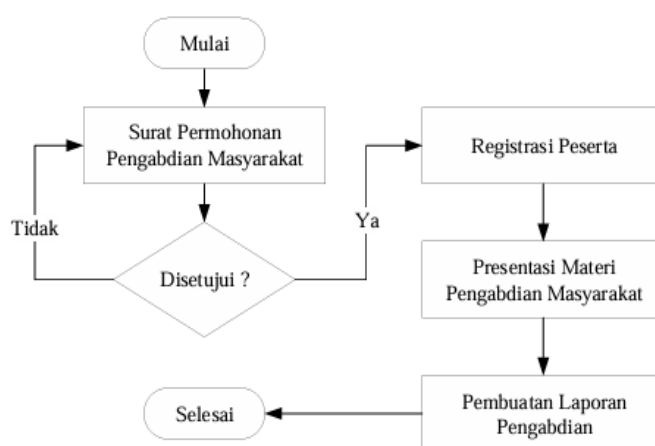
banyak orang dikarenakan power point tidak membutuhkan bahan baku selain alat untuk menyimpan data (E. Humairah, 2022)

Software power point merupakan media pembelajaran yang sesuai dengan perkembangan zaman dan mampu menarik perhatian pelajar saat proses belajar mengajar sehingga dapat diharapkan munculnya minat belajar peserta didik. pada software ini memiliki kemampuan yang sangat baik dalam penyajian materi dan sudah banyak yang digunakan dalam dunia pendidikan. penggunaan software power point bagi seorang praktisi akademis dalam upaya meningkatkan performanya untuk mempermudah penyampaian informasi (maksud dan tujuan (M. Muthoharoh, 2019).

3. METODE PELAKSANAAN

Metode Pelaksanaan dalam pengabdian yang dilakukan terdiri dari 6 (Enam) tahap, Adapun ke 6 (Enam) tahap tersebut yaitu:

1. Melakukan koordinasi dengan lembaga penelitian dan pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Budi Darma untuk mendapatkan persetujuan pelaksanaan kegiatan.
2. Mengirimkan surat permohonan kepada Ketua UMKM Desa Bangun Rejo untuk melaksanakan pengabdian masyarakat di sekolah tersebut.
3. Jika surat permohonan tidak disetujui maka akan mengirimkan surat permohonan ke tempat lain, jika diterima maka melanjutkan ke tahap berikutnya.
4. Menjadwalkan kegiatan pengabdian kepada masyarakat sesuai dengan waktu dan jumlah peserta yang telah disepakati.
5. Melakukan presentasi materi pengabdian yang diikuti oleh anggota UMKM Desa Bangun Rejo.
6. Membuat laporan pengabdian kepada masyarakat.
7. Gambaran dari langkah-langkah tahapan diatas dapat dilihat pada gambar 1 di bawah ini:



Gambar 1. Diagram alur pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diawali dengan diskusi awal bersama Ketua UMKM Desa Bangun Rejo. Diskusi tersebut bertujuan untuk mengidentifikasi kebutuhan serta kemampuan yang perlu ditingkatkan oleh para pelaku UMKM, khususnya terkait pemanfaatan media dalam pembuatan iklan promosi. Hasil diskusi menunjukkan bahwa sebagian besar anggota UMKM Desa Bangun Rejo belum memiliki keterampilan dalam membuat video iklan promosi menggunakan aplikasi PowerPoint. Kondisi ini menyebabkan materi promosi yang digunakan pada media sosial masih bersifat sederhana dan kurang menarik perhatian konsumen.

Padahal, kemampuan dalam membuat iklan promosi berbasis PowerPoint sangat dibutuhkan oleh pelaku UMKM sebagai solusi praktis dan ekonomis dalam menghasilkan konten promosi visual yang menarik. PowerPoint dapat dimanfaatkan untuk membuat video promosi sederhana tanpa memerlukan perangkat lunak desain yang kompleks, sehingga sesuai dengan kebutuhan dan keterbatasan sumber daya UMKM.

Berdasarkan permasalahan tersebut, tim pengabdian melaksanakan kegiatan pelatihan pembuatan media promosi interaktif berbasis PowerPoint bagi pelaku UMKM Desa Bangun Rejo. Kegiatan pelatihan ini diikuti oleh 28 orang pelaku UMKM yang berasal dari berbagai jenis usaha. Pelaksanaan kegiatan difokuskan pada pemberian

materi, praktik langsung, serta pendampingan dalam pembuatan video iklan promosi yang dapat digunakan pada media sosial sebagai sarana pemasaran produk UMKM.

4.2 Materi dan Metode Pelaksanaan

Metode pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan pelatihan dan pendampingan. Pendekatan ini dipilih agar peserta tidak hanya memperoleh pemahaman secara teoritis, tetapi juga mampu mempraktikkan secara langsung keterampilan yang diberikan. Kegiatan pelatihan dilaksanakan secara tatap muka dengan menerapkan metode ceramah, demonstrasi, dan praktik langsung.

Materi pelatihan difokuskan pada pembuatan media promosi berupa video iklan sederhana menggunakan aplikasi PowerPoint. Materi yang diberikan meliputi pengenalan konsep dasar Social Media Marketing, pemanfaatan PowerPoint sebagai media pembuatan konten promosi, teknik penyusunan desain slide yang menarik, penggunaan animasi dan transisi, penambahan teks dan gambar produk, serta proses konversi slide menjadi video promosi. Selain itu, peserta juga diberikan pemahaman mengenai pemilihan konten yang sesuai dengan karakteristik media sosial agar pesan promosi dapat tersampaikan secara efektif kepada konsumen.

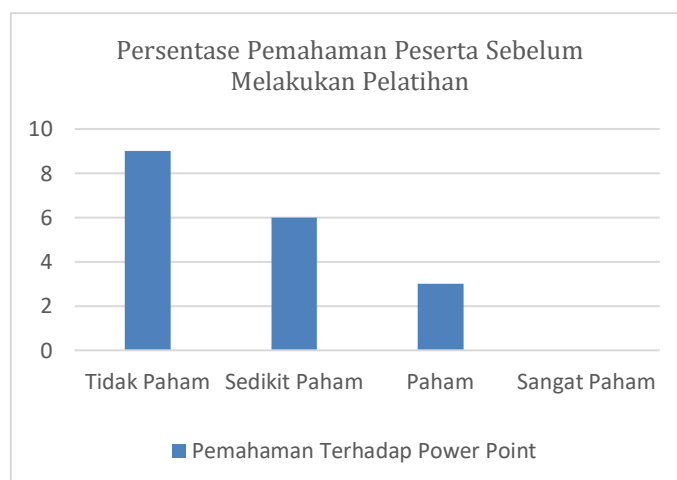
Selama kegiatan berlangsung, peserta diberikan kesempatan untuk melakukan praktik langsung dengan bimbingan tim pengabdian. Pendampingan dilakukan secara intensif untuk memastikan setiap peserta mampu mengikuti setiap tahapan pembuatan video iklan promosi. Dengan metode ini, diharapkan peserta dapat meningkatkan keterampilan secara optimal dan mampu menerapkan hasil pelatihan secara mandiri dalam kegiatan pemasaran produk UMKM.

4.2 Evaluasi Keberhasilan

Hasil dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan keterampilan peserta dalam membuat media promosi berbasis PowerPoint. Peserta pelatihan mampu menghasilkan video iklan promosi sederhana yang dapat digunakan sebagai konten pemasaran pada media sosial. Selain itu, peserta juga menunjukkan antusiasme yang tinggi selama kegiatan berlangsung, terutama pada sesi praktik dan pendampingan.

Pelatihan ini memberikan dampak positif bagi pelaku UMKM Desa Bangun Rejo, khususnya dalam meningkatkan kreativitas dan kemampuan mereka dalam memanfaatkan teknologi sederhana sebagai sarana promosi. Dengan adanya keterampilan pembuatan video iklan promosi, pelaku UMKM diharapkan dapat meningkatkan daya tarik produk serta memperluas jangkauan pemasaran melalui media sosial secara lebih efektif dan efisien.

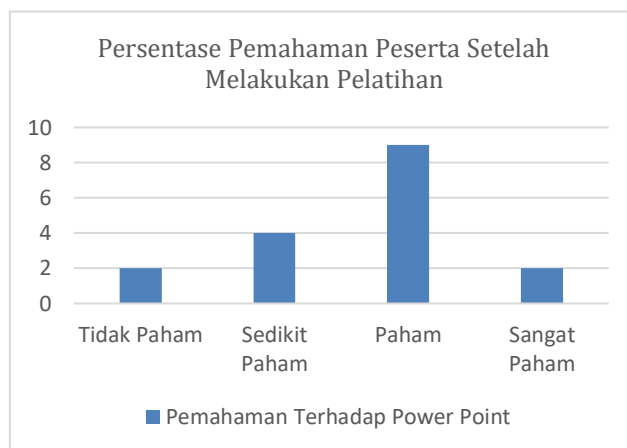
Untuk meningkatkan kemampuan pelaku UMKM Desa Bangun Rejo yang dimana pelaku UMKM ini umumnya belum menggunakan aplikasi dalam membuat video, falyer dalam mempromosikan UMKM pada media sosial sehingga membutuhkan bahan promosi yang kreatif dan inovatif dalam membuat media promosi salah satunya menggunakan Power Point. Sehingga pelatihan sangat membantu pelaku UMKM yang ada di UMKM Desa Bangun Rejo yang awalnya para anggota UMKM masih belum memahami bagaimana membuat media promosi dengan Power Point ini, karena diadakan pelatihan pembuatan media promosi interkatif ini para pelaku UMKM yang dibimbing oleh seorang pelatih menghasilkan suatu media promosi y yang kreatif dan inovatif dengan memanfaatkan aplikasi Power Point sebagai sarana pembuatannya untuk di sebarakan memalui media sosial.



Gambar 2. Statistik tingkat Pemahaman Sebelum Pelatihan

Setelah dilakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat yaitu pelatihan pembuatan media pembelajaran interaktif dengan Power Point maka menghasilkan produk seperti media pembelajaran interaktif dengan

menggunakan aplikasi Power Point, maka secara umum para peserta telah memahami dasar-dasar penggunaan dan telah mampu menerapkannya. Terbukti dengan nilai rata-rata peserta mencapai 85%.



Gambar 3. Statistik tingkat Pemahaman Sebelum Pelatihan

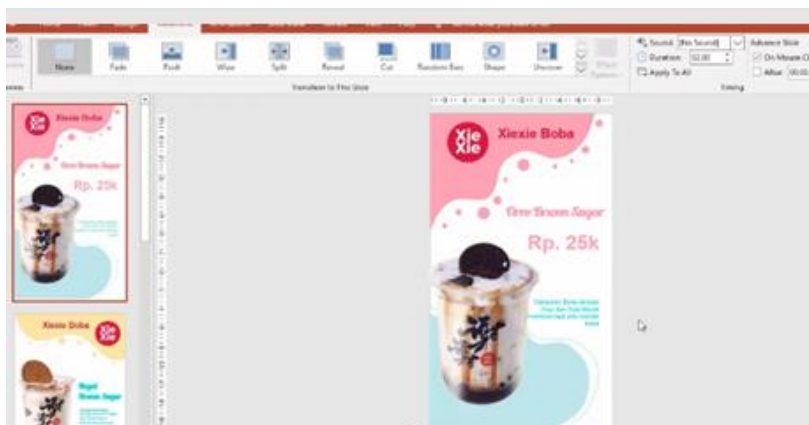
Berdasarkan gambar 3. penilaian diatas maka dapat dinyatakan bahwa rata-rata peserta pelatihan telah mampu menerapkan Power Point dalam membuat media pembelajaran interaktif, dengan penguasaan point-point dalam Power Point diantaranya: pengenalan *Tools*, mengubah *Background*, memasukkan Teks, memasukkan Gambar, memasukkan Suara dan Video, mengatur *Effect*, membuat *Hyperlink* antar *Slide* dan membuat media pembelajaran interaktif secara individu dengan dibimbing tim pengabdian. Bahkan terdapat 2 orang peserta yang mendapat penilaian 90% pada pelatihan ini.

4.4 Evaluasi Kegiatan

Evaluasi kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilakukan untuk mengetahui tingkat keberhasilan pelaksanaan pelatihan serta pencapaian tujuan kegiatan. Evaluasi dilaksanakan melalui pengamatan langsung selama kegiatan berlangsung, hasil praktik peserta, serta diskusi dan tanya jawab setelah pelatihan. Aspek yang dievaluasi meliputi pemahaman peserta terhadap materi, kemampuan peserta dalam mempraktikkan pembuatan video iklan promosi menggunakan PowerPoint, serta tingkat partisipasi dan antusiasme peserta selama kegiatan.

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa sebagian besar peserta mampu mengikuti seluruh rangkaian kegiatan dengan baik. Peserta dapat memahami tahapan pembuatan media promosi dan menghasilkan video iklan sederhana yang layak digunakan sebagai konten pemasaran di media sosial. Selain itu, tingkat partisipasi peserta tergolong tinggi, terlihat dari keaktifan peserta dalam bertanya dan berdiskusi selama sesi pelatihan dan pendampingan.

Meskipun demikian, masih terdapat beberapa kendala yang ditemukan selama pelaksanaan kegiatan, antara lain perbedaan tingkat penguasaan teknologi antar peserta serta keterbatasan perangkat pendukung yang dimiliki oleh sebagian pelaku UMKM. Kendala tersebut menjadi bahan evaluasi untuk perbaikan dan pengembangan kegiatan pengabdian selanjutnya, khususnya dalam penyusunan materi yang lebih bertahap dan penyediaan waktu pendampingan yang lebih intensif. Adapun dokumentasi hasil pelaksanaan pelatihan bagi pelaku UMKM disajikan pada gambar berikut.



Gambar 3. Materi hasil pelaksanaan pelatihan bagi pelaku UMKM

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan pada Bab 4, dapat disimpulkan bahwa kegiatan pengabdian kepada masyarakat berupa pelatihan pembuatan media promosi interaktif berbasis PowerPoint bagi pelaku UMKM Desa Bangun Rejo telah terlaksana dengan baik dan mencapai tujuan yang diharapkan. Kegiatan diawali dengan identifikasi kebutuhan melalui diskusi bersama Ketua UMKM, yang menunjukkan bahwa sebagian besar pelaku UMKM belum memiliki keterampilan dalam membuat media promosi visual yang menarik untuk media sosial. Melalui metode pelatihan dan pendampingan yang meliputi penyampaian materi, demonstrasi, serta praktik langsung, peserta memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai konsep Social Media Marketing dan pemanfaatan PowerPoint sebagai media pembuatan video iklan promosi. Hasil pelatihan menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam pemahaman dan keterampilan peserta, yang dibuktikan dengan kemampuan peserta dalam menghasilkan media promosi interaktif serta nilai rata-rata pemahaman mencapai 85%, bahkan beberapa peserta mencapai tingkat penguasaan hingga 90%. Pelatihan ini memberikan dampak positif terhadap peningkatan kreativitas dan kesiapan pelaku UMKM dalam memanfaatkan teknologi sederhana dan mudah diakses sebagai sarana promosi. Dengan kemampuan membuat video iklan promosi secara mandiri menggunakan PowerPoint, pelaku UMKM diharapkan mampu meningkatkan daya tarik produk, memperluas jangkauan pemasaran, serta mengoptimalkan pemanfaatan media sosial secara lebih efektif dan efisien. Meskipun masih terdapat kendala seperti perbedaan tingkat penguasaan teknologi dan keterbatasan perangkat, hasil kegiatan ini menunjukkan bahwa pelatihan serupa sangat relevan dan layak untuk dikembangkan pada kegiatan pengabdian selanjutnya.

Daftar Pustaka

- Hafizd, K. A., Sayyidati, R., Herpendi, & Rizani, M. R. (2018). Pelatihan penggunaan media pembelajaran dengan aplikasi Microsoft Power Point. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat (MEDITEG)*, 2(1), 26–29. <https://doi.org/10.34128/mediteg.v2i1.15>
- Humairah, E. (2022). Media pembelajaran berbasis Power Point guna mendukung pembelajaran IPA SD. *Prosiding Pendidikan Dasar*, 1(1), 249–256. <https://doi.org/10.34007/ppd.v1i1.196>
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Mauludin, M. A., Alim, S., & Sari, V. P. (2017). Cerdas dan bijak dalam memanfaatkan media sosial di tengah era literasi dan informasi (Studi kasus di Kecamatan Cilaku Kabupaten Cianjur Propinsi Jawa Barat). *Dharmakarya: Jurnal Aplikasi Ipteks untuk Masyarakat*, 6(1), 1–4.
- Moriansyah, L. (2015). Pemasaran melalui media sosial: Antecedents dan consequences. *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik*, 19(3), 187–196.
- Muthoharoh, M. (2019). Media Power Point dalam pembelajaran. *TASYRI': Jurnal Tarbiyah-Syari'ah Islamiyah*, 26(1), 21–32.
- Whiting, A., & Williams, D. (2013). Why people use social media: A uses and gratifications approach. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 16(4), 362–369. <https://doi.org/10.1108/QMR-06-2013-0041>
- Williams, D. L., Crittenden, V. L., Keo, T., & McCarty, P. (2012). The use of social media: An exploratory study of usage among digital natives. *Journal of Public Affairs*, 12(2), 127–136. <https://doi.org/10.1002/pa.1414>