

Web Application Training with Hypermedia Engineering to Increase Global Marketing Competitiveness of Decorative Umbrella Industry

Hernawan Sulistyanto¹ , Harun Joko Prayitno², Sofyan Anif³, Sutama⁴, Sabar Narimo⁵, Anam Sutopo⁶, Husni Thamrin⁷

¹ Department of Informatics Education, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Indonesia

² Department of Indonesian Language Education, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Indonesia

³ Department of Biology Education, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Indonesia

⁴ Department of Mathematics Education, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Indonesia

⁵ Department of Accounting Education, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Indonesia

⁶ Department of English Education, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Indonesia

⁷ Department of Informatics, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Indonesia

 hs283@ums.ac.id

Abstract

This service activity is intended for a group of people to empower economic independence (management aspects) and improve skills (hard skills and soft skills) (educational aspects) in the dimensions of strengthening promotions and improving marketing models for ornamental umbrella industry production in the Klaten area. The form of activity is in the form of training on web application design based on hypermedia engineering. A target audience is a group of craftsmen, namely groups of productive people who work as ornamental umbrella craftsmen in Klaten. The main problem found based on empirical observations in the field is that there is currently no more modern marketing model available to promote and market umbrella production worldwide. The main consequence of this is that product marketing has stalled so that it has an impact on the accumulation of product results among craftsmen. This has implications for abundant production stock so it is very detrimental in the calculation of the production process which in the end makes many craftsmen stop their business. One of the efforts to overcome this is by improving the promotion model and marketing tools through the use of hypermedia navigation technology. The main target of this activity is to empower and improve the skills of craftsmen in marketing products using modern web applications through hypermedia engineering.

Activities are debriefing and in the form of training carried out using lecture, demonstration, exercise, and mentoring methods. The lecture method is used to activate the spirit of entrepreneurship and competition, as well as to explain the concept of online marketing and hypermedia technology. The demonstration method is used to demonstrate a work and learning process, namely the stages of designing and installing a modern web application with hypermedia, as well as presenting examples of how to pioneer a form of global promotion and marketing. Meanwhile, the training method is used to practice how to design and manage promotional content for marketed products and interconnect them in interactive hypermedia navigation. While the mentoring method will provide opportunities for participants (craftsmen) to consult directly and continuously in overcoming obstacles that arise during the training process and early implementation of hypermedia applications.

Based on the activities that have been carried out, several conclusions can be drawn, namely a significant increase in the ability to master web applications and online marketing of the craftsmen and the potential for increasing product marketing on a global scale. The main obstacle in this activity is the low awareness of the craftsmen to increase their potential and competence.

Keywords: *Decorative Umbrellas; Hypermedia; Global Marketing; Web Application*

Pelatihan Aplikasi Web dengan Rekayasa Hypermedia untuk Meningkatkan Daya Saing Pemasaran Global Industri Payung Hias

Abstrak

Kegiatan pengabdian ini ditujukan bagi sekelompok masyarakat untuk memberdayakan kemandirian secara ekonomi (aspek manajemen) dan meningkatkan ketrampilan (hard skill dan softskill) (aspek pendidikan) dalam dimensi penguatan promosi serta peningkatan model pemasaran hasil produksi industri payung hias di daerah Klaten. Bentuk kegiatan berupa pelatihan disain aplikasi web dengan basis rekayasa hypermedia. Khalayak sasaran ialah kelompok pengrajin, yakni kelompok masyarakat produktif berprofesi pengrajin payung hias di Klaten. Permasalahan utama yang ditemukan berdasarkan observasi empiris di lapangan yakni saat ini belum tersedia model pemasaran yang lebih modern untuk mempromosikan dan memasarkan hasil produksi payung secara mendunia. Akibat utama yang ditimbulkan ialah pemasaran produk menjadi tersendat sehingga berdampak terjadinya penumpukan hasil produksi di kalangan pengrajin. Hal ini berimplikasi pada stok produk yang berlimpah sehingga sangat merugikan dalam kalkulasi proses produksi yang pada akhirnya menjadikan banyak pengrajin menghentikan usahanya. Salah satu upaya mengatasinya yakni dengan memperbaiki model promosi dan perangkat pemasarannya melalui penggunaan teknologi navigasi hypermedia. Target utama kegiatan ini ialah memberdayakan dan meningkatkan kemampuan para pengrajin dalam pemasaran produk menggunakan aplikasi web modern melalui rekayasa hypermedia.

Kegiatan bersifat pembekalan dan berbentuk pelatihan dilakukan dengan metode ceramah, demonstrasi, latihan, dan pendampingan. Metode ceramah digunakan untuk mengaktivasi semangat berwirausaha dan berkompetisi, serta untuk menjelaskan konsep pemasaran daring dan teknologi hypermedia. Metode demonstrasi dipakai untuk menunjukkan suatu proses kerja dan pembelajaran, yaitu tahap-tahap mendisain dan menginstalasi aplikasi web modern dengan hypermedia, serta menyajikan contoh bagaimana merintis sebuah bentuk promosi dan pemasaran global. Sementara itu, metode latihan digunakan untuk mempraktekkan cara mendisain dan mengelola isi promosi bagi produk yang dipasarkan dan menginterkoneksikannya dalam sebuah navigasi interaktif hypermedia. Sedangkan metode pendampingan akan memberikan kesempatan pada para peserta (pengrajin) untuk berkonsultasi secara langsung dan berkesinambungan dalam mengatasi kendala-kendala yang muncul selama proses pelatihan dan awal implementasi aplikasi hypermedia.

Berdasarkan kegiatan yang telah dilaksanakan maka dapat diambil beberapa kesimpulan, yaitu adanya peningkatan yang signifikan pada kemampuan penguasaan aplikasi web dan pemasaran daring dari para pengrajin dan potensi peningkatan pemasaran produk dalam skala global. Hambatan utama dalam kegiatan ini ialah masih rendahnya kesadaran para pengrajin untuk meningkatkan potensi dan kompetensi diri sendiri.

Kata kunci: Aplikasi Web; Hypermedia; Payung Hias; Pemasaran Global

1. Pendahuluan

Sesuai dengan UU No. 9 Tahun 1995 dinyatakan bahwa industri rumah tangga (*Home industry*) adalah jenis usaha yang dilakukan di rumah dan hanya dijalankan oleh tidak lebih dari 4 orang karyawan. Jenis usaha ini memiliki ciri khas dalam hal modal yang minim, sebagian besar pemilik usaha adalah kepala rumah tangga, dan tenaga kerja berasal dari pihak keluarga sendiri [1]. Bisnis industri rumah tangga juga cenderung memproduksi aneka karya tangan manusia seperti, makanan ringan, kerajinan, furniture, anyaman, dan sebagainya [2]. Salah satu bentuk usaha ini yakni pembuatan payung hias. Jenis usaha industri rumahan ini banyak ditemukan di wilayah Kenaiban, Klaten. Secara administratif Desa Kenaiban termasuk dalam wilayah Kecamatan Juwiring, Kabupaten Klaten. Berdasarkan wilayah topografinya, Desa Kenaiban memiliki luas wilayah dengan

rincian penggunaan lahan sebagai berikut: 1) Luas Wilayah Desa: 183,8769 Ha ; 2) Batas Wilayah: sebelah utara berbatasan dengan Desa Kwarasan, sebelah selatan berbatasan dengan Desa Jetis, sebelah barat berbatasan dengan Desa Bulurejo, dan sebelah timur dengan Desa Tanjung.

Juwiring adalah salah satu kecamatan di Kabupaten Klaten yang berada cukup jauh dari pusat Kota Klaten namun justru lebih dekat dengan Kota Solo. Salah satu *masterpiece* di Juwiring adalah kerajinan payung hias yang beraneka ragam. Payung hias Juwiring adalah salah satu warisan budaya yang masih eksis sejak puluhan tahun silam. Meskipun jumlahnya semakin sedikit, namun masih ada pengrajin payung hias Juwiring yang setia dengan usaha payung hias. Payung hias memang menjadi ikon Juwiring. Payung Hias Juwiring seakan tak pernah habis tergerus waktu. Payung Hias Juwiring akan selalu menjadi primadona bagi para pecinta seni di mana pun berada. Dahulu ketika memasuki desa ini, payung warna warni memenuhi rumah-rumah penduduk. Payung-payung berjajar dijemur di halaman. Warga desa sibuk memotong dan mengelem kertas, melukis gambar bunga, angsa, memotong bilah-bilah bambu untuk jeruji payung sepanjang hari. Mereka juga membelah kayu-kayu pohon melinjo, memotongnya, kemudian menjemurnya hingga benar-benar kering untuk dibuat sebagai kerangka payung. Hampir seluruh penduduk di enam dukuh di desa ini berprofesi sebagai pembuat payung.

Tetapi itu merupakan cerita lama. Kini, dengan penduduk sekitar 1.500 keluarga lebih atau sekitar 6.000-an jiwa, di Kenaiban Juwiring hanya tercatat tinggal 11 perajin payung termasuk beberapa tenaga pembuat jeruji (kerangka) payung dan tenaga pelukis yang masih mencoba bertahan. Dari 11 perajin ini pun hanya dua perajin kakak beradik yang rutin mendapat pesanan, yaitu Hanacaraka dan Wisnu saja. Kondisi industri payung hias kini di Juwiring ditunjukkan pada [Gambar 1](#) berikut ini.



Gambar 1. Hasil industri payung hias Juwiring saat ini

Berdasarkan pada analisis situasi di atas maka dapat ditetapkan fokus permasalahan utama, yaitu adanya penumpukan hasil produksi dikarenakan berlimpahnya hasil produksi payung yang belum terpasarkan dengan baik. Hal ini membawab akibat melesunya usaha produksi payung hias sehingga banyak pengrajin yang beralih profesi membuka usaha yang lain sesuai [3]. Disamping itu terdapat permasalahan tambahan yang terkait dengan sumber daya manusia, yaitu rendahnya skill dan penguasaan teknik pemasaran modern berbasis elektronik dan internet. Pada [Tabel 1](#) berikut disajikan kondisi lapangan dari tahun 2015 sampai dengan 2020 produksi dan pemasaran komoditi payung hias Juwiring Klaten.

Tabel 1. Tingkat produksi dan pemasaran payung hias

No	Tahun	Jumlah Pengrajin	Rata-rata Tingkat Produksi/bulan	Rata-rata Jumlah penjualan/bulan	Dominasi daerah pemasaran
1	2015	31	146	140	Jawa dan Bali
2	2016	26	134	131	Jawa dan Bali
3	2017	21	128	121	Jawa dan Bali
4	2018	19	110	97	Jawa
5	2019	14	96	64	Jawa

Berdasarkan pada analisa situasi di atas maka dapat dijustifikasi beberapa tujuan kegiatan dalam pengabdian ini, yaitu:

- Menyediakan sebuah aplikasi web untuk memasarkan hasil produksi payung hias Juwiring agar mendunia [4][5]
- Memberi bekal ketrampilan teknik pemasaran modern menggunakan daring dengan rekayasa hypermedia

Sementara itu manfaat kegiatan pengabdian ini yaitu: (1) Meningkatkan kemampuan dan ketrampilan pengrajin payung dalam teknik pemasaran daring; (2) Pemasaran produk payung hias dapat meningkat secara global melalui pemasaran daring [6][7].

2. Metode

Program pengabdian ini menggunakan pendekatan *RRA (Rapid Rural Appresial)/PRA (Partisipatori Rural Appresial)* [8][9]. RRA dan PRA adalah falsafah, pendekatan yang dikenal sebagai Memahami Desa Secara Cepat. Adapun prinsip-prinsip RRA dan PRA yang dipakai dalam kegiatan ini adalah :

- Belajar Secara Cepat dan Progresif, melalui eksplorasi yang terencana, pemakaian metode yang fleksibel, improvisasi, pengulangan serta menyesuaikan dengan proses belajar atau pemahaman.
- Optimalisasi Pertukaran, mengaitkan biaya pemahaman dengan informasi yang benar-benar bermanfaat bagi Desa Kenaiban, Juwiring, Klaten dengan pertukaran antar kuantitas, kegayutan, keakuratan serta ketepatan waktu .
- Pemberian fasilitas, artinya memberikan fasilitas penyelidikan, analisis, penyajian dan pemahaman oleh masyarakat di wilayah Desa Kenaiban Juwiring, Klaten sehingga mereka dapat menyajikan dan memiliki hasilnya, dan juga mempelajarinya.
- Kesadaran dan tanggung jawab diri yang kritis, artinya fasilitator secara terus-menerus menguji tingkah laku mereka dan mencoba melakukannya secara lebih baik.
- Saling berbagi informasi dan gagasan antar masyarakat di desa dengan fasilitator, dan antar fasilitator yang berbeda, serta saling berbagi wilayah kegiatan, pelatihan dan pengalaman antar organisasi yang berbeda.

Selama kegiatan – kegiatan yang disebutkan diatas juga dilakukan *Focus Group Discussion (FGD)*, pelatihan, pendampingan dan diakhiri dengan evaluasi dan monitoring [10][11][12].

Adapun metode yang digunakan dalam pelatihan dan pembekalan selengkapnya dipaparkan sebagai berikut.

a. Ceramah

Metode ini dipilih untuk menyampaikan konsep-konsep penting yang harus dimengerti dan dikuasai oleh peserta pelatihan. Penggunaan metode ini dengan pertimbangan bahwa metode ceramah yang dikombinasikan dengan gambar-gambar, animasi dan display dapat memberikan materi yang relatif lebih banyak secara padat, cepat dan menarik [13].

b. Demonstrasi

Metode ini digunakan untuk menunjukkan suatu proses kerja, yaitu tahap-tahap instalasi aplikasi web dengan *hypermedia*. Demonstrasi dilaksanakan dan diperagakan oleh nara sumber/instruktur di hadapan para peserta secara langsung sehingga masing-masing peserta dapat mengamati dengan jelas cara-cara menggunakan aplikasi web dan merekayasa *hypermedia* [7].

c. Latihan

Metode latihan ini digunakan untuk memberikan tugas mandiri kepada para peserta untuk mempraktekan penggunaan aplikasi web untuk promosi dan pemasaran.

d. Pendampingan

Metode ini dilakukan untuk menjaga kedekatan secara individual dengan para peserta baik teknis maupun psikologis.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Hasil Kegiatan

Kegiatan pelatihan pengenalan promosi dan pemasaran daring dengan penggunaan aplikasi web dalam *hypermedia* diikuti oleh beberapa orang pengrajin payung dan juga pemuda karang-taruna desa setempat. Kategori para peserta pelatihan ditampilkan pada [Tabel 2](#) dan [Tabel 3](#) berikut.

Tabel 2. Peserta berdasarkan kategori profesi

No	Kategori Profesi	Jumlah
1	Pengrajin	4
2	Karang-taruna	3
Total jumlah peserta		7

Tabel 3. Peserta berdasarkan kategori usia

No	Kategori usia	Jumlah
1	Usia > 25 th	2
2	Usia ≤ 25 th	5
Total jumlah peserta		7

Berdasarkan tabel-tabel tersebut dapat disampaikan bahwa peserta pelatihan terdiri atas dua lapisan masyarakat, yaitu pengrajin dan karang-taruna. Hal ini dapat dikatakan bahwa masih sedikit para pengrajin yang berminat untuk mengikuti pelatihan penggunaan aplikasi web untuk promosi dan pemasaran daring. Demikian pula halnya untuk golongan umur peserta, usia kurang dari 25 tahun lebih mendominasi yang mana hal ini menunjukkan bahwa golongan usia muda lebih antusias untuk mengikuti pelatihan.

Kegiatan pengenalan perdagangan daring dan pelatihan praktek penggunaan aplikasi web dengan *hypermedia* sepenuhnya dilaksanakan di Laboratorium Teknik Informatika Fakultas Komunikasi dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta dengan alasan bahwa sarana dan prasarana lebih lengkap dan memadai bila dibandingkan dengan harus dilaksanakan di lokasi desa. Suasana berlangsungnya kegiatan pelatihan penggunaan aplikasi web dapat terlihat pada [Gambar 2](#) berikut ini.



Gambar 2. Suasana pelatihan aplikasi web

Pelatihan praktek dilaksanakan sejak pukul 10.00 WIB sampai dengan kurang lebih pukul 15.00 WIB. Kegiatan pelatihan di laboratorium berlangsung selama 3 hari. Sementara itu untuk kegiatan pelatihan berbentuk ceramah, latihan dan pendampingan dilaksanakan secara *blended* di laboratorium dan di desa Juwiring Klaten dengan waktu kegiatan yang berbeda. Kegiatan berlangsung selama 5 bulan. Beberapa target luaran yang telah dicapai diperlihatkan pada [Tabel 4](#) berikut.

Tabel 4. Target luaran kegiatan

No	Komponen Luaran	Sebelum	Sesudah
1	Web pemasaran daring	Tidak ada	Ada
2	Ketrampilan penggunaan aplikasi web	Kurang	Ada ketrampilan
3	Kemampuan promosi dan pemasaran melalui daring	Terbatas	Meningkat

Luaran berupa publikasi dan dokumentasi dari kegiatan pengabdian ini ditampilkan pada [Tabel 5](#) berikut.

Tabel 5. Target luaran terpublikasi

No	Komponen Luaran	Publikasi
1	Modul pelatihan pemasaran	Buku panduan
2	Model-model kegiatan pelatihan	Laporan
3	Modul pelatihan web hypermedia	Buku panduan
4	Artikel laporan kegiatan	Dimuat dalam prosiding/ jurnal pengabdian ber ISSN/SIBN

Indikator ketrampilan dan kemampuan yang diperoleh oleh para peserta pelatihan disajikan pada [Tabel 6](#) berikut ini.

Tabel 6. Capaian ketrampilan

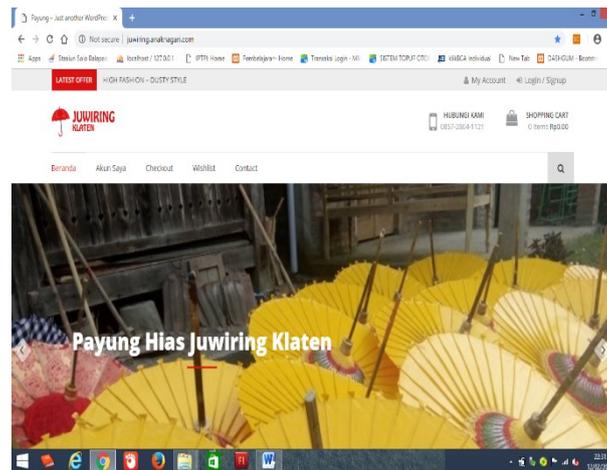
No	Indikator	Sebelum	Sesudah
1	Penguasaan materi dasar pengenalan web	NA	80
2	Penguasaan materi dasar pengetahuan pemasaran daring	NA	70
3	Penguasaan materi praktek aplikasi pemasaran web hypermedia	NA	45

Indikator pengukuran lain yang digunakan dalam pelatihan ini ditampilkan pada [Tabel 7](#) berikut.

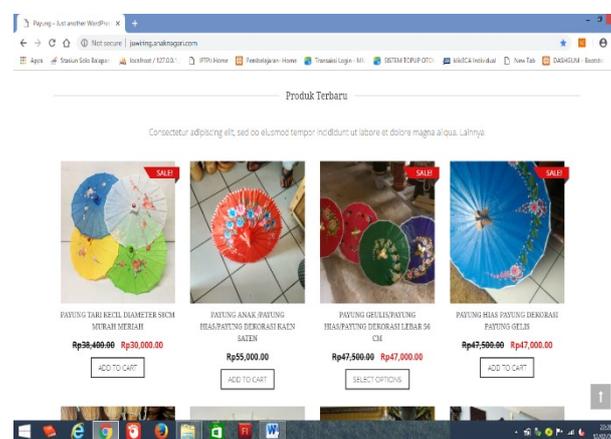
Tabel 7. Penilaian kemanfaatan

No	Indikator	Indeks interpretasi %
1	Materi pelatihan meningkatkan pengetahuan IT dan web	80
2	Pengetahuan aplikasi web daring untuk meningkatkan ketrampilan promosi dan pemasaran produk	70
3	Web online memberikan potensi peningkatan pemasaran produksi	45

Hasil desain dari aplikasi web menggunakan *hypermedia* pada promosi dan penjualan payung hias disajikan pada [Gambar 3](#) dan [Gambar 4](#) berikut.



Gambar 3. Tampilan desktop aplikasi web payung hias



Gambar 4. Menu penawaran produk

3.2. Pembahasan

Promosi dan pemasaran produk melalui digitalisasi akan lebih menjamin berjalan dengan cepat secara global [13]. Secara keseluruhan kegiatan pengabdian kompetitif dalam bentuk pelatihan penggunaan aplikasi web daring bagi para pengrajin payung hias untuk meningkatkan promosi dan pemasaran hasil produksi berjalan dengan lancar sesuai dengan jadwal [14]. Salah satu hal yang paling menonjol selama pelaksanaan pelatihan ini adalah tingginya semangat para peserta yang ditunjukkan dengan konsistensi kehadiran seluruh peserta pada setiap sesi pelatihan. Pada sisi lain sedikit hal yang menjadi kendala dalam pelatihan ini adalah semata disebabkan oleh faktor usia para peserta yang beberapa telah lanjut usia. Disamping itu faktor pendidikan para peserta yang sebagian besar hanya lulusan sekolah menengah atas menjadikan proses adopsi pengetahuan yang diberikan membutuhkan waktu agak lama sehingga memerlukan teknik dan strategi tersendiri dalam penyampaiannya.

Hasil pencapaian dari adanya pelatihan ini sangat signifikan dalam mendorong dan memberdayakan pada dua sisi. Sisi pertama yakni kemampuan memasarkan lebih inovatif dan kreatif. Sisi kedua yakni media yang digunakan berteknologi maju sesuai tuntutan teknologi saat ini. Hasil luaran yang didapatkan telah menunjukkan peningkatan penjualan secara simultan.

Kegiatan ini tidak akan mungkin berhasil tanpa adanya keterkaitan dengan beberapa pihak lain. Dalam hal ini pihak Desa Knaiban Juwiring Klaten sebagai pihak yang

mempunyai wilayah di mana kegiatan pengabdian pada masyarakat ini dilakukan sangat memberi dukungan dalam kegiatan ini dengan menyediakan tempat kegiatan.

Sementara itu dari sisi kelayakan pelaksana kegiatan, Ketua dan anggota-anggota tim pengusul kegiatan ini telah mempunyai pengalaman yang cukup baik secara keilmuan maupun praktis di lapangan. Ketua peneliti mempunyai keahlian dibidang jaringan dan rancang bangun Teknologi Informasi telah terbiasa mengampu baik praktek ataupun klasikal mata kuliah yang terkait dengan pemasaran dan aplikasi web sehingga tidak akan ada kendala teknis dalam pelaksanaan kegiatan ini. Selain itu, ketua peneliti berdomisili tidak jauh dari lokasi mitra dan telah mengenal mitra-mitra tersebut dengan baik sehingga pelaksanaan kegiatan ini dapat berjalan lancar dan mendapat sambutan yang sangat hangat dari para mitra. Demikian pula halnya dengan para anggota tim pengusul. Salah satu anggota mempunyai keahlian pula dibidang promosi dan pemasaran. Adanya para tenaga pelaksana kegiatan yang sangat sesuai dengan kompetensi yang dibutuhkan maka dapat dijadikan andalan dalam pelaksanaan kegiatan sampai tuntas.

Komitmen institusi UMS sangatlah tinggi dalam mengembangkan potensi masyarakat baik dalam dunia pendidikan maupun bidang-bidang lainnya. Hal ini dapat dilihat diantaranya dengan banyaknya dibentuk pusat-pusat studi dan kajian dalam beragam cabang keilmuan. Semua pusat layanan dan kajian didukung oleh sumber daya manusia yang sangat kompeten di bidangnya serta pendanaan yang sangat mencukupi. Oleh karenanya dapat disampaikan bahwa dukungan institusi UMS pada program-program pengabdian sangatlah tinggi dan luar biasa.

4. Kesimpulan

Pelaksanaan kegiatan pengabdian ini memberikan beberapa hasil yang dapat disimpulkan sebagai berikut. Pertama, kegiatan pengabdian yang dilaksanakan disambut positif oleh para pengrajin di Juwiring Klaten. Kedua, pelaksanaan kegiatan pengabdian telah dapat diselesaikan dengan baik dan lancar dengan indikasi kegiatan dapat terlaksana sesuai dengan jadwal yang telah direncanakan dan ditetapkan sebelumnya. Ketiga, maksud dan tujuan kegiatan pengabdian telah dapat terpenuhi sesuai target yaitu sekitar 80% peserta pelatihan mampu menguasai dengan baik seluruh materi yang telah disampaikan pada saat pelatihan. Keempat, keterbatasan jumlah alat peraga, yaitu perangkat komputer, menjadi sedikit kendala dalam pelaksanaan sehingga capaian yang diharapkan dari kegiatan ini tidak dapat maksimal.

Referensi

- [1] J. Kempton, *Human Resource Management and Development*. 1995.
- [2] Y. H. Hee, M. K. Ishak, M. S. M. Asaari, and M. T. A. Seman, "Embedded operating system and industrial applications: A review," *Bulletin of Electrical Engineering and Informatics*. 2021, doi: 10.11591/eei.v10i3.2526.
- [3] R. Bihu, "Using Unstructured Interviews in Educational and Social Science Research: The Process, Opportunity and Difficulty," *Globas Sci. J.*, vol. 8, no. 10, pp. 712–721, 2020.
- [4] Y. C. Afifah, A. N., Najib, M., Sarma, M., & Leong, "Digital Marketing Adoption And The Influences Towards Business Successes Of Msmes Creative Sector In Indonesia And Malaysia," *J. Appl. Manag.*, vol. 16, no. 3, pp. 377–386, 2018.
- [5] I. G. A. K. Warmayana, "Pemanfaatan Digital Marketing dalam Promosi Pariwisata pada Era Industri," *J. Pariwisata Budaya*, vol. 3, no. 2, pp. 81–92, 2018.
- [6] Rohimah, "Era Digitalisasi Media Pemasaran Online dalam Gugurnya Pasar Ritel Konvensional.," *KANAL J. Ilmu Komun.*, vol. 6, no. 2, 2019.
- [7] Rohmah, "Efektifitas Digitalisasi Marketing Para Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Lombok (Analisis Media Equation Theory)," *Al-Ilam J. Komun. Dan Penyiaran Islam*, vol. 3, no. 1, 2019.

- [8] C. Approach instructional *et al.*, “Embodied and Embedded Theory Model,” *Int. Rev. Res. Open Distance Learn.*, 2010, doi: 10.1080/03054980120113670.
- [9] A. Musaddiq, Y. Bin Zikria, O. Hahm, H. Yu, A. K. Bashir, and S. W. Kim, “A Survey on Resource Management in IoT Operating Systems,” *IEEE Access*. 2018, doi: 10.1109/ACCESS.2018.2808324.
- [10] F. Ellis, “Strategic dimensions of rural poverty reduction in sub-Saharan Africa,” in *The Comparative Political Economy of Development: Africa and South Asia*, 2012.
- [11] L. Santana and J. Salvador, “Title activities and transnational Strategies in an enclosed border: His-massa-draa/guelmin-esmara-canaries,” *Migraciones*, 2012.
- [12] Muhammadun, “Peran Gerakan ‘Sewu-Sewu’ dalam Pembangunan Desa dengan Berbasis Gotong-Royong,” *Etos J. Pengabd. Masy.*, vol. 1, no. 1, pp. 1–9, 2020.
- [13] P. Mahalaxmi, K. R., dan Ranjith, “A Study on Impact of Digital Marketing in Customer Purchase Decision in Trichy,” *Int. J. fot Innov. Res. Sci. Technology*, vol. 2, no. 10, pp. 332–338, 2016.
- [14] K. D. Gonte, “Application of Social Media in Advertising Fresh Fruit and Vegetable Products in Ahmednagar District,” *Int. J. Mod. Trends Bus. Res.*, vol. 1, no. 5, pp. 16–27, 2018.