

# Sosialisasi Pemanfaatan Media Sosial Kepada Generasi Z di Rumah Inspirasi Cahaya Hati Dalam Optimalisasi Produk Usaha Melalui Multimedia Digital

**Susilawati\*<sup>1</sup>, Fathan Arif<sup>2</sup>, Abdul Azis<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang

E-mail: dosen022625@unpam.ac.id

## **Abstract**

*The purpose of this Community Service activity is to carry out one of the Three Pillars of Higher Education. In addition, through this Community Service activity, the existence of tertiary institutions is expected to make a major contribution to the development and application of science in society. The method used in Community Service is for the implementation team to teach directly at the Cahaya Hati Inspiration House and publish it on the YouTube channel. This training aims to make the millennial generation, who are on average still in their teens, understand the importance of Socializing Business Feasibility for Utilizing Social Media to Generation Z and Creating Innovative Young Entrepreneurs After the Covid-19 Pandemic. The result of this activity is that good and correct use of social media is sometimes still a difficult thing for some people to understand, especially the younger generation, because most of the Z generation only use social media to find information, view entertainment, but not many Z generations use social media as an optimization. its business products.*

**Keywords: Social Media; Business Products; Multimedia**

## **Abstrak**

Tujuan dari kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah untuk melaksanakan salah satu Tri Dharma Perguruan Tinggi. Selain itu, melalui kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini, keberadaan perguruan tinggi diharapkan dapat memberikan kontribusi besar kepada pengembangan dan penerapan keilmuan dalam masyarakat. Metode yang digunakan pada Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah tim pelaksana melakukan pengajaran langsung di Rumah inspirasi Cahaya Hati dan di pulikasikan pada channel youtube. Pelatihan ini bertujuan agar generasi millennial yang rata-rata masih berusia remaja memahami pentingnya Sosialisasi Kelayakan Bisnis Untuk Pemanfaatan Media Sosial Kepada Generasi Z dan Menciptakan Entrepreneur Muda Yang Inovatif Pasca Pandemi Covid-19. Hasil kegiatan ini adalah Pemanfaatan media sosial yang baik dan benar terkadang masih menjadi hal yang sulit difahami oleh Sebagian masyarakat khususnya generasi muda, Karena kebanyakan generasi Z hanya menggunakan media sosial untuk mencari informasi, melihat hiburan namun tidak banyak generasi Z yang menggunakan media sosial sebagai optimalisasi produk usahanya.

**Kata Kunci: Media Sosial; Produk Usaha; Multimedia**

## **1. PENDAHULUAN**

Perkembangan Information and Communication Technology (ICT) yang pesat berkembang menyentuh kehidupan kita saat ini dan sangat mempengaruhi proses serta gaya komunikasi kita. Dari perspektif komunikasi, sosial media berperan bukan hanya sebagai media komunikasi tetapi mampu membentuk publisitas dan pencitraan individu. Seperti diketahui bersama dalam membahas tentang demografi, Populasi dunia yang terus berkembang menciptakan beberapa generasi. Mulai dari Generasi Baby Boomers (1946-1960) hingga generasi yang memiliki peran vital saat ini yakni Generasi Z atau Gen Z (1995-2010). Generasi Z merupakan generasi pertama yang sejak dini sudah terpapar oleh teknologi. Teknologi-teknologi tersebut berupa komputer atau media elektronik lainnya seperti telepon seluler, jaringan internet, bahkan aplikasi media sosial. Generasi Z dibesarkan dengan web sosial, mereka berpusat pada digital dan teknologi adalah identitas mereka (Singh & Dangmei, 2016).

Lahir dan dibesarkan seiring dengan kemajuan-kemajuan dalam dunia digital ini membuat Gen Z berbeda dengan generasi sebelumnya. Perbedaan yang sangat mencolok dari generasi Z dengan generasi lainnya ialah penggunaan telepon seluler.

Penggunaan akses internet dengan mudah melalui telepon seluler seiring hidup di era globalisasi pada Gen Z menghasilkan generasi yang dependen dengan internet. Dampak dari kemudahan dalam mengakses internet menciptakan internet sebagai sumber referensi utama dalam mencari suatu informasi. Seiring dengan peningkatan konektivitas global, pergeseran generasi dapat memainkan peran yang lebih penting dalam menentukan perilaku daripada perbedaan sosio-ekonomi. Kaum muda telah menjadi pengaruh yang kuat bagi orang-orang dari segala usia dan pendapatan, serta pada cara orang-orang tersebut mengonsumsi dan berhubungan dengan mereka (Francis & Hoefel, 2018). Pemaparan teknologi sejak dini dan kemudahan dalam mendapatkan informasi merupakan sebuah perkembangan dalam membentuk Generasi Z. Media koran, radio, dan berita di televisi merupakan cara konvensional dalam memperoleh informasi. Adanya perkembangan internet yang menghasilkan media sosial membuat cara-cara konvensional tergeserkan dengan cara yang lebih mudah diakses yakni dengan menggunakan media sosial.

Sesuai arahan pihak terkait mengenai protocol kesehatan, yang mewajibkan kita untuk melaksanakan 3M (menjaga jarak, memakai masker dan mencuci tangan), setidaknya berkomunikasi melalui media sosial adalah implementasi dari kampanye menjaga jarak, disaat interaksi langsung harus sangat di batasi namun ada ruang atau media lain yang memungkinkan kita untuk memberi atau mendapat informasi bahkan berinteraksi layaknya pertemuan secara langsung. Karena di media sosial kita dapat memberikan informasi, mendapatkan informasi dan interaksi tingkat tinggi walau harus di batasi dengan ruang dan keadaan. Di era mencuatnya media sosial, mendapatkan informasi tidak didapatkan hanya dengan menyaksikan informasi di tv bahkan mencari di laman pencarian saja karena media sosial memberikan akses yang bebas kepada pengguna untuk melakukan aktivitas apapun dalam proses komunikasinya. Bukan hanya tentang mendapatkan informasi namun juga media sosial memungkinkan kita untuk memberikan informasi kepada pengguna lainnya yang tentunya manfaat ini memberikan efek eksistensi individu di media sosial. Selain itu, salah satu keunggulan media sosial adalah memungkinkan kita untuk berinteraksi secara rendah, sedang maupun tinggi meski dalam perbedaan situasi dan kondisi individu tersebut.

Pandemi juga tidak hanya meminta untuk memanfaatkan media sosial secara efektif namun juga mengarahkan pola kehidupan dari yang bersifat konvensional menuju digitalisasi dalam berbagai bidang. Kampanye hidup sehat yang di sampaikan oleh otoritas terkait mengenai pencegahan penularan virus di era pandemic ini yaitu tentang menjaga jarak juga secara tidak langsung meminta kepada kita untuk mampu beradaptasi dengan digitalisasi. Digitalisasi yang dimaksud adalah hampir semua pola kehidupan di landaskan kepada sikap untuk tidak berinteraksi fisik secara langsung, terus menerus dan dalam waktu yang lama. Semua hal dialihkan dalam bentuk digital baik itu belanja, membeli dan membayar sesuatu hingga belajar semua dialihkan kepada sifat digitalisasi. Kita di tuntut untuk mampu merubah dari pola konvensional menuju pola digitalisasi.

Keadaan pandemic mengantarkan pula ke dalam istilah normal baru, pola-pola baru dalam berkomunikasi dan pola kehidupan diarahkan kepada hal hal yang baru dari pada yang sebelumnya. Biasanya kita berbelanja, konsumsi, dan interaksi secara langsung (konvensional) sedangkan sekarang semua diarahkan kepada sistem Digital.

Dalam perkembangan bisnis di era Industry 4.0 saat ini sudah sangat berkembang, bahkan banyak dari semua kalangan masyarakat yang sudah berani terjun ke dunia bisnis, tidak terkecuali anak - anak muda, yang sekarang dinobatkan menjadi generasi Z. Dengan perkembangan teknologi di bidang multimedia, seperti: tablet, smartphone, media sosial dan TV layar datar, anak muda Gen Z sudah terbiasa berinteraksi dan berkomunikasi di dunia yang terkoneksi setiap saat (Turner, 2015). Dan Gen z sekarang ini sudah mendominasi jumlah penduduk yang ada di Indonesia. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2021), yang menyatakan bahwa : Sebanyak 27,94%, jumlah Generasi Z yang berada di Indonesia dan angka ini merupakan yang terbesar dari jumlah generasi lainnya. Mendominasi-nya kalangan Gen Z di Indonesia ini dapat mempengaruhi pertumbuhan negara, salah satunya dibidang ekonomi. Berdasarkan penjelasan mengenai Gen Z dapat kita ketahui bahwa ada peluang besar bagi generasi ini untuk memulai suatu bisnis dan mengoptimalkan produk usahanya, dengan kedekatannya terhadap teknologi, yaitu dapat dilakukan dengan memulai dari usaha kecil atau yang di sebut juga small business.

Usaha kecil (small business) adalah suatu pergerakan ekonomi yang dilakukan oleh perseorangan atau rumah tangga atau substansi dengan tujuan untuk menciptakan barang atau jasa yang diperjual belikan secara komersial. Usaha kecil dan menengah merupakan operator perubahan yang mampu memajukan masyarakat dalam membawa pembangunan dengan perubahan yang tiada henti, sehingga berdampak pada perluasan daya cipta karakter perdagangan. (Dhewanto, 2015). Dapat dipastikan bahwa hal ini dapat memberikan dampak positif dalam peningkatan perekonomian Indonesia.

Proses era pasar bebas saat ini menuntut pelaku usaha untuk dapat bersaing dan meningkatkan kapabilitas yaitu mengembangkan inovasi akses dan transfer teknologi yang dilakukan dengan proses interaktif dan komunikasi yang tersambung dengan internet.

Alangkah dewasanya apabila sebuah bangsa dan masyarakatnya mampu melihat masalah ini semua dengan bijak, menjawab tantangan, serta tangguh menghadapi semua ancaman. Salah satu cara yang dirasa cukup ampuh adalah menumbuhkan dan menguatkan jiwa wirausaha muda (entrepreneur muda) terutama dikalangan generasi Z dengan menggunakan teknologi internet. Diharapkan dengan menguatnya pemikiran serta Tindakan kewirausahaan yang semakin masif, masyarakat dapat hidup mandiri dan bertahan sekalipun ditengah situasi sulit pasca pandemi covid-19.

Ketika berniat mendirikan sebuah bisnis, ide cemerlang tentu belum cukup untuk membuat bisnis menjadi sukses. Ada berbagai faktor yang perlu dipertimbangkan entrepreneur muda, oleh karena itu studi kelayakan bisnis perlu untuk dilakukan. Meskipun penting dilakukan, akan tetapi banyak entrepreneur muda yang kerap mengabaikan studi kelayakan ini.

Akibatnya, sebagian usaha yang dilakukan terkadang menemui jalan buntu atau bahkan gulung tikar. Faktor inilah yang kemudian menjadi tantangan tersendiri dalam dunia usaha, apalagi dalam kondisi pasca pandemi covid-19, tentunya hal ini menuntut seseorang untuk berpikir kreatif, berpikir cerdas dan berpikir terbuka.

Masa krisis bukanlah sebuah alasan bagi anak muda untuk bersemangat membangun sebuah wirausaha apalagi di era digitalisasi seperti sekarang ini. Melainkan masa krisis justru membuat kita ditantang untuk berinovasi serta berkreativitas sebaik mungkin, memanfaatkan teknologi digital dan tentunya memaksimalkan peluang yang ada di depan mata. Peluang yang dimaksud di sini ialah peluang yang muncul saat dan setelah krisis, hal ini dapat dimanfaatkan sebagai ide awal untuk membuka usaha yang orientasinya pada keuntungan dan dapat memberikan solusi alternatif kepada masyarakat setelah krisis. Sebagai contoh sejumlah bisnis

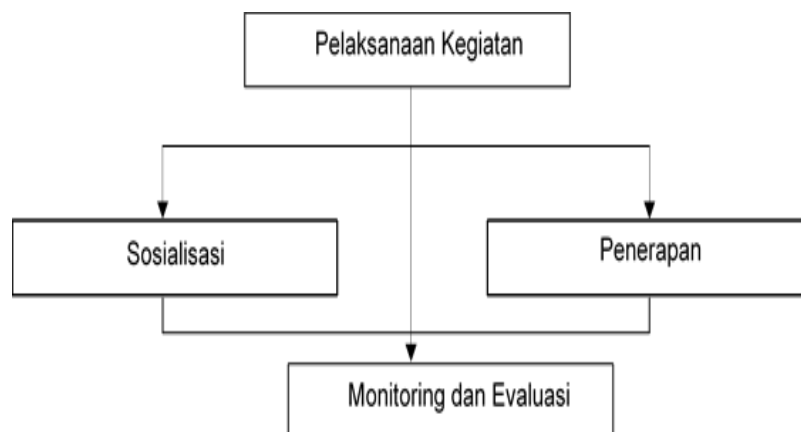
atau kewirausahaan yang muncul pasca pandemi seperti bisnis digital, fintech, layanan dukungan, jasa ekspedisi, kesehatan, nutrisi dan lainnya. Bagi masyarakat khususnya anak muda, di era industri 4.0 ini merupakan saat yang tepat untuk berwirausaha dan memiliki UMKM, karena semua faktor penunjang sudah dimudahkan lewat teknologi yang berkembang saat ini.

Salah satu persoalan yang dihadapi oleh kebanyakan remaja Rumah Inspirasi Cahaya Hati adalah kurangnya kesadaran dalam meningkatkan kesehatan dan kurangnya memanfaatkan media sosial dalam mengoptimalkan produk usaha melalui multimedia digital. Hal ini berimbas pada para remaja tersebut menjadi sering terlihat berkerumun dengan remaja lainnya dan hanya menggunakan media sosial sebagai hiburan semata. Melihat dinamika global yang terjadi tentunya semangat dan mental kewirausahaan akan sangat berguna bagi bangsa Indonesia. Di depan tantangan akan jauh lebih besar, bukan hanya masalah kesehatan tapi juga persaingan global yang masuk ke semua lini kehidupan. Inilah momentum yang tepat untuk membangun mental masyarakat agar lebih kuat dan kompetitif.

Berangkat dari masalah tersebutlah, kami dari Tim Program Pengabdian Masyarakat (PKM) Universitas Pamulang (UNPAM) yang berjumlah 3 dosen dan 5 mahasiswa terpanggil untuk ikut serta membantu memberikan pemahaman mengenai “Sosialisasi Pemanfaatan Media Sosial Kepada Generasi Z Di Rumah Inspirasi Cahaya Hati Dalam Optimalisasi Produk Usaha Melalui Multimedia Digital.”

## 2. METODE

Metode pelaksanaan kegiatan merupakan cara pelaksanaan yang menjelaskan secara singkat tata cara pelaksanaan program, adapun metode tersebut disajikan dalam bagan dibawah ini:



**Gambar 1. Metode Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat**

Secara lengkap metode pelaksanaan kegiatan akan disajikan secara lengkap melalui penjelasan, sehingga mampu meningkatkan nilai jualnya. Tahap-tahap kegiatan PKM dilaksanakan berikut:

1. Survei Tempat Pelaksanaan Kegiatan

Kegiatan ini dimaksudkan untuk menggali informasi tentang kondisi geografis dan kondisi masyarakat didaerah tempat kegiatan. Informasi tersebut berupa lokasi, permasalahan yang dihadapi dalam pada lokasi tersebut.

## 2. Persiapan Sarana dan Prasarana

Kegiatan ini dimaksudkan untuk merencanakan kebutuhan baik sarana dan prasarana yang akan digunakan dalam pelaksanaan kegiatan dengan tetap memperhatikan kebutuhan masyarakat secara umum dan khusus demi tercapainya target pengabdian kepada masyarakat. Sarana dan prasarana yang dimaksud berupa proyektor, spanduk dan lain-lain.

## 3. Pelaksanaan Kegiatan

Setelah melakukan survey dan persiapan sarana dan prasarana maka pelaksanaan kegiatan dilaksanakan oleh pengusul beserta anggota dan beberapa mahasiswa. Kegiatan ini mengangkat tema “Sosialisasi Pemanfaatan Media Sosial Kepada Generasi Z Di Rumah Inspirasi Cahaya Hati Dalam Optimalisasi Produk Usaha Melalui Multimedia Digital.” Tema tersebut di atas diambil berdasarkan kondisi dan informasi dari tokoh masyarakat maupun pengurus segenap para anggota Yayasan Rumah Inspirasi Cahaya Hati di Komplek Inkopad Blok F12 No 15 RT13 RW09 Kec. Tajur Halang Kab. Bogor dimana kalangan remaja masih kurang memahami pelaksanaan, kendala, dan menentukan solusi yang dapat di gunakan dalam menerapkan Kelayakan Bisnis untuk menciptakan enterpreneur muda yang inovatif Pasca Pandemi Covid-19.

## 4. Monitoring dan Evaluasi

Kegiatan ini dimaksudkan untuk meninjau perkembangan aktualisasi masyarakat terhadap kegiatan yang telah dilakukan sebelumnya dengan harapan dapat dilaksanakan sesuai dengan teori yang telah di peroleh melalui kegiatan yang telah dilaksanakan. Evaluasi juga bertujuan untuk memahami pola pemahaman masyarakat terhadap informasi baru yang diperoleh dari pelaksana kegiatan. Hasil ini diharapkan mampu menjadi dasar Sosialisasi terhadap Kelayakan Bisnis Untuk Menciptakan Entrepreneur Muda Yang Inovatif Pasca Pandemi Covid-19 dan guna memutus mata rantai di sekitar Rumah Inspirasi Cahaya Hati di Komplek Inkopad Blok F12 No 15 RT13 RW09 Kec. Tajur Halang Kab. Bogor.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan sosialisasi dan penerapan di Rumah Inspirasi Cahaya Hati, tentang Sosialisasi Pemanfaatan Media Sosial kepada Generasi Z di Rumah Inspirasi Cahaya Hati dalam Optimalisasi Produk Usaha melalui Multimedia Digital dengan kurang lebih 30 peserta.



**Gambar 2. Sosialisasi Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat**

Kegiatan penyuluhan dan pembinaa ini dimulai dengan sambutan dari Ketua Pelaksana Pengabdian Kepada Masyarakat (PkM) dan Ketua Pengurus Rumah Inspirasi Cahaya Hati (RICH) Ibu Dede Iwanah M.Pd yaitu selanjutnya perkenalan anggota pengabdian kepada masyarakat dan juga para penghuni yayasan serta pengurus Rumah Inspirasi Cahaya Hati (RICH), Kecamatan Larangan, Kota Tangerang Banten tujuannya untuk membuat suasana lebih akrab. Setelah itu, pemateri menayangkan slide power point yang berkaitan dengan materi Sosialisasi Pemanfaatan Media Sosial kepada Generasi Z di Rumah Inspirasi Cahaya Hati dalam Optimalisasi Produk Usaha melalui Multimedia Digital. Respon peserta dari RICH itu sendiri sangat baik. Terlihat ketika pemateri menanyakan Penerapan dan Sosialisasi Pemanfaatan Media Sosial kepada Generasi Z di Rumah Inspirasi Cahaya Hati dalam Optimalisasi Produk Usaha melalui Multimedia Digital ke salah satu anggota peserta respon yang diberikan cepat menangkap dan dengan mudah menerima pengetahuan dari materi tersebut.



**Gambar 3. Pemberian Materi Pada Peserta PkM**

Alhamdulillah kegiatan Penyuluhan dan Sosialisasi Pemanfaatan Media Sosial kepada Generasi Z di Rumah Inspirasi Cahaya Hati dalam Optimalisasi Produk Usaha melalui Multimedia Digital berjalan cukup baik, karena semua peserta sangat merespon dengan baik dalam kegiatan ini. Berdasarkan wawancara, tanya jawab dalam kegiatan tersebut ada beberapa perubahan yang dilihat dari para anggota Karang Taruna yang mengikuti kegiatan Penyuluhan dan Sosialisasi Pemanfaatan Media Sosial kepada Generasi Z di Rumah Inspirasi Cahaya Hati dalam Optimalisasi Produk Usaha melalui Multimedia Digital sebagai upaya pencegahan penyebaran virus covid -19. Dengan pengamatan langsung selama kegiatan berlangsung, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini memberikan hasil sebagai berikut :

1. Meningkatkan pengetahuan dan kemampuan individu agar mau dan mampu mengambil tindakan yang dapat meningkatkan dan memelihara kesehatannya.
2. Menyiapkan akses terhadap sarana yang diperlukan untuk praktik Sosialisasi Pemanfaatan Media Sosial kepada Generasi Z di Rumah Inspirasi Cahaya Hati dalam Optimalisasi Produk Usaha melalui Multimedia Digital di tempat tinggal maupun di lingkungan sekitar dan sekolah.

3. Mengidentifikasi kebiasaan keluarga dan masyarakat yang menghalangi mereka agar selalu memakai masker dan menggunakan hand sanitizer agar memutus upaya penyebaran covid-19 dan selalu berperilaku hidup bersih dan sehat.
4. Merubah pandangan tentang Pemakaian Masker dan Hand sanitizer yang baik dan benar dengan melibatkan berbagai tokoh di masyarakat.
5. Menyediakan informasi tentang Sosialisasi Kelayakan Bisnis Untuk Menciptakan Enterpreneur Muda Yang Inovatif Pasca Pandemi Covid-19.

Beberapa faktor yang mendukung terlaksananya kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah besarnya minat dan antusiasme peserta selama kegiatan, sehingga kegiatan berlangsung dengan lancar dan efektif, secara langsung Mendeskripsikan Sosialisasi Pemanfaatan Media Sosial kepada Generasi Z di Rumah Inspirasi Cahaya Hati dalam Optimalisasi Produk Usaha melalui Multimedia Digital. Sedangkan faktor penghambatnya adalah keterbatasan waktu sosialisasi dan penerapannya karena hanya memakai waktu yang singkat dan tidak terlalu lama dan juga social distancing.

#### **4. KESIMPULAN**

Pemanfaatan media sosial yang baik dan benar terkadang masih menjadi hal yang sulit difahami oleh Sebagian masyarakat khususnya generasi muda, Karena kebanyakan generasi Z hanya menggunakan media sosial untuk mencari informasi, melihat hiburan namun tidak banyak generasi Z yang menggunakan media sosial sebagai optimalisasi produk usahanya. Yayasan Rumah Inspirasi Cahaya hati yang berisi generasi muda dari berbagai kalangan dan latar belakang ekonomi ini juga sangat menyadari akan pentingnya hal tersebut, dimana terkadang apa yang mereka dapat dari pelajaran di sekolah kurang komprehensif dan tidak mendapatkan contoh konkret pada kehidupan sehari-hari. Apabila sebuah bangsa dan masyarakatnya mampu melihat masalah ini semua dengan bijak, menjawab tantangan, serta tangguh menghadapi semua ancaman. Salah satu cara yang dirasa cukup ampuh adalah menumbuhkan dan menguatkan jiwa wirausaha muda (entrepreneur muda) terutama dikalangan Generasi Z. Diharapkan dengan menguatnya pemikiran serta tindakan kewirausahaan yang semakin masif, masyarakat dapat hidup mandiri dan bertahan sekalipun ditengah situasi sulit pasca pandemi covid-19..

#### **Saran**

Mengingat besarnya manfaat kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, maka selanjutnya perlu:

1. Mengadakan penyuluhan dan pembinaan serupa pada Rumah Inspirasi Cahaya Hati lainnya ataupun pada masyarakat siswa sekolah lain dengan materi yang sama.
2. Adanya kesinambungan program pasca kegiatan pengabdian ini sehingga para peserta benar benar dapat mengimplementasikan apa yang sudah disampaikan.
3. Pelaksanaan kegiatan PKM ini diharapkan dapat berkembang lebih luas lagi khususnya dalam memulai usaha bisnis untuk berwirausaha bagi generasi milenial & generasi Z.
4. Adanya kesinambungan program pasca kegiatan pengabdian ini sehingga masyarakat benar-benar dapat termotivasi untuk mempraktikkan perilaku hidup bersih dan sehat.
5. Untuk Masyarakat: Bisa memakai Masker dan Hand Sanitizer yang baik dan benar karena selama ini masyarakat banyak yang belum bisa memakai masker dan hand sanitizer yang tepat, agar dapat meningkatkan perilaku hidup bersih dan sehat yang

baik, Melakukan pemantauan berkala pada lingkungan masyarakat, agar berperilaku bersih dan sehat dengan mengurangi risiko dengan mencuci dengan sabun dan air yang mengalir, kurangi Kontak Langsung (Physical Distancing). Perlunya peningkatan dukungan sarana dan prasarana dalam Penyuluhan Sosialisasi Kelayakan Bisnis Untuk Menciptakan Entrepreneur Muda Yang Inovatif Pasca Pandemi Covid-19 dapat lebih dimaksimalkan.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Agnew, Palmer W, Kellerman, Anne S, Meyer, Jeanine. 1996. *Multimedia in the classroom*, Allyn and Bacon Boston.
- Anderson, Ronald H. 1976. *Selecting and Developing Media For Instruction*. American Society For Training and Development, Modison.
- Arsyad, Azhar. 2011. *Media Pembelajaran*. Jakarta: Rajawali Pers. Lee, William W. and Diana L. Owens, "Multimedia-Based Instructional design: computer-based training, web-based training, distance broadcast training, performancebased solution", e-book, UK: Pfeiffer, 2004.
- Asmaya, F. (2015). Pengaruh penggunaan media sosial facebook terhadap perilaku prososial remaja di kenagarian koto Bangun. *Jom FISIP*, hal 115.
- Bailey, D.H. 1996. *Constructivism and Multimedia: Theory and Application: Innovation and Transformation*. *Journal of Instruction Media*. 23(2).161-165.
- Dwi Sarwiko dan Widyo Nugroho. 2009. *Pengembangan Media Pembelajaran Berbasis Multimedia Interaktif Menggunakan Macromedia Director Mx*. Jakarta: Universitas Gunadarma.
- Hadi Sutopo, 2001. *Multimedia*. Jakarta: Jurusan Teknik Informatika Fakultas Teknologi Industri Universitas Persada Indonesia 'YAI'.
- <https://www.merdeka.com/jatim/pengertian-gen-z-serta-karakteristiknya-ketahui-agar-tak-keliru-kln.html>
- Munir. 2008. *Kurikulum Berbasis Teknologi Informasi dan Komunikasi*. Bandung: Alfabeta.
- Najjar, Lawrence. J. 1996. *Multimedia Information and Learning*. *Journal of Educational Multimedia and Hypermedia*, 5, 444129-150. School of Psychology, Georgia Institute of Technology USA.
- Nurudin, 2013. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Rajawali Press.
- Puntoadi, Danis. 2012. *Menciptakan Penjualan Melalui Sosial Media*. Jakarta: PT Elex Komputindo.