



# Pengembangan Desain Pelatihan *Public Speaking* untuk Meningkatkan Kemampuan Komunikasi Digital Mahasiswa

Zalfa Aqilah<sup>1</sup>, Yerry Soepriyanto<sup>2</sup>, Susilaningih<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Negeri Malang, Kota Malang

\* [zalfa.aqilah@gmail.com](mailto:zalfa.aqilah@gmail.com)<sup>1</sup>; [yerry.soepriyanto.fip@um.ac.id](mailto:yerry.soepriyanto.fip@um.ac.id)<sup>2\*</sup>; [susilaningih.fip@um.ac.id](mailto:susilaningih.fip@um.ac.id)<sup>3</sup>

## Kata Kunci

Kurikulum Pelatihan, Public Speaking, Komunikasi Digital

## Abstrak

Dengan perkembangan teknologi yang pesat, mahasiswa perlu dibekali kemampuan untuk mengidentifikasi dan memanfaatkan informasi yang konstruktif serta menghindari penyebaran informasi yang destruktif. Penelitian ini bertujuan mengembangkan desain pelatihan Public Speaking untuk meningkatkan kemampuan komunikasi digital mahasiswa Teknologi Pendidikan Universitas Negeri Malang. Metode penelitian yang digunakan adalah Research and Development (R&D) dengan model Instructional Design oleh McArdle (2010), yang mencakup tahap Justifikasi Bisnis, Analisis, Desain, Pengembangan, Implementasi, dan Evaluasi. Hasil penelitian menunjukkan peningkatan signifikan dalam aspek etika komunikasi, analisis strategi SEO, dan Storytelling. Validasi dari ahli menunjukkan bahwa kurikulum pelatihan valid sehingga layak digunakan digunakan. Peserta menunjukkan respon positif dan peningkatan signifikan dalam pengetahuan dan keterampilan. Kesimpulannya, desain pelatihan ini efektif dalam meningkatkan kemampuan komunikasi digital mahasiswa, membekali mereka dengan keterampilan yang relevan untuk berinteraksi di media sosial secara etis dan profesional.

## 1. Pendahuluan

Era digital saat ini menawarkan tantangan dan kesempatan unik dalam pengelolaan informasi. Seiring dengan perkembangan teknologi yang pesat, mahasiswa perlu dibekali dengan kemampuan untuk mengidentifikasi dan memanfaatkan informasi yang konstruktif serta menghindari penyebaran informasi yang destruktif. Menurut Ririen & Heriasman (2021), mahasiswa paling sering menggunakan smartphone untuk bermain game dan media sosial, menghabiskan lebih dari lima jam dalam sehari. Penggunaan media sosial membawa dampak positif dan negatif, yang erat kaitannya dengan kemampuan mahasiswa dalam mengelola informasi. Nahdi & Jatisunda (2020) menyatakan bahwa mahasiswa banyak menjadikan internet sebagai bahan rujukan tugas akademik tanpa memperhatikan sumber. Pentingnya pemahaman tentang etika komunikasi di media sosial juga ditekankan oleh Liedfray et al. (2022), yang menggarisbawahi bahwa media sosial memungkinkan pengguna untuk berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan berbagai jenis konten. Ini mencakup blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual. Mahasiswa perlu memahami penggunaan media sosial agar mereka tidak hanya menjadi konsumen informasi yang pasif, tetapi juga kontributor yang bertanggung jawab terhadap ekosistem informasi yang lebih luas.

Berangkat dari persoalan tersebut, penting bagi mahasiswa untuk memahami etika komunikasi dalam menilai konten yang mereka temui. Kemampuan untuk membedakan antara informasi yang konstruktif dan destruktif tidak hanya akan mengurangi penyebaran ujaran kebencian dan informasi palsu, tetapi juga akan mempromosikan diskusi yang lebih sehat dan produktif di ruang-ruang online. Etika komunikasi bermedia sosial memegang peranan penting dalam menciptakan hubungan yang harmonis antar manusia.

Selain itu, strategi optimisasi mesin pencari (SEO) merupakan keterampilan penting yang harus dikuasai mahasiswa. SEO berperan penting dalam meningkatkan visibilitas konten di internet, sehingga informasi yang disampaikan dapat menjangkau audiens yang lebih luas. Penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa masih memiliki keterbatasan dalam memahami dan menerapkan strategi SEO yang efektif. Selanjutnya, Storytelling adalah teknik penting dalam komunikasi digital. Penggunaan teknik Storytelling yang efektif dalam menciptakan konten sudah diterapkan oleh banyak pemilik akun media sosial. Teknik ini mampu membuat konten lebih menarik dan mudah diingat oleh audiens. Namun, banyak mahasiswa yang belum memahami bagaimana cara memanfaatkan Storytelling untuk membuat konten mereka lebih menarik dan viral.

Untuk mengatasi berbagai masalah tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan desain pelatihan Public Speaking guna meningkatkan kemampuan komunikasi digital mahasiswa Teknologi Pendidikan Universitas Negeri Malang. Proses pelaksanaan Pendidikan dan Pelatihan apabila tidak didasari dengan pedoman maka akan keluar dari ranahnya (Leksono et al., 2018).

Dalam hal ini, desain pelatihan atau desain pembelajaran merupakan suatu skenario atau tata cara menata proses pembelajaran yang sistematis. Desain ini dibuat dengan tujuan agar proses pembelajaran berjalan secara efisien dan memudahkan dalam belajar lebih efektif untuk meningkatkan kinerja pebelajar secara lebih maksimal (Donatus et al., 2021). Pelatihan ini dirancang untuk membantu mahasiswa mengembangkan keterampilan komunikasi yang diperlukan untuk berinteraksi secara etis dan profesional di media sosial.

Desain pelatihan yang dikembangkan mencakup materi tentang etika komunikasi, strategi SEO, dan prinsip Storytelling . Rencana Pembelajaran Mata Pelatihan (RPMP) disusun dengan alokasi waktu, capaian pembelajaran, tujuan pembelajaran, metode, serta media dan sumber belajar yang digunakan. Implementasi pelatihan melibatkan mahasiswa S1 Teknologi Pendidikan angkatan 2021 dan narasumber profesional. Evaluasi dilakukan dengan angket observasi dan post-test. Metode penelitian yang digunakan adalah Research and Development (R&D) dengan model Instructional Design oleh McArdle (2010). Populasi penelitian adalah mahasiswa Teknologi Pendidikan Universitas Negeri Malang, dan sampelnya adalah mahasiswa S1 Teknologi Pendidikan angkatan 2021.

## 2. Metode

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian pengembangan atau Developmental Research. Model pengembangan yang digunakan pada penelitian ini adalah Model Instructional Design oleh McArdle (2010), yang mencakup tahap Justifikasi Bisnis, Analisis, Desain, Pengembangan, Implementasi, dan Evaluasi. Seperti yang dijelaskan dalam artikel "Developing Multimedia Tutorial in Vocational High School Teacher Training", tahap-tahap ini termasuk analisis kebutuhan, pengembangan kurikulum, dan evaluasi efektivitas program pelatihan (Soepriyanto et al., 2023).



Gambar 1. Tahapan Pengembangan Desain Pelatihan Model McArdle

**Pada tahap pertama, Justifikasi Bisnis**, langkah awal yang dilakukan adalah mengidentifikasi kebutuhan spesifik dari peserta pelatihan. Kegiatan ini melibatkan pengumpulan data melalui observasi, survei, atau wawancara untuk memahami kelemahan dan kekuatan peserta terkait komunikasi digital. Tujuan dari program pelatihan juga ditentukan untuk memastikan bahwa pelatihan yang dirancang dapat memberikan solusi atas masalah yang telah diidentifikasi. Selain itu, analisis kebutuhan ini membantu dalam merumuskan tujuan yang realistis dan dapat dicapai oleh peserta.

**Pada tahap kedua, Analisis**, McArdle berfokus pada penciptaan kurikulum yang memenuhi kebutuhan yang telah diidentifikasi. Kegiatan ini mencakup analisis tugas untuk memahami keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan oleh peserta untuk mencapai tujuan pelatihan. Berdasarkan hasil analisis ini, materi pembelajaran disusun dengan metode instruksional yang tepat untuk memfasilitasi pemahaman peserta. Analisis ini juga membantu dalam menentukan pendekatan pengajaran yang paling efektif untuk audiens yang ditargetkan.

**Pada tahap ketiga, Desain**, fase desain mencakup aspek logistik dan persiapan yang diperlukan untuk menyampaikan kurikulum secara efektif. Pada tahap ini, rencana pembelajaran yang detail dibuat, termasuk penentuan materi, metode pengajaran, dan media yang akan digunakan. Pengembangan alat evaluasi juga dilakukan untuk mengukur keberhasilan pelatihan. Desain ini memastikan bahwa semua elemen pelatihan terintegrasi dengan baik dan siap untuk

diimplementasikan. Desain pelatihan mencakup tujuan pelatihan dan mempertimbangkan teori pembelajaran (Soepriyanto et al., 2023).

**Pada tahap keempat, Pengembangan,** tahap pengembangan melibatkan pembuatan lingkungan belajar yang mendukung pembelajaran efektif. Ini termasuk pembuatan materi pembelajaran, seperti modul, presentasi, dan bahan ajar lainnya. Pengujian awal terhadap materi dilakukan untuk memastikan bahwa konten sesuai dengan kebutuhan peserta dan tujuan pelatihan. Selain itu, pelatihan instruktur juga dilakukan untuk memastikan mereka siap menyampaikan materi dengan efektif. Pengembangan mencakup pengembangan kurikulum, rencana pembelajaran, pemilihan strategi pembelajaran, memperoleh sumber daya pembelajaran, dan mempertimbangkan implikasi hukum (Soepriyanto et al., 2023).

**Pada tahap kelima, Implementasi.** Pada tahap ini, kurikulum dan desain pelatihan yang telah disusun disampaikan kepada peserta pelatihan. Kegiatan ini melibatkan pengaturan kelas, pengiriman materi, dan pelaksanaan kegiatan pembelajaran sesuai dengan rencana yang telah dibuat. Interaksi antara peserta dan instruktur sangat penting untuk memastikan pemahaman dan keterlibatan peserta. Implementasi yang baik akan membantu mencapai tujuan pelatihan yang telah ditetapkan.

**Pada tahap keenam, Evaluasi,** merupakan tahap yang memungkinkan pemangku kepentingan untuk menilai dan mengukur efektivitas pelatihan. Dalam tahap ini, umpan balik dari peserta dikumpulkan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan program pelatihan. Evaluasi ini sangat penting untuk meningkatkan dan memperbaiki program pelatihan di masa mendatang. Hasil evaluasi juga bisa digunakan untuk menyesuaikan pelatihan dengan kebutuhan yang berkembang, memastikan relevansi dan efektivitasnya terus terjaga.

Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa S1 Teknologi Pendidikan angkatan 2021 berjumlah 30 mahasiswa. Pengembangan kurikulum ini dilaksanakan pada Bulan Desember 2023 hingga April 2024 dengan pelatihan yang melibatkan 30 orang peserta pelatihan, 1 orang narasumber profesional dengan pengalaman luas dalam *Public Speaking* dan komunikasi digital, dan peneliti sebagai seorang fasilitator bidang Teknologi Pendidikan.

Pengumpulan data yang digunakan berupa angket observasi dan post-test yang terdiri dari tiga aspek, yaitu, Aspek Penerapan Etika Komunikasi, Aspek Analisis Strategi SEO, dan Aspek Penguasaan *Storytelling* dan Viralitas Konten. Skala pengukuran penilaian dari angket observasi dan post-test menggunakan skala likert dengan rentang poin 1-5.

### 3. Hasil dan Pembahasan

#### 3.1. Pada tahap pertama, Justifikasi Bisnis terdiri dari tiga subtahap yaitu:

1. Subtahap 1: Identify Training Needs atau Identifikasi Kebutuhan Pelatihan.

Peneliti mengidentifikasi kebutuhan mahasiswa dalam etika komunikasi, teknik SEO, penguasaan *Storytelling*, dan viralitas konten. Observasi menunjukkan bahwa pengetahuan awal mahasiswa tentang Etika Komunikasi adalah 61%, Analisis Strategi SEO 50%, dan *Storytelling* dan Viralitas Konten 25%. Keterampilan SEO mahasiswa juga rendah (52,66%). Rendahnya penguasaan *Storytelling* dan viralitas konten menunjukkan kebutuhan mendesak untuk perbaikan. Oleh karena itu, materi pelatihan dirancang untuk menangani kelemahan ini dengan fokus pada teknik *Storytelling*, penggunaan SEO, dan prinsip etika komunikasi digital, sehingga meningkatkan kemampuan komunikasi digital mahasiswa secara komprehensif.

2. Subtahap 2: Determine Training Solutions atau Menentukan Solusi Pelatihan

Subtahap ini menguraikan masalah mahasiswa dalam memanfaatkan media sosial serta solusi yang diusulkan untuk mengatasinya. Masalah pertama adalah mahasiswa belum mampu mempromosikan citra profesional di media sosial. Solusi yang diusulkan adalah

mengadakan pelatihan penggunaan media sosial secara profesional, termasuk tips menulis postingan yang relevan dengan bidang studi atau industri mereka. Masalah kedua adalah mahasiswa belum mampu memperluas visibilitas konten. Untuk mengatasinya, pelatihan tentang konsep dasar dan strategi efektif dalam memperluas visibilitas konten, termasuk optimisasi profil dan jenis konten yang diminati, sangat diperlukan. Masalah ketiga adalah teknik Storytelling mahasiswa yang belum efektif dalam menciptakan konten menarik. Solusi yang diusulkan adalah mengadakan pelatihan khusus tentang teknik Storytelling yang menarik, mencakup tips untuk menarik perhatian audiens dan praktik langsung dalam menciptakan konten. Dengan pelatihan-pelatihan ini, diharapkan mahasiswa dapat memanfaatkan media sosial secara lebih profesional dan efektif.

3. Subtahap 3: Estimate Return on Training Investment atau Memperkirakan Pengembalian Atas Investasi Pelatihan.

Subtahap ini bertujuan untuk memperkirakan pengembalian investasi pelatihan Public Speaking untuk meningkatkan kemampuan komunikasi digital mahasiswa. Total biaya pelatihan mencakup biaya narasumber, kehadiran mahasiswa, dan produktivitas yang hilang, dengan total Rp 600.000. Peningkatan kemampuan komunikasi digital diperkirakan menghasilkan pengembalian sebesar Rp 150.000. ROI dihitung dengan membagi pengembalian bersih (Rp 150.000) dengan total biaya investasi (Rp 600.000) dan dikalikan 100, menghasilkan ROI sebesar 25%. Temuan peneliti menunjukkan bahwa investasi ini memberikan pengembalian positif, menunjukkan efisiensi dan efektivitas pelatihan dalam meningkatkan keterampilan mahasiswa yang pada akhirnya meningkatkan produktivitas mereka.

### **3.2. Pada tahap kedua, Analisis terdiri dari dua subtahap yaitu:**

1. Subtahap 4: Identify Learners' Needs atau Mengidentifikasi Kebutuhan Pebelajar

Pada subtahap ini, peneliti berhasil mengidentifikasi kebutuhan peserta pelatihan berdasarkan survei awal dan observasi. Kebutuhan pertama adalah pengetahuan dan keterampilan menggunakan media sosial untuk membangun citra positif dan profesional. Untuk mengatasi ini, strategi yang diusulkan adalah pelatihan Public Speaking guna meningkatkan kemampuan komunikasi digital mahasiswa. Kebutuhan kedua adalah pengetahuan dan keterampilan penggunaan bahasa yang efektif dalam komunikasi digital, yang juga akan ditangani dengan pelatihan Public Speaking untuk meningkatkan kemampuan komunikasi digital. Kebutuhan ketiga adalah pengetahuan dan keterampilan pemasaran digital untuk keperluan personal branding. Solusi yang diusulkan tetap sama, yaitu pelatihan Public Speaking yang bertujuan meningkatkan kemampuan komunikasi digital mahasiswa. Dengan mengidentifikasi kebutuhan ini dan mengusulkan strategi penanganan yang relevan, diharapkan peserta pelatihan dapat meningkatkan kemampuan mereka dalam komunikasi digital dan personal branding.

2. Subtahap 5: Perform a Job-task Analysis atau Memahami tugas-tugas yang Terlibat.

Pada subtahap ini, peneliti berhasil menganalisis tugas dalam pelatihan Public Speaking yang mencakup tiga tugas utama. Pertama, tugas memperkenalkan konsep dasar Public Speaking menggunakan materi PPT dan modul dari fasilitator melalui platform Google Meet atau Zoom. Metode pelatihan yang digunakan adalah ceramah interaktif dengan hasil yang diharapkan peserta memahami prinsip dasar Public Speaking. Kedua, tugas melatih penggunaan bahasa yang efektif, juga menggunakan materi PPT dan modul dari fasilitator melalui platform yang sama. Metode pelatihannya adalah studi kasus dan latihan praktis, dengan hasil yang diharapkan peserta dapat menyusun headline konten yang jelas, sesuai target audiens, dan menarik. Ketiga, tugas mengelola kecemasan dan stres, menggunakan materi yang sama melalui platform Google Meet atau Zoom. Metode pelatihannya adalah diskusi, dengan hasil yang diharapkan peserta menguasai teknik mengurangi stres dan kecemasan saat mengelola media sosial untuk menciptakan citra positif atau personal branding. Tabel ini memberikan gambaran tentang alat, metode, dan hasil yang diharapkan dari setiap tugas dalam pelatihan

### 3.3. Pada tahap ketiga, Desain, terdapat tiga subtahap:

1. Subtahap 6: Develop a Preliminary Budget atau Membuat rancangan anggaran awal
 

Pada subtahap ini, peneliti berhasil mengembangkan rencana anggaran awal untuk pelatihan Public Speaking yang terdiri dari satu komponen utama, yaitu biaya narasumber pelatihan. Komponen ini mencakup biaya untuk narasumber yang akan memberikan pelatihan. Jumlah yang dianggarkan untuk komponen ini adalah sebesar Rp 300.000. Penetapan biaya ini bertujuan untuk memastikan bahwa pelatihan dapat berjalan dengan baik dan narasumber yang berkualitas dapat diundang untuk memberikan materi.
2. Subtahap 7: Prepare learning objectives atau Menyiapkan Tujuan Pembelajaran.
 

Tujuan pembelajaran dalam pelatihan ini, yaitu,

  - a. Peserta pelatihan mampu menyelesaikan masalah seputar etika komunikasi yang tepat dalam interaksi sehari-hari di media sosial untuk membangun citra profesional dan positif
  - b. Peserta pelatihan mampu merancang headline kreatif menggunakan strategi SEO dan teknik pemasaran digital lainnya untuk meningkatkan visibilitas dan jangkauan konten mereka di internet
  - c. Peserta pelatihan mampu mengaitkan prinsip Storytelling dengan dampaknya terhadap viralitas konten untuk menghasilkan konten yang menarik dan berdampak pada target audien
3. Subtahap 8: Consider relevant learning theory atau Mempertimbangkan Teori Pembelajaran apa yang relevan untuk digunakan ketika di kelas.
 

Dalam Pelatihan Public Speaking untuk Meningkatkan Komunikasi Digital Mahasiswa ada dua teori belajar yang diterapkan, yaitu,

  - a. Teori Konstruktivisme
 

Teori Konstruktivisme sesuai untuk pelatihan Public Speaking dalam lingkungan daring karena mendukung pembelajaran yang aktif dan mandiri. Teori ini menekankan bahwa pengetahuan dibangun oleh pembelajar berdasarkan pengalaman pribadi mereka. Dalam setting online, mahasiswa dapat terlibat dalam aktivitas yang memungkinkan mereka membangun pemahaman mereka sendiri tentang komunikasi efektif, seperti melalui diskusi dan studi kasus. Platform media sosial seperti Instagram atau LinkedIn mendukung untuk menciptakan pengalaman belajar yang mendalam dan memungkinkan mahasiswa untuk bereksperimen dengan berbagai gaya komunikasi dan teknik presentasi dalam konteks komunikasi digital.
  - b. Social Learning Theory
 

Dalam konteks pelatihan Public Speaking secara daring, Teori Belajar Sosial oleh Albert Bandura relevan karena menyoroti pentingnya pengamatan dan pemodelan. Melalui pelatihan yang dilaksanakan secara daring ini, mahasiswa mengamati video-video studi kasus dalam sesi webinar yang menunjukkan teknik komunikasi efektif dan dampaknya. Ini memungkinkan mereka untuk belajar dari contoh nyata dan mengadopsi teknik tersebut dalam praktik mereka sendiri. Selain itu, partisipasi dalam diskusi intens dengan narasumber merupakan bentuk memfasilitasi proses belajar melalui interaksi sosial dan umpan balik dari rekan dan narasumber, hal ini penting dalam mengasah keterampilan berbicara di depan umum secara digital

### 3.4. Pada tahap keempat, Pengembangan, yang dimana terdapat enam subtahap:

1. Subtahap 9: *Develops the Training Lesson Plan (RPMP) as a form of training design or curriculum* atau Mengembangkan Kurikulum
 

Pada penelitian ini, Rencana Pembelajaran Mata Pelatihan (RPMP) dirancang untuk meningkatkan kemampuan komunikasi digital mahasiswa melalui pelatihan Public Speaking. Materi pelatihan mencakup dasar komunikasi dan etika dalam media sosial, analisis kasus nyata terkait etika komunikasi, dasar-dasar SEO dan pemasaran digital, serta prinsip Storytelling yang efektif. Pelatihan ini bertujuan agar peserta mampu memahami dan menerapkan etika komunikasi yang tepat, strategi SEO, dan teknik pemasaran digital untuk membangun citra profesional dan personal branding. Selain itu, peserta juga

diharapkan dapat menyusun konten yang menarik dan berdampak pada target audiens dengan menggunakan teknik Storytelling yang efektif. Metode pelatihan melibatkan ceramah interaktif, studi kasus, dan diskusi melalui platform daring seperti Google Meet atau Zoom. Alokasi waktu untuk pelatihan ini adalah 100 menit, dengan penilaian melalui post-test yang mencakup soal essay dan studi kasus. Hasil yang diharapkan adalah peningkatan kemampuan mahasiswa dalam memanfaatkan media sosial secara profesional dan efektif.

2. Subtahap 10: Write the lesson plan atau Menuliskan Rencana Belajar.

Rencana Pembelajaran Kelas untuk Pelatihan Public Speaking dirancang oleh peneliti untuk meningkatkan keterampilan komunikasi digital mahasiswa. Tujuan pembelajaran meliputi kemampuan peserta dalam menyelesaikan masalah etika komunikasi, merancang headline kreatif dengan strategi SEO, dan mengaitkan prinsip Storytelling dengan viralitas konten. Materi pelatihan mencakup dasar komunikasi dan etika, dasar-dasar SEO dan pemasaran digital, serta prinsip Storytelling. Setiap sesi pelatihan memiliki topik spesifik, seperti prinsip etika dalam komunikasi, strategi pembuatan konten, dan analisis faktor-faktor viralitas konten. Waktu yang diestimasikan untuk setiap sesi adalah 40 menit untuk dasar komunikasi dan etika, 30 menit untuk SEO dan pemasaran digital, dan 30 menit untuk Storytelling. Temuan peneliti menunjukkan bahwa melalui pendekatan yang terstruktur ini, mahasiswa dapat meningkatkan keterampilan komunikasi digital mereka secara komprehensif, mencakup aspek teknis dan kreatif, serta memanfaatkan media sosial untuk membangun citra profesional dan meningkatkan visibilitas konten mereka.

3. Subtahap 11: Select instructional strategies atau Memilih Strategi Pembelajaran

Dalam pelatihan ini, strategi yang digunakan dianjurkan memenuhi poin-poin berikut:

- a. Pelatihan yang di desain berfokus pada masalah dunia nyata.
- b. Pelatihan yang di desain menekankan bagaimana peserta dapat menerapkan apa yang mereka pelajari.
- c. Pelatihan yang di desain menghubungkan pembelajaran dengan tujuan yang dinyatakan oleh peserta.
- d. Pelatihan yang di desain merelasikan materi peserta dan pengetahuan baru yang disajikan dengan pengalaman peserta.
- e. Pelatihan yang di desain memperkenankan peserta untuk debat dan menantang ide-ide.
- f. Pelatihan yang di desain memungkinkan untuk mendengarkan dan menghargai opini peserta.

Strategi yang diimplementasikan harus sesuai untuk membantu memastikan bahwa pengalaman belajar dalam pelatihan cukup efektif dan relevan dengan kebutuhan serta tujuan peserta. Strategi pembelajaran yang mencakup semua poin di atas adalah Pembelajaran Berbasis Masalah (Problem-Based Learning atau PBL). Dalam pelatihan Public Speaking untuk meningkatkan kemampuan komunikasi digital mahasiswa yang dilakukan secara daring, PBL sangat efektif. Peserta akan menghadapi berbagai studi kasus nyata yang relevan dengan dunia digital, memungkinkan mereka untuk menerapkan teori yang dipelajari secara langsung dalam konteks yang praktis. Diskusi interaktif di platform daring akan mendorong mahasiswa untuk berbagi ide, mendebat, dan mengkritisi perspektif yang berbeda, memperkaya pemahaman mereka. Dengan pendekatan ini, mahasiswa tidak hanya belajar tentang teknik Public Speaking, tetapi juga mengasah kemampuan berpikir kritis dan komunikasi digital mereka secara holistik

4. Subtahap 12: Obtain instructional resources atau Mencatat Bentuk Sumber Pembelajaran.

Modul pelatihan "Public Speaking untuk Meningkatkan Kemampuan Komunikasi Digital Mahasiswa" berfungsi sebagai sumber pembelajaran utama dalam pelatihan ini. Modul ini dirancang untuk memberikan panduan komprehensif mengenai dasar-dasar Public Speaking, etika komunikasi di media sosial, strategi SEO, dan teknik Storytelling yang efektif. Berdasarkan temuan peneliti, modul ini terbukti efektif dalam meningkatkan pemahaman mahasiswa tentang cara membangun citra profesional di media sosial dan meningkatkan visibilitas konten mereka. Dengan materi yang terstruktur dan praktis, modul ini membantu peserta mengembangkan keterampilan komunikasi digital yang diperlukan dalam dunia profesional.

5. Subtahap 13: Consider the legal implications atau Mempertimbangkan Implikasi Legal

Semua data yang terkumpul terkait tiap pesertanya sudah mendapatkan perizinan dan persetujuan dari masing masing untuk dijadikan sumber data dari penelitian ini. Hal ini dilakukan peneliti agar selaras dengan pentingnya memerhatikan perihal perlindungan data pribadi sebagaimana diatur dalam UU No. 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi (UU PDP).

6. Subtahap 14: Prepare a final budget atau Menyiapkan Rancangan Anggaran Akhir

Pada Perancangan Anggaran Pelatihan, meliputi biaya teknologi sebesar Rp 50.000 untuk sewa platform online dan honor narasumber sebesar Rp 300.000, serta biaya tak terduga Rp 50.000, dengan total anggaran Rp 400.000.

### **3.5. Pada tahap kelima, Implementasi, terdapat tiga subtahap:**

1. Subtahap 15: Prepare the training program atau Menyiapkan Program Pelatihan

Subtahap ini mencakup aspek logistik dan persiapan yang diperlukan untuk efektif menyampaikan desain kurikulum. Peneliti dalam hal ini menyajikan Checklist Persiapan Kelas untuk Pelatihan Public Speaking yang bertujuan meningkatkan keterampilan komunikasi digital mahasiswa. Checklist ini mencakup enam poin utama: penataan ruangan untuk latihan interaktif, aksesibilitas materi pelatihan, pengaturan sesi ice breaking, pengaturan teknologi komunikasi, persiapan sertifikat partisipasi, dan ketersediaan perlengkapan sesi interaktif. Temuan peneliti menunjukkan bahwa dengan mengikuti checklist ini, efektivitas pelatihan dapat meningkat signifikan. Persiapan yang matang dan terstruktur memastikan bahwa setiap aspek pelatihan mendukung tujuan utama, yaitu meningkatkan kemampuan komunikasi digital mahasiswa secara menyeluruh. Dengan demikian, pelatihan dapat berlangsung lebih efisien dan mencapai hasil yang diinginkan.

2. Subtahap 16: Organize the presentation atau Mengelola Bahan Presentasi

PowerPoint slides digunakan sebagai salah satu bahan ajar utama dalam pelatihan "Public Speaking untuk Meningkatkan Kemampuan Komunikasi Digital Mahasiswa". Slide-slide presentasi mencakup topik-topik penting seperti dasar komunikasi dalam Public Speaking, etika komunikasi di media sosial, dan analisis kasus nyata. Temuan peneliti menunjukkan bahwa penggunaan PowerPoint membantu memvisualisasikan materi, memudahkan pemahaman peserta, dan membuat sesi pelatihan lebih interaktif. Presentasi ini juga mendukung penyampaian informasi secara terstruktur dan sistematis, sehingga peserta dapat mengikuti materi dengan lebih mudah dan efektif. Dengan demikian, PowerPoint menjadi alat dan bahan penting dalam mencapai tujuan pelatihan, yaitu meningkatkan keterampilan komunikasi digital mahasiswa.

3. Subtahap 17: Manage your audience atau Mengelola Peserta Pelatihan

Subtahap ini berisi manajemen pelatihan Public Speaking dengan dilengkapi oleh dokumentasi pada setiap tahap pembelajarannya. Tahapan pembelajaran terdiri dari

pembukaan, kegiatan inti, dan penutupan. Setiap tahap menggunakan materi PPT dan modul dari fasilitator melalui platform Google Meet atau Zoom, dengan metode pelatihan berupa diskusi, ceramah interaktif, studi kasus, dan latihan praktis. Dokumentasi visual dari setiap tahap membantu memastikan semua aspek pelatihan tercatat dengan baik. Temuan peneliti menunjukkan bahwa manajemen yang terstruktur ini meningkatkan efektivitas pelatihan, memberikan panduan jelas bagi fasilitator, dan memungkinkan peserta untuk mengikuti materi secara sistematis.

### 3.6. Pada tahap keenam, Evaluasi

Yaitu menilai dampak dari program pelatihan terhadap peserta pelatihan dan mengevaluasi efektivitas pelatihan dalam memenuhi tujuannya. Sebelum kurikulum diimplementasikan pada pelatihan, produk yang telah dikembangkan divalidasi terlebih dahulu kepada para validator hingga produk dinyatakan layak. Lalu, untuk evaluasi pembelajaran dalam pelatihan, dilakukan dengan menguji pengetahuan dan keterampilannya melalui post test untuk mengetahui peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta.

1. Subtahap 18: Evaluate ROI, including Validation by Experts and Program Effectiveness atau Evaluasi ROI, Termasuk Validasi oleh Ahli dan Efektivitas Program

- a. Hasil Validasi Ahli

Pada bagian ini, dipaparkan hasil proses validasi media modul, media power point, materi, dan kurikulum dan materi yang dilakukan kepada para ahli. Validasi media modul, presentasi, materi dan kurikulum dilakukan oleh beberapa Dosen Teknologi Pendidikan yang berkompeten di bidangnya. Deskripsi hasil validasi dari tiap ahli memberikan gambaran tentang tingkat kepastian berdasarkan aspek yang dikembangkan tiap angket. Secara keseluruhan hasil tersebut dijelaskan pada bagian berikut ini:

- 1) Hasil Validasi Ahli Media Modul

Validasi Media Modul dilakukan dengan dengan memvalidasi empat aspek yaitu (1) aspek kemenarikan, (2) aspek kemudahan, (3) aspek motivasi, (4) dan aspek konten. Setiap aspek terdapat tiga butir pernyataan yang akan diberikan tanggapan oleh validator sesuai dengan keadaan dari media yang telah dikembangkan. Validator media dipilih berdasarkan kompetensi dan pengalaman dalam pengembangan modul program pendidikan dan pelatihan. Hasil validasi ahli media modul memperoleh tanggapan 100% sangat setuju, diantara 4 aspek, 11 item pernyataan masuk pada kategori "sangat setuju". Pengembangan media modul pada pelatihan mendapatkan tanggapan positif dari ahli media modul dengan catatan saran dan komentar yaitu pada latihan soal yang ada di tiap penggalan modul, evaluasi untuk pendalaman akhir modul. Sehingga, media modul ini valid sehingga layak digunakan.

- 2) Hasil Validasi Ahli Media PowerPoint

Validasi Media Power Point dilakukan dengan dengan memvalidasi empat aspek yaitu (1) aspek kemenarikan, (2) aspek kemudahan, (3) aspek motivasi, (4) dan aspek konten. Setiap aspek terdapat tiga butir pernyataan yang akan diberikan tanggapan oleh validator sesuai dengan keadaan dari media yang telah dikembangkan. Validator media dipilih berdasarkan kompetensi dan pengalaman dalam pengembangan multimedia dalam program pendidikan dan pelatihan. Hasil validasi ahli media media tayang (PowerPoint) memperoleh persentase tanggapan 100%, diantara 4 aspek, 12 item pernyataan masuk pada kategori "sangat setuju". Pengembangan media tayang pada pelatihan mendapatkan tanggapan positif dari ahli media power point dengan catatan komentar yaitu pada secara keseluruhan PPT yang dikembangkan sudah baik dan layak digunakan dalam penelitian. Sehingga media power point valid sehingga layak digunakan

3) Hasil Validasi Ahli Materi

Validasi Materi dilakukan dengan dengan memvalidasikan empat aspek yaitu (1) Materi Dasar Komunikasi dalam Public Speaking dan Etika Komunikasi di Media Sosial, (2) Materi Analisis Kasus-kasus Nyata di Media Sosial yang Berkaitan dengan Etika Komunikasi, (3) Materi Dasar-dasar SEO dan Pemasaran Digital, (4) dan Materi Prinsip Dasar Storytelling dan Faktor-faktor yang Membuat Konten Menjadi Viral. Aspek pertama terdapat tiga butir pernyataan, aspek kedua terdapat tiga butir pernyataan, aspek ketiga terdapat dua butir pernyataan, dan aspek keempat terdapat dua butir pernyataan, yang akan diberikan tanggapan oleh validator sesuai dengan keadaan dari materi yang telah dikembangkan. Validator materi dipilih berdasarkan kompetensi dan pengalaman dalam bidang Public Speaking dan komunikasi digital. Ahli materi menanggapi pernyataan dalam validasi persentase sebesar 100% positif, diantara 4 aspek pernyataan, 9 item pernyataan masuk pada kategori "sangat setuju" dan 1 item pernyataan masuk pada kategori "setuju". Pengembangan materi pada pelatihan mendapatkan tanggapan positif dari ahli materi dengan catatan komentar yaitu secara umum sudah baik. Sehingga, materi pelatihan valid sehingga layak digunakan.

4) Hasil Validasi Ahli Kurikulum

Validasi Ahli Kurikulum dilakukan dengan dengan memvalidasikan empat aspek yaitu (1) aspek tujuan pembelajaran, (2) aspek relevansi materi, (3) dan aspek pengukuran hasil. Aspek pertama terdapat tiga butir pernyataan, aspek kedua terdapat tiga butir pernyataan, dan aspek ketiga terdapat dua butir pernyataan, yang akan diberikan tanggapan oleh validator sesuai dengan keadaan dari kurikulum yang telah dikembangkan. Validator kurikulum dipilih berdasarkan kompetensi dan pengalaman dalam pengembangan kurikulum dan desain instruksional dalam program pendidikan dan pelatihan. Persentase tanggapan ahli kurikulum sebesar 100% , diantara 3 aspek pernyataan, 7 item pernyataan masuk pada kategori "sangat setuju" dan 1 item pernyataan masuk pada kategori "setuju". Pengembangan kurikulum pada pelatihan mendapatkan tanggapan positif dari ahli kurikulum dengan catatan saran dan komentar yaitu tujuan pembelajaran perlu dicermati, domain yang diharapkan karena tujuan pembelajaran merupakan turunan dari kompetensi dasar. Sehingga, kurikulum pelatihan ini valid sehingga layak digunakan

b. Evaluasi dan Pengukuran Efektivitas Program

Tingkat ketiga dari proses evaluasi adalah transfer pelatihan yang mengukur adopsi keterampilan baru oleh peserta (Sulthoni et al, 2023). Pada penelitian ini, peneliti melakukan proses evaluasi di tingkat ketiga untuk mengetahui peningkatan pengetahuan dan keterampilan setelah diimplementasikannya pelatihan.

1) Tingkat Pengetahuan dan Keterampilan Sebelum Pelatihan melalui Angket Observasi

a) Pengetahuan Awal

Data dari angket observasi awal menunjukkan bahwa peserta pelatihan memiliki pengetahuan dan keterampilan awal yang relatif rendah dalam penerapan etika komunikasi, analisis strategi SEO, dan penguasaan Storytelling serta viralitas konten. Untuk pengetahuan awal, tingkat rata-rata yang dicapai adalah 61% untuk penerapan etika komunikasi, 50% untuk analisis strategi SEO, dan 50% untuk penguasaan Storytelling serta viralitas konten.

b) Keterampilan Awal

Dalam hal keterampilan awal, khususnya terkait dengan analisis strategi SEO, persentase rata-rata hanya 53%. Hal ini mengindikasikan bahwa mayoritas peserta belum mampu secara efektif menerapkan teknik SEO untuk memperluas visibilitas konten mereka. Rendahnya tingkat penguasaan ini mencerminkan kebutuhan mendesak akan pelatihan intensif dalam strategi SEO dan menyoroti pentingnya integrasi keterampilan digital yang lebih kompleks ke dalam kurikulum pelatihan untuk meningkatkan keterampilan digital mahasiswa secara keseluruhan.

## 2) Tingkat Pengetahuan dan Keterampilan Setelah Pelatihan melalui Post-test

### a) Pengetahuan Akhir

Hasil post-test menunjukkan peningkatan signifikan dalam pengetahuan peserta. Untuk pengetahuan, skor rata-rata yang dicapai adalah 75% untuk penerapan etika komunikasi, 66% untuk analisis strategi SEO, dan 62% untuk penguasaan Storytelling serta viralitas konten. Peningkatan ini menunjukkan bahwa pelatihan efektif dalam meningkatkan pemahaman peserta terhadap etika komunikasi dan aplikasi SEO, meskipun masih ada ruang untuk perbaikan terutama dalam Storytelling dan viralitas konten.

### b) Keterampilan Akhir

Persentase keterampilan akhir menunjukkan 70%. Hal ini mengindikasikan bahwa mayoritas peserta telah mampu secara efektif menerapkan teknik SEO untuk memperluas visibilitas konten mereka. Hal ini mencerminkan bahwa kurikulum pelatihan cukup mampu meningkatkan keterampilan digital mahasiswa.

Penelitian oleh Eka Yuniar et al. (2019) menyoroti manfaat pelatihan terstruktur dalam strategi SEO yang dapat secara signifikan meningkatkan kemampuan digital peserta. Studi oleh Ika Nur Fadillah (2021) menggarisbawahi pentingnya Storytelling yang efektif dalam menciptakan konten yang menarik dan inspiratif. Sementara itu, Mubarok Ahmadi (2023) menekankan pentingnya etika dalam komunikasi digital untuk membangun kepercayaan dan memperkuat hubungan dengan audiens.

Kesimpulannya, meskipun beberapa peserta telah menunjukkan pemahaman dasar tentang etika komunikasi, masih terdapat kekurangan signifikan dalam hal strategi SEO dan pembuatan konten yang efektif serta mendorong viralitas, sehingga diperlukan program pelatihan. Ovi Hamidah Sari (2023) menekankan pentingnya menentukan target audiens yang sesuai dalam merancang SEO yang efektif. Oleh karena itu, peningkatan kurikulum pelatihan harus memasukkan modul yang memadukan aspek teoritis dan praktis dari SEO untuk secara substansial meningkatkan kompetensi digital peserta.

## 3) Pengukuran Efektivitas Pelatihan

Data hasil pelatihan diperoleh dari hasil tes berupa observasi dan post-test. Observasi dilaksanakan sebelum peserta menjalani pelatihan sedangkan post-test dilaksanakan setelah siswa menjalani pelatihan.

Teknik analisis data dalam penelitian ini yaitu analisis skor N-Gain. Analisis skor N-Gain ditujukan untuk mengukur signifikansi pengaruh perlakuan. Adapun tes diberikan dalam bentuk soal essay berjumlah 8 butir. Berikut ini rumus menghitung N-Gain.

$$N - Gain = \frac{Skor\ Posttest - Skor\ Pretest}{Skor\ Ideal - Skor\ Pretest}$$

**Tabel 1. Kriteria analisis N-Gain (Hake, 1999)**

N-Gain	Kriteria
≥ 0,70	High
0,30 < N-Gain < 0,70	Medium
≤ 0,30	Low

Untuk mengetahui efektifitas pelatihan, dilakukan analisis N-Gain pada tabel 2 berikut:

**Tabel 2. Hasil analisis N-Gain untuk komponen pengetahuan**

Komponen: Pengetahuan	Rata-rata		N-Gain	Kriteria
	Observasi (%)	Post-test (%)		
ASPECT 1: Aspek Penerapan Etika Komunikasi	61	75	0,36	Medium
ASPECT 2: Aspek Analisis Strategi SEO	50	66	0,32	Medium
ASPECT 3: Aspek Penguasaan <i>Storytelling</i> dan Viralitas Konten	50	62	0,24	Low

Pada tabel 2 dan tabel 3, hasil analisis N-Gain dari kedua komponen, menunjukkan perbedaan yang cukup signifikan. Pada komponen pengetahuan, perolehan skor N-Gain untuk aspek 1 yaitu sebesar 0,36 dengan kriteria sedang, perolehan skor N-Gain untuk aspek 2 yaitu sebesar 0,32 dengan kriteria sedang, dan perolehan skor N-Gain untuk aspek 3 yaitu sebesar 0,24 dengan kriteria rendah. Sedangkan, pada komponen keterampilan, mendapat perolehan skor N-Gain yaitu 0,36 dengan kriteria sedang.

**Tabel 3. Hasil analisis N-Gain untuk komponen keterampilan**

Komponen: Keterampilan	Rata-rata		N-Gain	Kriteria
	Observasi (%)	Post-test (%)		
ASPECT 2: Aspek Analisis Strategi SEO	53	70	0,36	Medium

2. Subtahap 19: *Revise the program* atau Merevisi Program

Peneliti hanya menggunakan data pra- dan pasca-pelatihan, revisi program tidak dilakukan sebab tidak terdapat data tambahan dari *follow-up training* yang biasanya memberikan wawasan mendalam tentang efektivitas jangka panjang dan penyesuaian yang diperlukan. Dengan kata lain, tanpa data *follow-up*, tidak ada dasar substantif untuk melakukan revisi substansial pada program karena kekurangan informasi tentang aplikasi dan dampak jangka panjang pelatihan.

### 3. Subtahap 20: *Review the final program* atau Meninjau ulang program akhir

Subtahap ini melibatkan evaluasi dan tinjauan akhir dari program pelatihan dengan manajemen atau pihak pengambil keputusan. Namun, dalam kasus di mana peneliti hanya mengandalkan data pra- dan pasca-pelatihan, tinjauan program akhir mungkin lebih terbatas dan tidak mencakup diskusi mendalam tentang implementasi atau hasil *follow-up*. Tinjauan akan lebih fokus pada perbandingan hasil langsung sebelum dan setelah pelatihan untuk menilai efek jangka pendek dan keefektifan materi atau metode yang digunakan.

Meskipun peneliti tidak melakukan revisi program dan tinjauan akhir dengan manajemen berdasarkan data *follow-up*, proses evaluasi masih dapat memberikan wawasan berharga tentang efektivitas pelatihan berdasarkan data yang tersedia. Evaluasi ini penting untuk memastikan bahwa tujuan pelatihan tercapai meskipun dengan cakupan yang lebih terbatas dan berfokus pada hasil jangka pendek. *Revise the program* atau Mer Kriteria pengelompokkan hasil penghitungan N-Gain dapat dilihat pada tabel 1 berikut: Subtahap 1: Identify Training Needs atau Identifikasi Kebutuhan Pelatihan.

## 4. Simpulan

Pengembangan telah selesai dilakukan dan telah diujicobakan secara daring. Berdasarkan hasil yang diperoleh, penelitian menemukan bahwa desain pelatihan Public Speaking untuk meningkatkan kemampuan komunikasi digital mahasiswa valid sehingga layak digunakan. Validasi produk oleh ahli media modul, ahli media PowerPoint, ahli materi, dan ahli kurikulum menunjukkan persentase validasi tinggi, yaitu masing-masing 100% ditanggapi positif. Selain itu, pelatihan ini menunjukkan peningkatan signifikan pada pengetahuan dan keterampilan mahasiswa. Pada aspek Pengetahuan Etika Komunikasi, terjadi peningkatan dari 61% menjadi 75%. Aspek Analisis Strategi SEO meningkat dari 66% menjadi 75%, Aspek Penguasaan Storytelling dan Viralitas Konten meningkat dari 50% menjadi 62%. Untuk keterampilan, terjadi peningkatan dari 53% menjadi 70%.

Analisis N-Gain menunjukkan perbedaan signifikan antar komponen. Untuk komponen pengetahuan, Aspek 1 mencapai skor N-Gain 0,36 (sedang), Aspek 2 mencapai skor 0,32 (sedang), dan Aspek 3 mencapai skor 0,24 (rendah). Untuk keterampilan, skor N-Gain 0,36 (sedang). Hasil ini menunjukkan bahwa pelatihan meningkatkan pengetahuan dan keterampilan mahasiswa dengan efektifitas yang bervariasi.

Penelitian merekomendasikan eksplorasi adaptasi kurikulum di berbagai konteks pendidikan untuk meningkatkan relevansi dan fleksibilitasnya. Mengumpulkan umpan balik dari peserta pelatihan secara berkelanjutan juga disarankan untuk memperbarui materi pelatihan sesuai kebutuhan. Dengan demikian, pelatihan ini efektif dalam meningkatkan kemampuan komunikasi digital mahasiswa dan layak diterapkan secara luas.

## Daftar Rujukan

- Ahmadi, M., & Gunarti, T. T. (2023). Etika Komunikasi Dalam Dunia Maya. *J-KIs: Jurnal Komunikasi Islam*, 4(2), 237–246. <https://doi.org/10.53429/j-kis.v4i2.818>
- Alhabash, S., & Ma, M. (2017). A Tale of Four Platforms: Motivations and Uses of Facebook, Twitter, Instagram, and Snapchat Among College Students? *Social Media and Society*, 3(1). <https://doi.org/10.1177/2056305117691544>
- Arifin, B., Muzakki, A., & Kurniawan, M. W. (2019). Konsep Digital Marketing Berbasis Seo (Search Engine Optimization) Dalam Strategi Pemasaran. *Ekombis Sains: Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Bisnis*, 4(2), 87–94. <https://doi.org/10.24967/ekombis.v4i2.474>
- Aripradono, H. W. (2020). Penerapan Komunikasi Digital Storytelling Pada Media Sosial Instagram. *Teknika*, 9(2), 121–128. <https://doi.org/10.34148/teknika.v9i2.298>

- Bogdan, Robert, Taylor, Steven J. & DeVault, M. L. (2016). *Introduction to Qualitative Research Methods: A Guidebook and Resouce*.
- Dr. Rulli Nasrullah, M. S. (2017). *Media sosial : perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi* (Nunik Siti).
- Dole, D., Ulfa, S., & Soepriyanto, Y. (2021). *Pengembangan Desain Pembelajaran Literasi Informasi Model I-LEARN Pada Penulisan Karya Tulis Ilmiah* (Doctoral dissertation, State University of Malang).
- Fadillah, I. N., & Dini, K. (2021). Digital Storytelling Sebagai Strategi Baru Meningkatkan Minat Literasi Generasi Muda. *Journal of Education Science*, 7(2), 81–98. <http://jurnal.uui.ac.id/index.php/jes/article/view/1566>
- Kadiyono, A. L. (2020). Pelatihan Personal Branding Bagi Persiapan Pengembangan Karir Mahasiswa Tingkat Akhir. *International Journal of Community Service Learning*, 4(4), 263–273. <https://doi.org/10.23887/ijcsl.v4i4.29730>
- Leksono, F. D., Sulton, S., & Susilaningih, S. (2018). Implementasi Kurikulum 2013 Paud Di Tk Tpi Nurul Huda Malang. *Jurnal Inovasi dan Teknologi Pembelajaran*, 4(2), 126-131.
- Liedfray, T., Waani, F. J., & Lasut, J. J. (2022). Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Tombatu Timur Kabupaten Minasa Tenggara. *Jurnal Ilmiah Society*, 2(1), 2.
- Moudy, C. D., & Winduwati, S. (2023). Strategi Personal Branding Kreator Konten TikTok dalam Mengembangkan Citra Diri Positif. *Kiwari*, 2(2), 215–221. <https://doi.org/10.24912/ki.v2i2.24001>
- Mulyani, M., & Saputra, N. (2023). Efektifitas Penggunaan Story Telling Berbasis Digital Dalam Meningkatkan Kemampuan Speaking Bagi Siswa Madrasah Tsanawiyah Ulumul Quran. *Jurnal Multidisiplin Indonesia*, 2(10), 3467–3473. <https://doi.org/10.58344/jmi.v2i10.674>
- Nahdi, D. S., & Jatisunda, M. G. (2020). Analisis Literasi Digital Calon Guru Sd Dalam Pembelajaran Berbasis Virtual Classroom Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Cakrawala Pendas*, 6(2), 116–123. <https://doi.org/10.31949/jcp.v6i2.2133>
- Paramita, E., Pradnya, L., PPKIA, P., & ... (2019). Pelatihan Pemanfaatan Teknologi Seo Untuk Peningkatan Traffic Promosi Dengan Sosial Media. *Peduli.Wisnuwardhana.Ac.Id*, 1. <http://peduli.wisnuwardhana.ac.id/index.php/peduli/article/view/94%0Ahttp://peduli.wisnuwardhana.ac.id/index.php/peduli/article/download/94/54>
- Penelitian, J. H., Kepustakaan, K., & Pendidikan, B. (2021). *Jurnal Kependidikan*: 7(4), 946–955.
- PMA. (2010). *Perkembangan teknologi di era digital*. 1–10.
- Prof. Dr. H. Syafruddin Nurdin, M.Pd, Adriantoni, M. P. (2016). *Kurikulum dan pembelajaran*.
- Soepriyanto, Y., Aulia, F., Sulthoni, & Utami, S. J. (2023). Developing Multimedia Tutorial in Vocational High School Teacher Training. In B. B. Wiyono et al. (Eds.), *Proceedings of the International Conference on Educational Management and Technology (ICEMT 2022)*. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 727, 222-230. Atlantis Press. [https://doi.org/10.2991/978-2-494069-95-4\\_27](https://doi.org/10.2991/978-2-494069-95-4_27)
- Sulthoni, Y., Soepriyanto, Y., & Aulia, F. (2023). Evaluation of Multimedia Tutorial Development Training for Teachers in Vocational High Schools. In B. B. Wiyono et al. (Eds.), *Proceedings of the International Conference on Educational Management and Technology (ICEMT 2022)*. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 727, 71-80. Atlantis Press. [https://doi.org/10.2991/978-2-494069-95-4\\_71](https://doi.org/10.2991/978-2-494069-95-4_71)
- Sunarjo, W. A., Ilmiani, A., & Kamila, N. P. (2023). Optimalisasi Strategi Pemasaran Digital sebagai Upaya Peningkatan Omset bagi UMKM Batik di Era Society 5. 0. *DIMASEKA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 1–10.
- Yeni, A., & Susanti, M. (2023). Peran Komunikasi Interpersonal dan Kelompok dalam Konteks Pendidikan: Meningkatkan Keterampilan Komunikasi untuk Peningkatan Pembelajaran dan Prestasi Akademik. *Cognoscere: Jurnal Komunikasi Dan Media Pendidikan*, 1(1), 19–27. <https://doi.org/10.61292/cognoscere.v1i1.22>
- Zekaj, R. (2023). The Impact of Online Learning Strategies on Students' Academic Performance: A Systematic Literature Review. *International Journal of Learning, Teaching and Educational Research*, 22(2), 148–164. <https://doi.org/10.26803/ijlter.22.2.9>
- Zuana, M. M. M. (2018). Digital Storytelling : An Attractive Media to Teach Narrative Text in Speaking Class. *ALSUNA: Journal of Arabic and English Language*, 1.