

Elevasi Brand “LIMPUS” Melalui Kreativitas Digital: Program Pelatihan Konten Media Sosial dan Video Promosi

Yohani Setiya Rafika Nur*¹, Dasril Aldo², Lina Fatimah Lishobrina³, Muhammad Raafi'u Firmansyah⁴, Gilang Sulaeman⁵, M. Yoka Fathoni⁶

^{1,2,4,5}Teknik Informatika, Institut Teknologi Telkom Purwokerto, Indonesia

³Bisnis Digital, Institut Teknologi Telkom Purwokerto, Indonesia

⁶Sistem Informasi, Institut Teknologi Telkom Purwokerto, Indonesia

e-mail: *¹yohani@ittelkom-pwt.ac.id, ²dasrilaldo1994@gmail.com, ³lina.fatimah@ittelkom-pwt.ac.id, ⁴muhammadraafiu@ittelkom-pwt.ac.id, ⁵21102091@ittelkom-pwt.ac.id, ⁶myokafathoni@ittelkom-pwt.ac.id

Abstrak

Dalam upaya meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat terhadap literasi serta pelestarian lingkungan melalui platform digital, program "Elevasi Brand 'Limbah Pustaka' Melalui Kreativitas Digital" telah dilaksanakan. Program dua hari ini dirancang untuk mengasah keterampilan digital para peserta, meliputi pengenalan dan praktik pembuatan konten media sosial dan video. Hari pertama fokus pada pengenalan YouTube, podcast, dan peran content creator, dilanjutkan dengan praktik pembuatan channel YouTube dan pengelolaan video yang efektif, termasuk pengambilan dan editing video. Hari kedua mengedepankan pentingnya kesadaran lingkungan melalui media digital, pengenalan Canva, serta praktik pembuatan poster dan konten visual lainnya. Hasil dari program ini menunjukkan peningkatan signifikan dalam kemampuan peserta dalam mengelola konten digital yang kreatif dan informatif, sekaligus meningkatkan branding dan visibilitas 'Limbah Pustaka' dalam masyarakat luas. Program ini menunjukkan bahwa dengan pelatihan yang tepat, teknologi digital dapat menjadi alat yang efektif untuk promosi dan edukasi publik terkait isu-isu penting seperti literasi dan pelestarian lingkungan.

Kata kunci: Branding Komunitas, Kesadaran Lingkungan, Literasi Media Sosial, Pelatihan Digital, Pengelolaan Konten Video

1. PENDAHULUAN

Dalam era digital saat ini, kemampuan untuk mengelola dan menghasilkan konten digital menjadi sangat penting[1], tidak hanya untuk individu tapi juga untuk lembaga dan komunitas yang ingin meningkatkan visibilitas dan pengaruh mereka dalam masyarakat[2]. 'Limbah Pustaka', sebagai inisiatif yang bertujuan untuk mempromosikan literasi dan pelestarian lingkungan, menghadapi tantangan dalam meningkatkan brand awareness dan partisipasi masyarakat karena keterbatasan dalam penggunaan media digital yang efektif.

Sejak didirikan pada tahun 2007, Limbah Pustaka telah bertekad memberikan sumbangsih signifikan pada peningkatan literasi anak dan remaja serta menginspirasi keberlanjutan lingkungan melalui kerajinan yang memanfaatkan limbah plastik. Dengan jangkauan yang terbatas ke ranah digital, Limbah Pustaka kini berada di persimpangan yang menentukan: memperluas dampaknya melalui penggunaan strategis media digital atau terus beroperasi dalam skala yang terbatas dengan risiko keterlepasan dari perkembangan zaman. Kondisi saat ini menunjukkan bahwa walaupun Limbah Pustaka memiliki potensi luar biasa dalam produksi dan nilai sosial, mereka belum memaksimalkan media digital sebagai alat untuk

berkomunikasi dengan audiens yang lebih luas. Ini adalah sebuah kesenjangan yang perlu ditangani agar Limbah Pustaka dapat berkembang dan beradaptasi dalam ekosistem digital yang dinamis.

Permasalahan utama yang dihadapi adalah kurangnya keahlian dalam pembuatan dan pengelolaan konten digital yang menarik dan edukatif, serta minimnya kesadaran tentang pentingnya literasi digital dalam mendukung isu-isu sosial dan lingkungan. Hal ini menghambat upaya 'Limbah Pustaka' dalam menjangkau audiens yang lebih luas dan menggalang dukungan untuk kegiatan-kegiatan literasi dan lingkungan.

Dalam konteks teori, peningkatan brand melalui media digital dapat dilihat melalui lensa teori komunikasi modern yang menekankan pada interaktivitas dan engagement pengguna [3]. Teori komunikasi seperti *Uses and Gratifications* menyoroti bagaimana audiens memilih media yang bisa memenuhi kebutuhan spesifik mereka, yang dalam hal ini adalah informasi tentang literasi dan kelestarian lingkungan [4]. Selain itu, teori Difusi Inovasi oleh Everett Rogers mengilustrasikan pentingnya adopsi inovasi dalam komunikasi dan bagaimana inovasi tersebut dapat diterima oleh masyarakat luas melalui media sosial [5].

Mengatasi permasalahan ini, program "Elevasi Brand 'Limbah Pustaka' Melalui Kreativitas Digital" diinisiasi. Program ini dirancang untuk memberikan pelatihan intensif tentang pembuatan dan pengelolaan konten media sosial serta video promosi, dengan fokus pada penggunaan alat-alat digital seperti YouTube, podcast, dan Canva. Program ini bertujuan untuk mengembangkan kapasitas peserta dalam menghasilkan konten yang tidak hanya kreatif tetapi juga informatif dan relevan dengan isu literasi dan lingkungan, sekaligus memperkuat identitas dan visibilitas 'Limbah Pustaka' sebagai pemimpin pemikiran dalam inisiatif sosial dan lingkungan.

2. METODE

2.1 Kajian Teori

2.1.1 Teori Komunikasi:

Teori *Uses and Gratifications* menjelaskan bahwa individu memilih media berdasarkan kebutuhan gratifikasi yang diharapkan atau yang sudah diterima. Dalam konteks pelatihan digital, pemahaman ini penting untuk menyesuaikan konten yang tidak hanya informatif tetapi juga memenuhi kebutuhan spesifik audiens dalam mendapatkan pengetahuan atau keterampilan baru [6]. Teori Difusi Inovasi oleh Everett Rogers membantu memahami bagaimana teknologi dan ide baru seperti penggunaan efektif media sosial dalam pelestarian lingkungan dapat diterima dan diadopsi oleh masyarakat luas [7]. Teori ini relevan untuk strategi penyebaran informasi dan penerimaan inisiatif 'Limbah Pustaka'.

2.1.2 Teori Pembelajaran Digital:

Teori Pembelajaran Multimedia menekankan pentingnya menggunakan berbagai modalitas sensori dalam materi pembelajaran untuk meningkatkan pemahaman dan retensi. Dalam pelatihan, penggunaan video, teks, dan audio yang efektif esensial untuk meningkatkan efektivitas pembelajaran [8]. Teori Konstruktivisme berpendapat bahwa pembelajaran adalah proses aktif dimana peserta membangun pengetahuan baru berdasarkan pengalaman mereka. Ini mendukung pendekatan hands-on dalam pelatihan pembuatan dan pengelolaan konten, memberikan peserta kesempatan untuk bereksperimen dan belajar dari praktik langsung [9].

2.1.3 Teori Branding dan Identitas Merek:

Teori Identitas Merek mengungkapkan bahwa konsistensi dalam pesan dan representasi visual membantu memperkuat identitas merek. Ini relevan untuk 'Limbah Pustaka' saat berusaha memperkuat citra sebagai inisiatif yang berfokus pada literasi dan pelestarian lingkungan [10]. Teori Ekuitas Merek menunjukkan bahwa persepsi positif terhadap merek dapat meningkatkan nilai merek tersebut [11]. Melalui pelatihan ini, 'Limbah Pustaka' berusaha

meningkatkan persepsi positif tersebut dengan meningkatkan kemampuan digital peserta yang memungkinkan mereka untuk menjadi duta merek dalam komunitas mereka.

2.1.4 Teori Perilaku Pengguna:

Model Penerimaan Teknologi (TAM) mengeksplorasi faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan pengguna terhadap teknologi baru. Memahami hal ini dapat membantu 'Limbah Pustaka' dalam merancang pelatihan yang memudahkan adopsi alat digital oleh peserta [12]. Teori Aksi Beralasan mendiskusikan bagaimana sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan mempengaruhi keputusan individu untuk melaksanakan perilaku tertentu. Penerapannya dapat membantu dalam merancang kampanye yang mendorong peserta untuk menerapkan praktik lingkungan yang berkelanjutan [13].

2.1.5 Teori Sosial dan Lingkungan:

Teori Ekologi Sosial mengakui bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh interaksi mereka dengan lingkungan sosial dan fisik. Ini relevan dalam mengembangkan program yang mengintegrasikan praktik lingkungan dalam kehidupan sehari-hari komunitas [14]. Teori Keterlibatan Masyarakat menekankan pentingnya mengaktifkan komunitas dalam perencanaan dan pelaksanaan inisiatif lokal [15]. Program 'Limbah Pustaka' dapat menggunakan prinsip ini untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam kegiatan literasi dan pelestarian lingkungan.

2.2 Metode Pelaksanaan

Dalam rangka mencapai tujuan yang telah ditetapkan untuk memperkuat kapasitas digital komunitas dan meningkatkan visibilitas 'Limbah Pustaka', pendekatan yang sistematis dan terstruktur dalam pelaksanaan program adalah krusial. Metode pelaksanaan program ini dirancang untuk memastikan bahwa setiap aspek kegiatan disiapkan dan dijalankan dengan efektivitas maksimal, mengoptimalkan pengalaman belajar bagi peserta dan hasil yang diharapkan bagi organisasi. Kegiatan ini terbagi dalam tiga fase utama: pra-pelaksanaan, pelaksanaan, dan evaluasi serta pelaporan. Setiap fase memiliki serangkaian aktivitas khusus yang dirancang untuk mendukung keberhasilan program dan menciptakan dampak yang berkelanjutan. Melalui pengaturan yang teliti ini, kami berusaha untuk menyediakan lingkungan pembelajaran yang kondusif dan memfasilitasi pertukaran pengetahuan yang efisien antara instruktur dan peserta. Ini juga mencakup strategi evaluasi untuk mengukur efektivitas program secara objektif, memungkinkan kami untuk menilai dan menyempurnakan pendekatan di masa mendatang. Berikut adalah rancangan metode pelaksanaan untuk program pengabdian masyarakat yang terbagi menjadi tiga fase: pra-pelaksanaan, pelaksanaan, dan evaluasi serta pelaporan.

2.2.1 Pra-Pelaksanaan

Tujuan: Menyiapkan semua aspek yang diperlukan untuk pelaksanaan program.

Kegiatan:

- a. Penyusunan Materi dan Kurikulum: Mengembangkan materi pelatihan yang mencakup pengenalan YouTube, podcast, Canva, dan praktik pembuatan serta pengelolaan konten.
- b. Rekrutmen Peserta: Melakukan sosialisasi program melalui media sosial, poster, dan kolaborasi dengan komunitas lokal untuk menarik peserta yang berminat.
- c. Persiapan Fasilitas dan Teknologi: Menyiapkan ruang pelatihan yang dilengkapi dengan peralatan seperti komputer, kamera, dan software editing yang diperlukan.
- d. Pelatihan Instruktur: Mengadakan sesi orientasi untuk instruktur tentang kurikulum dan metode pengajaran yang akan digunakan.

2.2.2 Pelaksanaan

Tujuan: Melaksanakan pelatihan sesuai dengan kurikulum yang telah disusun.

Tempat: Limbah Pustaka, Desa Muntang, Purbalingga.

Kegiatan:

- a. Hari Pertama:
 - a. Sesi Pengenalan: Memperkenalkan platform YouTube, peran content creator, dan dasar-dasar podcast.
 - b. Workshop Praktik: Peserta diajarkan cara membuat channel YouTube sendiri, dasar pengambilan video, serta teknik editing sederhana.
- b. Hari Kedua:
 - a. Sesi Kesadaran Lingkungan: Diskusi tentang pentingnya media dalam mendukung kelestarian lingkungan.
 - b. Penggunaan Canva: Pelatihan membuat desain poster dan konten visual yang efektif untuk kampanye lingkungan.
 - c. Praktik Pembuatan Konten: Peserta membuat poster atau konten video sebagai projek akhir.

2.2.3 Evaluasi dan Pelaporan

Tujuan: Mengukur efektivitas pelatihan dan melaporkan hasilnya.

Kegiatan:

- a. Evaluasi: Melakukan survei kepuasan dan tes kemampuan sebelum dan sesudah pelatihan untuk menilai peningkatan keterampilan peserta.
- b. Pembuatan Laporan: Menyusun laporan yang mendetail mengenai kegiatan dan hasil pelatihan, mencakup umpan balik peserta, evaluasi dari instruktur, serta rekomendasi untuk program mendatang.
- c. Penyebarluasan Hasil: Mempublikasikan hasil pelatihan di media sosial, website, dan dalam bentuk artikel atau presentasi pada konferensi pengabdian kepada masyarakat untuk berbagi praktik terbaik dan hasil yang telah dicapai.

Metode pelaksanaan ini dirancang untuk memastikan bahwa setiap fase program dijalankan dengan sistematis dan menghasilkan data yang dapat digunakan untuk mengukur keberhasilan dan menentukan area untuk perbaikan di masa depan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil

Hasil dari program pengabdian masyarakat dengan judul "Elevasi Brand 'LIMPUS' Melalui Kreativitas Digital: Program Pelatihan Konten Media Sosial dan Video Promosi", dapat disimpulkan sebagai berikut:

3.1.1 Kehadiran Peserta

Peserta pelaksanaan pelatihan terdiri dari 23 orang pada hari pertama dan 36 orang pada hari kedua yang berasal dari berbagai kalangan di komunitas, termasuk guru, siswa, dan anggota komunitas lokal yang tertarik dengan literasi dan pelestarian lingkungan.

3.1.2 Partisipasi dan Kesungguhan Peserta

Partisipasi dan kesungguhan peserta dalam mengikuti pelatihan, mulai dari materi yang berupa pengenalan platform digital hingga praktik pembuatan konten, dapat dikatakan sangat baik. Hal ini terbukti dari interaksi aktif peserta selama sesi tanya jawab dan keaktifan mereka dalam sesi praktik.

3.1.3 Hasil Pemaparan Materi

Berdasarkan hasil pengamatan dan pemantauan selama pelaksanaan, peserta sangat antusias dan memperhatikan materi yang disampaikan. Fokus utama pada hari pertama adalah pembuatan dan pengelolaan channel *YouTube* serta *podcast*, dimana peserta diajarkan dasar-dasar pembuatan konten dan teknik editing.



Gambar 1 Pelatihan Pengambilan Video dan Editing

Gambar 2 menunjukkan salah satu sesi praktik pada program pelatihan digital. Peserta terlihat sedang menggunakan *smartphone* mereka untuk mengambil video. Instruktur membimbing mereka tentang cara-cara pengambilan video yang efektif, termasuk pengaturan cahaya, komposisi, dan angle yang baik. Setelah pengambilan video, peserta juga diajarkan tentang dasar-dasar editing menggunakan aplikasi mobile yang tersedia secara gratis. Tujuan dari sesi ini adalah untuk memperkaya keterampilan digital peserta, sehingga mereka dapat menghasilkan konten video yang menarik dan informatif, yang dapat digunakan untuk mendukung upaya pelestarian lingkungan dan literasi di komunitas mereka.



Gambar 2 Peserta Sedang Membuat Channel YouTube

3.1.4 Penggunaan Alat Bantu Digital

Pada hari kedua, materi pelatihan fokus pada penggunaan *Canva* untuk desain grafis. Peserta belajar cara membuat desain yang efektif untuk kampanye sosial dan lingkungan.



Gambar 3 Peserta Praktik Menggunakan Canva

3.1.5 Kemampuan Peserta Pasca Pelatihan

Di akhir sesi pelatihan, dilakukan evaluasi yang menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman dan keterampilan digital peserta. Mereka mampu menghasilkan konten digital yang baik dan menarik, yang tidak hanya mendukung literasi dan pelestarian lingkungan tetapi juga efektif dalam mengkomunikasikan pesan kepada khalayak luas.

3.2 Pembahasan

Program pelatihan "Elevasi Brand 'LIMPUS' Melalui Kreativitas Digital" telah menunjukkan dampak yang signifikan dalam meningkatkan kesadaran dan keterampilan digital peserta, seperti yang diindikasikan oleh data kuesioner yang diperoleh sebelum dan sesudah pelatihan. Analisis hasil ini penting untuk memahami efektivitas program dalam konteks pengembangan kapasitas digital dan literasi.

Tabel 1 Hasil Kuesioner Kesadaran dan Keterampilan Digital Sebelum dan Sesudah Pelatihan

Aspek yang Dinilai	Skor Rata-Rata Sebelum Pelatihan	Skor Rata-Rata Sesudah Pelatihan	Persentase Peningkatan
Kesadaran tentang Literasi Digital	3.2	4.5	40.6%
Keterampilan Menggunakan YouTube	2.8	4.3	53.6%
Keterampilan Editing Video	2.5	4.4	76.0%
Penggunaan Aplikasi Canva	2.7	4.6	70.4%
Kemampuan Desain Grafis	3.0	4.2	40.0%

Skala Penilaian: 1 (Sangat Kurang) - 5 (Sangat Baik)

Data pada Tabel 1 menggambarkan peningkatan yang mencolok pada keterampilan yang diberikan dalam pelatihan, khususnya pada aspek editing video dan penggunaan aplikasi Canva, yang mencatat peningkatan lebih dari 70%. Ini menunjukkan bahwa materi pelatihan yang berfokus pada teknologi digital dapat sangat efektif dalam meningkatkan kemampuan peserta dalam waktu yang singkat. Dari perspektif pengajaran dan pembelajaran, keberhasilan ini menggarisbawahi pentingnya metode pelatihan yang hands-on dan aplikatif. Peserta tidak hanya mendapatkan pengetahuan teoretis tetapi juga kesempatan untuk langsung menerapkan apa yang telah mereka pelajari dalam praktik nyata. Hal ini tidak hanya meningkatkan

kemampuan teknis mereka tetapi juga kepercayaan diri dalam menggunakan teknologi digital untuk tujuan edukatif dan promosional.

Untuk menutup program, dilakukan sesi foto bersama yang mencerminkan semangat kolaboratif dan pencapaian bersama peserta pelatihan. Sesi ini tidak hanya bertujuan untuk dokumentasi tetapi juga sebagai simbol keberhasilan program dalam menciptakan komunitas yang lebih terinformasi dan terampil.



Gambar 4 Foto Bersama Peserta Pelatihan

Kegiatan ini tidak hanya meningkatkan keterampilan individu tetapi juga membantu dalam meningkatkan visibilitas dan pengakuan 'Limbah Pustaka' sebagai pusat literasi dan pelestarian lingkungan, menunjukkan bahwa pendekatan edukatif yang inovatif dan inklusif dapat membawa perubahan positif yang signifikan dalam komunitas.

4. KESIMPULAN

Program "Elevasi Brand 'LIMPUS' Melalui Kreativitas Digital: Program Pelatihan Konten Media Sosial dan Video Promosi" telah berhasil menunjukkan efektivitasnya dalam meningkatkan kesadaran dan keterampilan digital peserta. Dari hasil kuesioner yang dilakukan sebelum dan sesudah pelatihan, tercatat peningkatan signifikan dalam berbagai aspek keterampilan digital. Peserta pelatihan menunjukkan peningkatan keterampilan yang besar dalam menggunakan platform seperti YouTube dan Canva, serta dalam teknik editing video, yang semua ini adalah keterampilan penting untuk komunikasi digital efektif saat ini. Lebih jauh, program ini juga berkontribusi signifikan terhadap peningkatan branding dan visibilitas 'Limbah Pustaka'. Dengan peserta yang sekarang lebih mampu dan percaya diri dalam membuat dan mengelola konten digital, 'Limbah Pustaka' berada dalam posisi yang lebih baik untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan mempromosikan literasi serta pelestarian lingkungan melalui platform digital. Keberhasilan ini menekankan pentingnya mengadopsi metode pelatihan yang hands-on dan berfokus pada penerapan praktis dari pembelajaran teoretis.

Mengingat hasil positif ini, disarankan agar program serupa di masa depan mempertimbangkan untuk memperluas cakupan materi pelatihan untuk mencakup lebih banyak alat dan teknik digital lanjutan. Ini akan memungkinkan peserta tidak hanya untuk mengikuti tren digital terkini tetapi juga untuk inovasi dalam cara mereka mengkomunikasikan dan mempromosikan inisiatif sosial dan lingkungan. Dengan demikian, 'Limbah Pustaka' dapat terus memperkuat perannya sebagai pemimpin dalam literasi dan keberlanjutan lingkungan di era digital.

5. SARAN

Untuk meningkatkan efektivitas program pengabdian masyarakat di masa depan dan mengatasi kekurangan yang diidentifikasi, disarankan agar peningkatan infrastruktur teknologi dan ketersediaan sumber daya didahulukan, dengan memastikan akses ke peralatan dan koneksi internet yang stabil. Melibatkan lebih banyak ahli digital akan memperkaya materi pelatihan dan meningkatkan keterampilan peserta. Adopsi metode pembelajaran campuran yang menggabungkan sesi online dan tatap muka dapat memperluas jangkauan dan meningkatkan fleksibilitas pembelajaran. Selain itu, mengimplementasikan evaluasi dan umpan balik yang lebih terstruktur pasca-pelatihan akan membantu dalam mengumpulkan wawasan yang lebih mendalam untuk perbaikan berkelanjutan dari program pengabdian masyarakat, memastikan adaptasi yang efektif terhadap kebutuhan komunitas dan kemajuan teknologi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih yang tulus kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Institut Teknologi Telkom Purwokerto atas dukungan dan pendanaan yang sangat berarti dalam pelaksanaan program ini. Dukungan finansial dan bimbingan yang diberikan oleh LPPM telah memainkan peran krusial dalam keberhasilan kegiatan pengabdian kepada masyarakat, memungkinkan kami untuk menerapkan inovasi dalam pendidikan dan literasi digital yang efektif. Kami juga ingin mengucapkan rasa terima kasih kami yang mendalam kepada Limbah Pustaka, yang tidak hanya menyediakan tempat pelaksanaan tetapi juga mendukung kami secara logistik dan moral. Keberadaan dan keterlibatan Limbah Pustaka telah memberikan nilai tambah yang signifikan terhadap kelancaran dan kesuksesan program, serta membantu kami dalam menggapai tujuan bersama untuk meningkatkan kesadaran masyarakat melalui pendidikan dan pelestarian lingkungan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] M. Hassanzadeh, "Digital Content Management: An Amalgam of All Disciplines," *Int. J. Digit. Content Manag.*, vol. 2, no. 2, Jan 2021, doi: 10.22054/dcm.2021.13061.
- [2] B. Ivancsics *dkk.*, "The Invisible Infrastructures of Online Visibility: An Analysis of the Platform-Facing Markup Used by U.S.-Based Digital News Organizations," *Digit. Journal.*, vol. 11, no. 8, hlm. 1432–1455, Sep 2023, doi: 10.1080/21670811.2022.2156365.
- [3] W. Saikia dan A. Bhattacharjee, "Digital consumer engagement in a social network: A literature review applying TCCM framework," *Int. J. Consum. Stud.*, vol. 48, no. 1, hlm. e12981, Jan 2024, doi: 10.1111/ijcs.12981.
- [4] Y.-L. Ng, "Uses and Gratifications of and Exposure to Nature 2.0 and Associated Interdependence With Nature and Pro-Environmental Behavior," *Soc. Sci. Comput. Rev.*, vol. 40, no. 1, hlm. 61–76, Feb 2022, doi: 10.1177/0894439320901490.
- [5] U. D. Kusumawati, "The Dilemma of Adopting Innovation in Media : Study Case of Data Journalism Practice in KOMPAS," *J. Spektrum Komun.*, vol. 11, no. 1, hlm. 36–50, Mar 2023, doi: 10.37826/spektrum.v11i1.411.
- [6] D. V. Priya dan M. Annapoorni, "Impact of use & gratification theory and user generated content on purchase intention," *Int. J. Health Sci.*, hlm. 1274–1282, Mar 2022, doi: 10.53730/ijhs.v6nS3.5278.
- [7] L. Z. Khonje, M. D. Simatele, dan R. Musavengane, "Environmental sustainability innovations in the accommodation sub-sector: Views from Lilongwe, Malawi," *Dev. South. Afr.*, vol. 37, no. 2, hlm. 312–327, Mar 2020, doi: 10.1080/0376835X.2019.1660861.

- [8] M. Noetel *dkk.*, “Multimedia Design for Learning: An Overview of Reviews With Meta-Meta-Analysis,” *Rev. Educ. Res.*, vol. 92, no. 3, hlm. 413–454, Jun 2022, doi: 10.3102/00346543211052329.
- [9] N. Olmedo Torre, O. Farrerons Vidal, dan A. Pujol Ferran, “Constructivist learning models in training programs,” Mar 2021, doi: 10.3926/oms.407.
- [10] V. U. Vinitha, D. S. Kumar, dan K. Purani, “Biomorphic visual identity of a brand and its effects: a holistic perspective,” *J. Brand Manag.*, vol. 28, no. 3, hlm. 272–290, Mei 2021, doi: 10.1057/s41262-020-00222-6.
- [11] P. Kumar dan G. Singh, “Using Social Media and Digital Marketing Tools and Techniques for Developing Brand Equity With Connected Consumers;,” dalam *Advances in Marketing, Customer Relationship Management, and E-Services*, S. S. Dadwal, Ed., IGI Global, 2020, hlm. 336–355. doi: 10.4018/978-1-7998-0131-3.ch016.
- [12] L. Mlekus, D. Bentler, A. Paruzel, A.-L. Kato-Beiderwieden, dan G. W. Maier, “How to raise technology acceptance: user experience characteristics as technology-inherent determinants,” *Gr. Interakt. Organ. Z. Für Angew. Organ. GIO*, vol. 51, no. 3, hlm. 273–283, Sep 2020, doi: 10.1007/s11612-020-00529-7.
- [13] P. Briganti, C. Metallo, M. M. Pagliuca, dan L. Varriale, “Exploring Citizens’ Behavior to Promote Environmental Sustainability: The Role of Information Overload and Urban Sustainable Policies,” *Sustainability*, vol. 15, no. 5, hlm. 4272, Feb 2023, doi: 10.3390/su15054272.
- [14] A. Kliskey *dkk.*, “Transforming sustainability science for practice: a social–ecological systems framework for training sustainability professionals,” *Sustain. Sci.*, vol. 16, no. 1, hlm. 283–294, Jan 2021, doi: 10.1007/s11625-020-00846-2.
- [15] L. Sprague Martinez *dkk.*, “Community engagement to implement evidence-based practices in the HEALing communities study,” *Drug Alcohol Depend.*, vol. 217, hlm. 108326, Des 2020, doi: 10.1016/j.drugalcdep.2020.108326.