PELATIHAN MEDIA DIGITAL BAGI PENGURUS OSIS SMK ANALIS NASIONAL SURAKARTA SEBAGAI UPAYA PENINGKATAN BRAND SEKOLAH

Eni Lestari[1], Alfian Wahyu Utomo[2]
[1,2]Politeknik Indonusa Surakarta, Surakarta
enilestari@poltekindonusa.ac.id

Abstrak: Perkembangan teknologi yang pesat mempengaruhi perilaku kehidupan saat ini. Media sosial menjadi sesuatu yang sangat digemari oleh kalangan anak muda baik untuk mencari hiburan ataupun sebagai sumber informasi. Penggunaan media sosial Instagram yang tepat membawa pengaruh positif salah satunya sebagai upaya meningkatkan promosi sebuah *brand.* Sebagai pengurus osis SMK Analis Kesehatan, dimana pemahaman terkait media digital sangat minim diperoleh. Hal ini mendorong pengurus osis smk analis mendapatkan wawasan yang luas terkait platform media sosial sebagai alat promosi kegiatan. Sebagai salah satu sekolah swasta di kota Surakarta hal ini tentu sangat membantu untuk meningkatkan kepercayaan Masyarakat untuk studi lanjut disekolah tersebut. Bagaimana pengurus osis mampu memanfaatkan media digital Instagram sebagai upaya untuk meningkatkan branding sekolah. Metode dalam penelitian ini yaitu dengan service learning. Metode ini digunakan karena memiliki kedekatan tujuan akademik serta pengajaran. Dengan metode ini peserta yaitu pengurus osis mendapatkan paparan materi dan bisa secara langsung mengaplikasikan materi tersebut. Tujuan dari kegiatan pengabdian pelatihan media digital Instagram bagi pengurus osis SMK Analis Kesehatan Surakarta yaitu mendapatkan pemahaman terkait media digital Instagram serta bagaimana memanfaatkan media tersebut sebagai salah satu alat promosi untuk meningkatkan branding kampus dengan cara membuat konten yang menarik dari kegiatan yang telah dilakukan oleh pengurus osis. Materi disampaikan dalam bentuk paparan yang mudah dipahami dan mudah diaplikasikan secara langsung oleh peserta.

Kata Kunci: media digital, Instagram, branding, sekolah

Abstract:
The rapid development of technology is affecting the behavior of today's life. Social media has become something very popular among young people either for entertainment or as a source of information. The proper use of Instagram social media has a positive influence, one of which is as an attempt to enhance the promotion of a brand. As the head of SMK Health Analysts, where digital media-related understanding is minimal. This encourages SMK analysts to gain a broad insight into social media platforms as a tool for promoting activities. As one of the private schools in the city of Surakarta, this must be of great help to increase public confidence for further study at the school. How osis managers managed to use Instagram digital media as an attempt to enhance school branding. The method in this research is service learning. This method is used because of its proximity to academic purposes as well as teaching. With this method, the participant, the partition manager, gets the material exposed and can directly apply the material. The purpose of the Instagram digital media training dedication activities for SMK Health Analysts Surakarta headquarters is to gain an understanding of digital media related to Instagram as well as how to use such media as one of the promotional tools to improve campus branding by creating interesting content from the activities that have been carried out by the headmaster. The material is presented in a form of display that is easy to understand and easily applied directly by the participants.

Keywords: *digital media, Instagram, branding, school*

Pendahuluan

Perkembangan teknologi yang semakin pesat benar-benar mempengaruhi perilaku serta pemikiran generasi muda saat ini. Pergeseran budaya disebabkan oleh semakin meningkatnya penggunaan media sosial yang kian terasa. Jika media tradisional menggunakan media cetak dan media broadcast, maka media sosial menggunakan internet. Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi dan feedback secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas. (Kaplan & Haenlein, 2010). Media sosial adalah media yang memungkinkan interaksi sosial melalui teknik komunikasi yang mudah dan bisa di skalakan, dengan basis web ataupun aplikasi memungkinkan orang berinteraksi satu sama lain dilokasi yang sangat berbeda secara intensif (Lestari et al., 2022)

Media sosial menjadi media yang sangat digemari oleh kalangan anak dengan *grade* Sekolah Menengah Atas terutama Instagram. Media sosial Instagram digunakan sebagai alat untuk mencari hiburan di tengah kejenuhan aktifitas ataupun sebagai sumber untuk mencari informasi. Penggunaan media sosial yang tepat akan sangat membantu serta membawa pengaruh yang positif (Yanuar, 2013). Banyak sekali manfaat yang dapat dirasakan dalam penggunaan media sosial yang tepat dan benar. Namun seperti dua mata pisau bahwa media sosial instagram juga mampu menjadi boomerang bagi penggunanya jika tidak dimanfaatkan secara bijak. Banyak hal negative yang dapat mereka tiru melalui media sosial yang tidak sehat.

Pemanfaatan media sosial Instagram yang tepat bagi pengurus osis akan mampu membawa dampak positif terhadap kegiatan yang diselenggarakan sekolah terutama yang di prakarsai oleh rekan-rekan osis. Media sosial Instagram mampu menjadi alat untuk promosi sekolah ataupun kegiatan lain yang harus disampaikan ke Masyarakat luas (Lestari et al., 2023). Pentingnya pemahaman serta penggunaan yang bijak terkait media sosial Instagram mendorong untuk dilaksanakannya kegiatan pelatihan media digital terhadap reka-rekan osis smk analis nasional kota Surakarta.

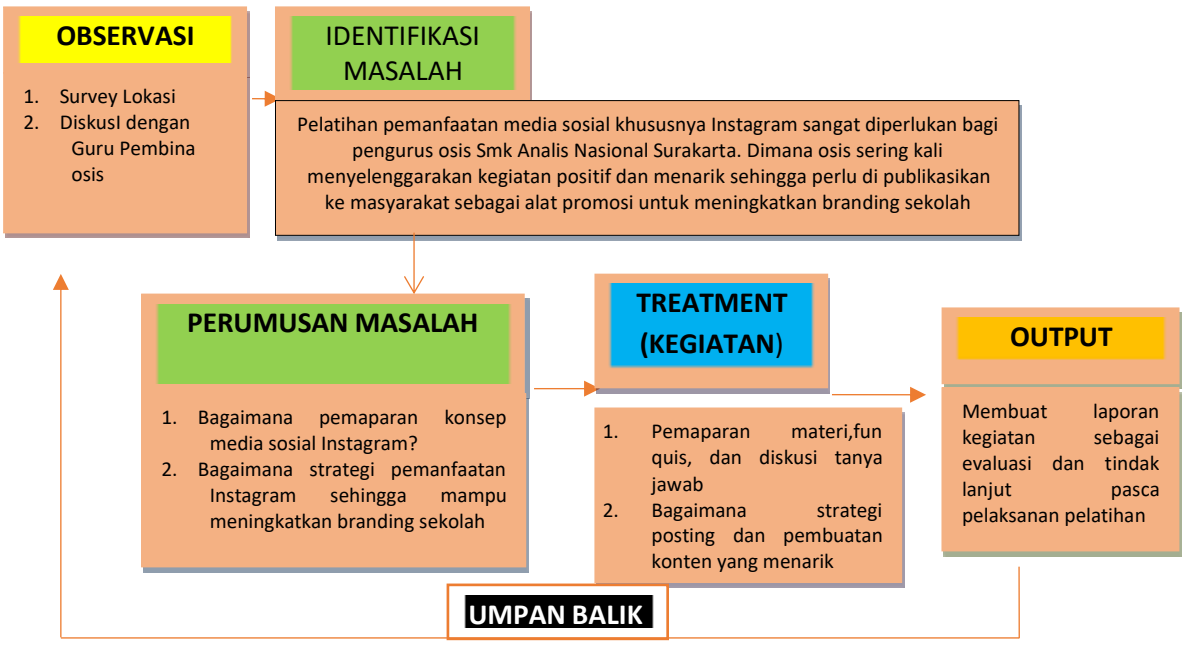
Sebagai sekolah menengah kejuruan swasta tentunya media promosi sangat penting dan menjadi daya tarik tersendiri untuk meningkatkan kepercayaan Masyarakat untuk studi lanjut di sekolah tersebut. Smk analis kesehatan kota Surakarta merupakan salah satu sekolah swasta yang menjurus pada program studi kesehatan. Program studi yang dimiliki yaitu teknologi laboratorium medik dan analis pengujian laboratorium. Visi yang diusung oleh sekolah yaitu menjadi satuan Pendidikan yang menghasilkan lulusan yang berakhlak mulia, kompeten, dan berdaya saing global. Dalam Upaya peningkatan brand sekolah tentu menjadi tanggung jawab seluruh civitas sekolah tidak terkecuali rekan-rekan osis. Pengurus Osis notabennya merupakan generasi dimana teknologi dan media sosial menjadi hal yang sangat krusial. Banyak kegiatan menarik yang bisa di sebarkan melalui media sosial Instagram. Pelatihan ini memiliki tujuan bagaimana meningkatkan Upaya branding sekolah dengan pemanfaatna media sosial Instagram bagi pengurus osis di smk analis kesehatan Surakarta.

Peran pengurus osis dalam upaya membantu branding SMK Analis Nasional saat ini masih

berfokus pada kegiatan offline seperti kegiatan bakti sosial di lingkungan sekitar sekolah, kegiatan internal sekolah seperti outingclass dimana kegiatan tersebut hanya di dokumentasi dan digunakan untuk konten di instagram official sekolah. Harapan dari pelatihan ini bahwa peran dari pengurus osis SMK Analis Kesehatan Surakarta mampu lebih produkstif mengelola media instagram osis dalam membranding sekolah. follower instagram osis saat ini sekitar 215 follower dimana target dalam pelatihan ini tidak hanya postingan di instagram osis namun juga bisa dishare ke media sosial civitas sekolah, selain itu target branding tidak hanya tertuju pada siswa sekolah menengah pertama namun juga orang tua dan seluruh lapisan Masyarakat yang nantinya mampu merekomendasikan untuk studi di SMK Analis Kesehatan. Pengabdian ini memiliki tujuan bahwa pengurus osis mampu lebih banyak berperan dalam pembuatan konten sekolah yang bertujuan untuk meningkatkan promosi atau citra sekolah sehingga kedepannya akan berdampak pada kepercayaan Masyarakat dalam memilik SMK Analis Kesehatan untuk studinya.

Metode

Dalam artikel ini penulis menggunakan metode Service Learning (SL) dalam memecahkan permasalahan dan menganalisis bagaimana pemanfaatan media sosial Instagram bagi pengurus osis smk analis nasional Surakarta dalam upaya peningkatan branding sekolah. Metode service learning (SL) merupakan salah satu metode ataupun pendekatan ilmiah yang sering digunakan oleh peneliti dalam menyelesaikan masalah penelitiannya. Penulis menggunakan metode ini karena diangap paling sesuai dengan kegiatan pengabdian yang dilakukan oleh penulis. Untuk menjelaskan alur dari metode pengabdian yang telah dilakukan, berikut bagan alur yang dibuat oleh penulis :



Bagan 1. Kerangka Pemecahan Masalah

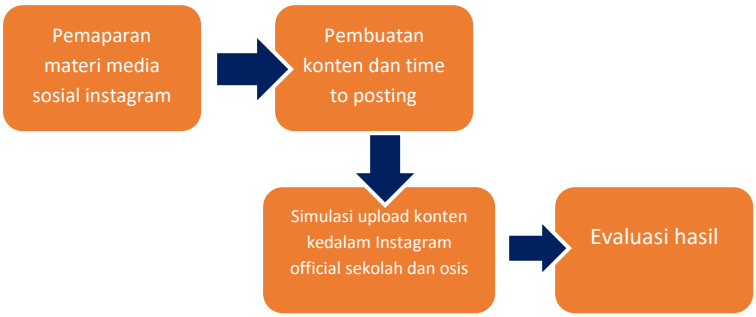
Proses awal dimulai dengan observasi, kegiatan obeservasi dilakukan dengan bertemu langsung Pembina OSIS SMK Analis Nasional Surakarta. Dalam observasi juga dilakukan diskusi sehingga menemukan permasalahan yang perlu ditindaklanjuti. Permasalahannya yaitu bagaimana memanfaatkan media sosial Instagram bagi pengurus osis untuk meningkatkan branding sekolah. Dari permasalahaan tersebut kemudian diidentifikasi sehingga mengerucut menjadi dua poin penting yang lebih detail. Kemudian pelaksanaan kegiatan yang dilanjutkan dengan pembuatan laporan sebagai umpan balik yang disampaikan kepada SMK Analis Nasional sebagai sebuah solusi.

Hasil dan Pembahasan

Dalam pelaksanaan pengabdian ini penulis mencoba memaparkan hasil yang telah dicapai. Pemaparan materi awal terkait konsep media sosial penting dilakukan karena untuk menyamakan pemikiran tentang media sosial Instagram sebagai inti dari pembahasan. Pemaparan terkait Instagram yang merupakan salah satu platform media sosial yang sangat efektif sebagai alat untuk promosi di era ini. Selanjutnya setelah paham mengenai konsep dasar tentang media sosial Instagram kemudian disampaikan juga terkait bagaimana starategi untuk posting dan pembuatan konten menarik dari kegiatan yang sudah dilaksanakan rekan-rekan osis smk analis nasional Surakarta sehingga menjadi daya tarik untuk meningkatkan branding sekolah melalui media sosial khususnya Instagram. Peserta diminta untuk membuat sebuah konten menarik dari kegiatan yang sudah di lakukan kemudian diupload kedalam Instagram official sekolah ataupun akun Instagram osis official sehingga peserta dapat langsung menerapkan ilmu yang telah dipaparkan.

Media sosial memiliki berbagai platform dengan masing-masing kriteria dan fitur serta target penggunanya. Media sosial yang paling banyak diakses di Indonesia facebook, youtube, instagram, tiktok (Sari & Basit, 2020). Media sosial memiliki peran dalam penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan. Instagram memiliki pengguna sebanyak 2 milyar setiap bulannya. Dengan fitur yang beragam membuat media sosial ini sangat diminati hampir semua kalangan tidak terkecuali generasi Z. Di Indonesia jumlah pengguna instagram mencapai 99,15 juta orang hal ini setara dengan 35,7 % dari total populasi penduduk. Dilihat dari jangkauan iklan yang ada di instagram yaitu sekitar 52,3% audiens penguna adalah perempuan dan 47,7% laki-laki (Yunita et al., 2021)

Kerangka kerja dalam kegiatan pengabdian ini dapat penulis gambarkan alurnya sebagi berikut :



Bagan 2. Kerangka Kerja

Media sosial menjadi alat promosi yang sangat efektif di era ini. Tidak hanya Perusahaan namun juga Pendidikan tinggi seperti perguruan tinggi dan sekolah menengah atas banyak menggunakan media ini untuk menarik perhatian masyarakat dengan meningkatkan brand. Media sosial memiliki manfaat dalam segi bisnis untuk promosi (Widayanti, 2015) diantaranya yaitu :

1. Branding, hal ini adalah salah satu manfaat yang paling jelas bagi kebanyakan usaha termasuk duani Pendidikan. Pengguna Instagram akan langsung dapat melihat postingan kita sehingga merk ataupun kegiatan yang di upload akan otomatis terlihat oleh follower pengguna. Pengguna Instagram akan denga mudah melihat dan mengingat postigan kita sehingga merk atau tujuan kita untuk promosi akan tercapai.
2. Manajemen reputasi, dimana saat ini mengelola reputasi online anda sangat penting dalam media sosial karena merek sedang berbicara follower tentang merk atau brand kita terlepas dari apakah kita mengambil bagian dalam pembicaraan tersebut. Ini bermanfaat untuk mengetahui apa yang pelanggan pikirkan tentang produk kita. Sejak media sosial terbuka untuk semua orang, siapa pun memiliki kemampuan untuk mengatakan apa yang mereka pikirkan terkait brand kita.
3. Layanan Pelanggan dan Tanggapan, hal ini memberikan dukungan kepada pelanggan anda sangat penting untuk keberhasilan setiap bisnis dan media sosial bukan pengecualian. Ketika pelanggan menyampaikan pendapatnya, terlepas dari apakah masukan mereka baik atau buruk, sangat penting untuk merespon secara cepat dan tepat.

Pengurus osis SMK Analis Nasional Surakarta memiliki agenda kegiatan rutin yang dilaksanakan setiap waktu tertentu. Kegiatan tersebut sangat menarik untuk di kemas kedalam konten yang baik dan kemudian di upload kedalam Instagram yang mampu menarik minat Masyarakat luas. Namun sebagai siswa sekolah kesehatan dengan jurusan teknologi laboratorium medik dan analis pengujian laboratorium, kemampuan terkait media digital terutama media sosial Instagram mulai dari pembuatan konten hingga pengelolaan akun, maupun alogaritmenya masih sangat rendah sehingga perlu diberikan pelatihan terkait media sosial Instagram sebagai sebuah alat untuk meningkatkan branding sekolah. Media Instagram sekolah mampu menjadi sebuah alat untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat yang akan melanjutkan sekolah dari jenjang sekolah menengah pertama. Kegiatan osis di sekolah SMK Analis Nasional cukup banyak dan bervariasi sehingga perlu pengelolan khusus terkait dokumentasi yang mampu dimanfaatkan tidak hanya sebatas foto atau video dokumentasi yang digunakan untuk pembuatan laporan kegiatan namun bisa juga dikelola menjadi sebuah konten yang menarik sehingga efektif sebagai alat promosi dan edukasi. Antusias yang ditunjukan oleh osis SMK Analis Kesehatan Surakarta dalam kegiatan pelatihan terkait media digital khususnya media sosial Instagram sangat tinggi, kegiatan ini dihadiri oleh 80% pengurus osis dengan jumlah 25 siswa.

Gambar 1. Pemaparan materi pelatihan media digital instagram

Dalam kegiatan pengabdian yang dilakukan yaitu memberikan pemaparan mendalam mengenai Instagram serta bagaimana membuat konten yang menarik serta manajemen posting yang efektif dalam media sosial instagram. Belakangan ini Instagram semakin diminati oleh masyarakat karena kontennya yang beragam. Salah satu alasan utama penguna instagram adalah menu pengolahan foto dan video untuk meningkatkan tampilan. Ribaun filter dapat di download secara gratis dalam aplikasi Instagram. Selain itu Instagram memiliki jumlah pengikut untuk setiap akun yang biasa disebut follower. Dengan follower tersebut, kita dapat menghubungkan semakin banyak masyarakat dengan pesan yang kita unggah. Instagram dapat diakses melalui berbagai smartphone berbasis iOS, Android, dan Windows (Muktiali et al., 2023). Media sosial Instagram memungkinkan bidikan foto secara langsung, serta edit foto dan video. Followers akan melihat konten yang diunggah di feed mereka, dan mereka dapat berinteraksi dengan konten dengan memberi like, memberikan komentar, atau menyebarkan ungahan. Selain itu, Instagram juga menawarkan fitur chat pribadi, juga dikenal sebagai pesan langsung atau DM. Untuk tetap memberikan layanan yang dibutuhkan oleh pengguna saat ini, Instagram juga menawarkan fitur real, yang hampir sama dengan tiktok. Selain itu, Instagram memiliki fitur siaran langsung atau live, yang dapat diunggah ke TV.

Sebelum membuat postingan konten dalam instagram ada beberapa hal yang harus dipertimbangkan terutama untuk akun official seperti akun instagram sekolah, diantaranya pertama yaitu materi konten, siswa harus menyiapkan materi yang sedang update saat ini, atau materi yang urgen yang harus segera di publish agar Masyarakat tidak ketinggalan informasinya. misalnya informasi terkait penerimaan siswa baru di sekolah Analis Kesehatan, konten ini harus segera dibuat karena ada Batasan waktu didalamnya, jika tidak segera di upload maka informasi tersebut menjadi basi dan kurang diminati dan berujung viewer nya rendah. Kedua yaitu terkait komposisi warna dan Teknik, dalam membuat konten perlu diperhatikan warna identitas dari organisasi serta Teknik yang akan digunakan. misal warna identitas dari SMK Analis Kesehatan adalah dominan warna hijau dan putih, maka si pembuat konten juga harus memasukan unsur tersebut dan bahkan harus dominal

sehingga Masyarakat langsung bisa mengenali bahwa konten tersebut adalah SMK Analis Kesehatan Surakarta, yang terakhir koten bisa dikemas dalam bahasa yang tegas dan jelas. dalam pembuatan konten penggunaan bahasa atau caption juga harus diperhatikan. Bagaimana tulisan harus mampu mempengaruhi orang lain untuk bertindak sesuai keinginan si pembuat konten. Dalam instagram tidak ada ketentuan yang baku terkait konten yang baik itu seperti apa, namun kita dapat menyesuaikan konten dengan hal-hal yang sedang trending saat ini untuk meningkatkan engagement. Selain itu konten harus continue dalam produksinya, ada jadwal tertentu kapan kita harus upload dan kapan kita harus berhenti sejenak. Manajemen terkait pengelolaan konten dalam instagram juga memiliki peran penting. Saat ini instagram sudah memiliki menu yang lengkap terkait progress atas hasil capaian konten yang kita upload.

Menurut Kotler, *content marketing* merupakan kegiatan pemasaran yang melibatkan pembuatan, kurasi, distribusi, dan membuat konten yang menarik, relevan, serta berguna bagi kelompok yang spesifik supaya menciptakan pembicaraan tentang konten (Wayan Supada, 2020). Hampir setiap Perusahaan, perguruan tinggi, sekolah atau *brand*, apapun saat ini memberikan perhatian khusus berkaitan dengan konten. Mereka mulai menyadari bahwa konten saat ini memiliki daya yang cukup penting dalam melakukan promosi digital (Edosomwan et al., 2011). Dalam kegiatan pengabdian ini pengurus osis diajak untuk membuat sebuah konten menarik dengan menggunakan fitur ataupun filter yang disediakan oleh Instagram.

Gambar 2. Peserta mulai diskusi dan praktek untuk pembuatan konten instagram

Pada akhir kegiatan pelatihan media digital instagram bagi pengurus osis SMK Analis Nasional Surakarta yaitu diskusi dan tanya jawab. Peserta sangat antusias karena pelatihan ini baru pertama kali diterima dan memberikan wawasan yang bermanfaat. Pengurus osis SMK Analis Nasional Surakarta mendapatkan insight keilmuan diluar keilmuan yang mereka pelajari di sekolah seperti biasanya. Bagaimana pengurus Osis ini mampu memahami mengenai konsep media sosial Instagram serta bagaimana membuat sebuah konten yang menarik yang mampu meningkatkan engagement terhadap follower dan kapan harus upload sebuah konten sehingga tepat sasaran, manajemen waktu dalam posting konten juga memiliki peran yang penting. Penulis mencoba membuat sebuah

table yang menggambarkan indicator keberhasilan dari kegiatan pengabdian yang telah dilaksanakan :

Kegiatan	Materi	Indikator	Ketercapaian
Pelatihan medis digital Instagram dalam Upaya peningkatan branding	Pemaparan konsep dan pemahaman Media digital instagram	Menilai pemahaman pengurus osis terkait media sosial untuk peningkatan brand dengan diskusi tanya jawab	Pengurus osis memahami materi pelatihan dengan baik
	Strategi penggunaan media digital Instagram untuk peningkatan branding	Menilai peserta dengan tanya jawab dan pembuatan konten yang langsung di posting di akun official sekolah	Pengurus osis mengerti, memahami dan mampu membuat konten yang menarik sehingga meningkatkan engagement brand sekolah

Table 1 : indicator ketercapaian kegiatan pelatihan

Kesimpulan

Kesimpulan dari kegiatan pengabdian yang telah dilaksanakan yaitu pelatihan media digital Instagram bagi pengurus osis SMK Analis Nasional Surakarta dalam upaya meningkatkan branding sekolah telah berhasil sesuai dengan target capaian yang telah ditetapkan. Peserta mampu memahami paparan terkait media digital Instagram, konten sebagai alat meningkatkan brand kepada follower ataupun Masyarakat luas. Tingkat keberhasilan juga dapat dilihat dari antusias peserta dalam sesi diskusi tanya jawab serta hasil konten yang mereka buat kemudian di posting dalam akun Instagram sekolah.

Sebagai saran tindak lanjut dari kegiatan ini penulis berharap adanya pelatihan lanjutan terkait bagaimana konten mampu meningkatkan reputasi. Analisis terkait konten Instagram sekolah. Sehingga penerapan pengabdian lanjutan mampu secara maksimal dimanfaatkan oleh sekolah.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang terkait dan terlibat dalam proses kegiatan pengabdian dari awal hingga terselesaikannya penulisan artikel ini dengan baik. Penulis mengucapkan terima kasih kepada Guru Pembina Osis SMK Analis Nasional Surakarta yang telah memberikan kesempatan untuk melakukan kegiatan pengabdian terhadap rekan-rekan pengurus osis. Ucapan terima kasih penulis sampaikan kepada Politeknik Indonusa Surakarta yang telah mendukung terlaksananya kegiatan ini dengan lancar dan baik.

Referensi

Edosomwan, S., Prakasan, S. K., Kouame, D., Watson, J., & Seymour, T. (2011). The History of Social Media and its Impact on Business. *Management*, *16*(3), 79–91. http://search.proquest.com.eproxy.ucd.ie/docview/889143980

Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, *53*(1), 59–68. https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003

Lestari, E., Rahmanto, A. N., & Satyawan, I. A. (2022). Social Media and Hospital Reputation During Pandemic. *Proceedings of the 7th International Conference on Social and Political Sciences (ICoSaPS 2022)*, 388–393. https://doi.org/10.2991/978-2-494069-77-0_53

Lestari, E., Rahmanto, A. N., & Satyawan, I. A. (2023). Hospital public relations and internal communication barriers during the Covid-19 pandemic. *PRofesi Humas Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, *7*(2), 166. https://doi.org/10.24198/prh.v7i2.41935

Muktiali, S., Achmad, L. I., & Nenda, N. (2023). Pemberdayaan Media Sosial dalam Upaya Memberikan Informasi Budaya SMK Armaniyah. *Lentera Pengabdian*, *1*(03), 299–307. https://doi.org/10.59422/lp.v1i03.75

Sari, D. N., & Basit, A. (2020). Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Edukasi. *Persepsi: Communication Journal*, *3*(1), 23–36. https://doi.org/10.30596/persepsi.v3i1.4428

Wayan Supada. (2020). Peran Public Relations Dalam Membangun Pencitraan Positif Organisasi. *Abilities*, *1*(86), 21–24. http://search.ebscohost.com.libezproxy.dundee.ac.uk/login.aspx?direct=true&db=jlh&AN=65446077&site=ehost-live&scope=site

Widayanti, R. (2015). Pemanfaatan Media Sosial Untuk Penyebaran Informasi Kegiatan Sekolah Menengah Kejuruan Pasundan Tangerang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *1*(2), 81–87.

Yanuar, T. (2013). Perbedaan Pengaruh Citra Merek dan Reputasi Perusahaan Terhadap Kualitas Produk, Nilai Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan di Pasar Bisnis. *Jurnal Ekonomi*, *4*(2). https://doi.org/https://doi.org/10.47007/jeko.v4i2.1040

Yunita, D., Widad, A., Diah, Y. M., & Farla, W. (2021). Pembuatan Content Marketing : Journal of Sriwijaya Community Services. *Pembuatan Content Marketing : Journal of Sriwijaya Community Services*, *2*(2), 89–96. sricommerce: Journal of Sriwijaya Community Services