

PEMBUATAN IKLAN KOMERSIAL DI MEDIA SOSIAL UNTUK PENGEMBANGAN USAHA KECIL DI KOMUNITAS GOPTKI DAN IPEMI KOTA BINJAI

Corry Novrica AP Sinaga^{1*}, Elvita Yenni², Rafieqah Nalar Riezky³

*Ilmu Komunikasi, UMSU

corrinnovrica@umsu.ac.id

ABSTRAK

Perkembangan dunia teknologi sangat membantu perkembangan ilmu komunikasi. Termasuk perkembangan dunia periklanan yang saat ini sudah berbasis digital. Kemajuan teknologi memungkinkan semua orang bisa melakukan sesuatu demi pengembangan bisnis dan usahanya secara mandiri. Langkah ini sangat ideal jika dilakukan oleh pengusaha kecil, atau industri rumah tangga. Biasanya usaha ini masih dalam taraf merintis dan mengembangkan usaha, dengan modal yang belum besar. Sehingga beriklan melalui media sosial, adalah pilihan utama, untuk mengenalkan dan mengembangkan usaha. Bisa dilakukan secara mandiri, dengan alat yang sudah ada, yaitu smartphone berbasis android atau IOS, yang dipastikan sudah dimiliki oleh masyarakat luas saat ini.

Pengabdian Kemitraan Masyarakat, PKM/ abdimas, Pelatihan Pembuatan Iklan Komersial di Media Sosial untuk Pengembangan Usaha Kecil di Komunitas Gabungan Organisasi Penyelenggara Taman Kanak Kanak Indonesia (GOPTKI) dan Ikatan Pengusaha Muslimah (IPEMI) Kota Binjai dimulai dengan melaksanakan pre- tes sejauh mana para peserta faham apa itu Iklan, apakah pernah beriklan, dimana mereka mengiklankan produk usahanya, dan bagaimana respon atau efek dari iklan yang pernah mereka buat. Kemudian tim PKM juga memberikan pelatihan, diskusi bahkan praktek tentang membuat Iklan Komersial Terakhir ada uji materi yang telah dibicarakan (post- test).

Temuan di 2 mitra PKM menunjukkan, hampir 100 % mereka memiliki usaha sendiri dan pernah mempromosikan produknya melalui media sosial yang mereka miliki. Sebagian besar menggunakan Facebook dan Instagram. Selain menggunakan peralatan milik sendiri, seperti smartphone, para peserta

juga sudah mengenal alat lain seperti kamera DLSR yang membantu mereka membuat foto produk yang bagus. Namun sifatnya hanya belum profesional dan secara teknis, hasilnya belum maksimal. Namun setelah pelatihan, terjadi peningkatan pengetahuan peserta pelatihan, tentang teknik pengambilan gambar foto iklan. Bahkan hasil praktek memotret produk, di upload ke media sosial masing masing, sebagai bentuk promosi produk mereka

Kata Kunci : Iklan Komersial, Media Sosial, Usaha Kecil

PENDAHULUAN

Beriklan untuk mengembangkan produk, jasa dan merek sebuah industri, adalah sesuatu yang wajib dilakukan pelaku usaha. Dengan beriklan, secara langsung kita membujuk calon konsumen, untuk membeli produk yang kita hasilkan. Hingga saat ini, iklan adalah langkah yang dinilai paling tepat, akurat dan berdampak luas, sebagai sarana promosi dan pemasaran. Masalahnya, membuat iklan dan meletakkannya di media massa atau media iklan lain, berbiaya sangat besar atau mahal. Inilah yang menjadi kendala pelaku usaha kecil menengah, dalam mengembangkan bisnisnya.

Masyarakat atau konsumen saat ini semakin cerdas. Mereka cenderung memilih segala hal yang bersifat simple, murah dan berbasis digital. Hal ini karena kehidupan masyarakat semakin tidak dapat dipisahkan dengan media online. Apalagi dengan menjamurnya smartphone berbasis sistem android dan IOS semakin mempermudah akses internet bagi masyarakat di era modern saat ini.

Jika tadinya para pelaku bisnis berbondong-bondong untuk beriklan di mesin pencarian, kini mereka berpaling ke media sosial.

Menurut survey eMarketer pada tahun 2013, market share iklan Google sebesar 33,6 persen turun menjadi 31,1 persen pada 2014. Sementara market share untuk iklan Facebook meningkat dari 5,8 persen pada 2013 menjadi 7,8 persen pada tahun 2014. Iklan tradisional dengan media sosial ternyata lebih canggih karena mampu mendorong traffic dan penjualan. Beriklan dengan media sosial bahkan menawarkan nilai jangka panjang.

Dalam dunia digital, iklan dapat dipilih melalui beragam macam kanal. Salah satunya adalah sosial ads atau banner yang nantinya akan muncul di media sosial, seperti Facebook, Youtube, Twitter dan sejenisnya. Beberapa tahun belakangan, iklan di media sosial cukup banyak digunakan oleh berbagai brand. Contohnya saja di Youtube, saat ini Youtube menjadi salah satu media sosial yang paling ampuh dalam ber-iklan dibandingkan media televisi.

Iklan media sosial menjadi incaran para pemilik brand untuk membangun branding dan awareness bagi brand yang mereka miliki. Media sosial dianggap sebagai media paling efektif dalam beriklan. Keberagaman iklan media sosial yang menarik serta mudah dipahami dan unik akan semakin menambah minat konsumen untuk mencari tahu lebih detail tentang produk yang ditawarkan.

Oleh karena itu sebagai pebisnis harus selalu update strategi dalam beriklan agar konsumen mau mencoba produk dan tercapai target yang sesuai yang telah ditetapkan. Kreatifitas dalam membuat iklan sangat membantu dan berpengaruh terhadap keberhasilan iklan tersebut dalam memenangkan pasar serta mengambil hati konsumen. Bentuk yang dinilai cocok adalah Iklan Komersial. Iklan komersial ini dipasang dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan ekonomi karena iklan utamanya adalah untuk meningkatkan penjualan. Dalam iklan komersial terdapat tiga pembeda yaitu: iklan konsumen, iklan professional, dan iklan bisnis.
<https://www.liputan6.com/citizen6/read/3922906/jenis-jenis-iklan-berdasarkan-isi-media-dan-tujuannya>.

Perkembangan dunia teknologi sangat membantu perkembangan ilmu komunikasi. Termasuk perkembangan

dunia periklanan yang saat ini sudah berbasis digital. Kemajuan teknologi memungkinkan semua orang bisa melakukan sesuatu demi pengembangan bisnis dan usahanya secara mandiri.

Langkah ini sangat ideal jika dilakukan oleh pengusaha kecil, atau industri rumah tangga. Biasanya usaha ini masih dalam taraf merintis dan mengembangkan usaha, dengan modal yang belum besar. Sehingga beriklan melalui media sosial, adalah pilihan utama, untuk mengenalkan dan mengembangkan usaha, Bisa dilakukan secara mandiri, dengan alat yang sudah ada, yaitu smartphone berbasis android atau IOS, yang dipastikan sudah dimiliki oleh masyarakat luas saat ini.

Pertanyaannya, bagaimana cara membuat Iklan komersial dan meletakkannya dengan tepat di media sosial untuk pengembangan usaha? Pertanyaan ini yang menjadi permasalahan di komunitas GOPTKI dan IPEMI Kota Binjai. Mereka terkendala dalam kegiatan promosi dan pemasaran produk hasil karya dan kerajinan, karena biaya iklan komersial sangat besar. Belum bisa di realisasikan saat ini, karena usaha masih skala kecil dan bersifat merintis.

Tim pengabdian berusaha menjawab permasalahann yang dihadapi mitra dengan melakukan Pelatihan Pembuatan Iklan Komersial di Media Sosial untuk Pengembangan Usaha Kecil di Komunitas Gabungan Organisasi Penyelenggara Taman Kanak Kanak Indonesia (GOPTKI) dan Ikatan Pengusaha Muslimah (IPEMI) Kota Binjai. untuk menjawab mempertanyaan ini.

Permasalahan Mitra

Dalam kegiatan Pengabdian Kemitraan Masyarakat (PKM) ini, ada 2 mitra yang terlibat, yaitu Komunitas Gabungan Organisasi Penyelenggara Taman Kanak Kanak Indonesia (GOPTKI) dan Ikatan Pengusaha Muslimah (IPEMI) Kota Binjai.

Mitra I : Gabungan Organisasi Penyelenggara Taman Kanak Kanak Indonesia (GOPTKI) Kota Binjai.

Di Komunitas Gabungan Organisasi Penyelenggara Taman Kanak Kanak Indonesia (GOPTKI) Kota Binjai ini, kelanjutan dari Gabungan Taman Kanak

Kanak Indonesia atau GTKI. DPC GOPTKI Kota Binjai periode 2011-2015 terbentuk berdasarkan Keputusan Walikota Binjai No. 411.42-130/k/2011, tanggal 25 April 2011.

Visi GOPTKI membina anak usia dini untuk membentuk watak bangsa agar menjadi manusia Indonesia yang berakhlak mulia, dinamis, aktif, kreatif, dan produktif.

Misinya secara garis besar ada 3 yaitu :

1. sebagai wadah pemersatu organisasi, yayasan dan lembaga pendidikan penyelenggara pendidikan anak usia dini untuk meningkatkan peran serta dalam mencerdaskan bangsa melalui pendidikan dan pendidikan anak usia dini.
2. Meningkatkan kualitas sumber daya manusia (SDM) dan kesejahteraan tenaga pendidikan.
3. Mengadakan kerjasama dengan badan badan pemerintah dan swasta terutama dengan unsur tiga komponen Pendidikan Taman Kanak Kanak, yaitu GOPTKI, Departemen Pendidikan Nasional, dan Ikatan Guru Taman Kanak Kanak Indonesia (IGTKI).

Program kerja GOPTKI Kota Binjai untuk tahun 2019 ini adalah :

1. Bidang Pendidikan
 - a. Pelatihan Instruktur Origami
 - b. Pelatihan Pendidikan Inklusi
 - c. Pelatihan Mendongeng
 - d. Pelatihan Menulis Satuguru Satubuku
 - e. Pelatihan Membatik Jumputan
 - f. Pelatihan Suminagashi
 - g. Lomba Kreatif Guru
2. Bidang Organisasi
 - a. Kemitraan dengan lembaga lain
3. Bidang Ekonomi
 - a. Usaha sanggar Origami dan Alat Permainan Edukatif
 - b. Supervisi, monitoring, evaluasi lembaga, anggota dan pengurus GOPTKI Kota Binjai.
4. Bidang Kesejahteraan.
 - a. Bina Rohani
 - b. STM

Berdasarkan visi, misi dan program kerja tersebut, kalangan guru atau pendidik

yang tergabung dalam GOPTKI Kota Binjai, hampir semuanya memiliki usaha kecil untuk menambah income atau pendapatan keluarga. Selama ini para guru tersebut telah banyak mendapatkan bantuan pelatihan, dalam hal pengembangan usaha kecil rumah tangga. Namun menurut penjelasan Ketua DPC GOPTKI Kota Binjai Ibu Dra. Hj. Nany Susilawati Timbas Tarigan, anggota organisasinya memiliki usaha dengan modal dan pengetahuan yang masih minim mengenai bagaimana cara efektif mempromosikan usaha mereka. Dengan modal yang masih sedikit, anggota GOPTKI Kota Binjai, perlu di beri pelatihan membuat iklan komersial di media social sebagai sarana promosi usaha mereka.

Mitra II. Ikatan Pengusaha Muslimah (IPEMI) Kota Binjai

Ikatan Pengusaha Muslimah Indonesia, atau yang disingkat IPEMI, adalah sebuah organisasi kemasyarakatan yang dibentuk dan didirikan untuk meningkatkan peran dan kontribusi Pengusaha Muslimah dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat, menuju kemandirian ekonomi yang berkepribadian Indonesia dan berakhlakul karimah.

IPEMI memiliki kedudukan dan fungsi yang strategis, terutama untuk membantu pengembangan usaha-usaha para Muslimah, sehingga dapat terus berkembang dan berkontribusi dalam pembangunan nasional serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat, termasuk penguatan ekonomi para Jamaah Pengajian maupun komunitas Islami lainnya.

Keberhasilan pengusaha muslimah muslimah lainnya untuk terus mengembangkan usaha dan berkontribusi dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat berbasis ekonomi kerakyatan.

<https://web.facebook.com/pg/ipemi.muslimah/posts/>

Visi IPEMI sebagai organisasi, menjadi organisasi pengusaha muslimah terbesar di Indonesia, yang bermanfaat dan mandiri, untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi muslimah dan masyarakat

Indonesia pada umumnya, menuju kemandirian ekonomi yang berkepribadian Indonesia dan berakhlakul karimah.

Untuk mencapai Visi tersebut, maka Misi yang akan dilakukan adalah:

1. Menyediakan dan menambah kesempatan usaha bagi paramuslimah.
 2. Mengembangkan usaha dari pengusaha muslimah dan mencetak pengusaha pengusaha muslimah yang baru.
 3. Membangun jaringan pemasaran nasional dan regional(ASEAN), untuk meningkatkan penjualan produk-produk yang dihasilkan oleh pengusaha muslimah yang menjadi anggota IPEMI dan mitrausaha IPEMI.
 4. Melakukan edukasi dan pelatihan serta mendorong pemanfaatan teknologi informasi maupun manajemen usaha modern, dalam mengelola usaha muslimah dan organisasi komunitas Islam.
 5. Meningkatkan kemandirian ekonomi majelis taklim dan organisasi komunitas Islam lainnya.
- Tujuan didirikan Ipemi adalah :

1. Mengembangkan usaha muslimah, dan meningkatkan jumlah pengusaha muslimah di Indonesia.
2. Membantu anggota-anggota IPEMI dalam hal:
 - a. Pengembangan dan peningkatan produksi.
 - b. Memperluas jaringan usaha dan pemasaran.
 - c. Memudahkan akses pembiayaan dan permodalan usaha.
 - d. Meningkatkan akses penggunaan teknologi dan sumber daya manusia.
 - e. Menambah wawasan tentang manajemen usaha, khususnya aspek legal manajemen operasional, dan pengendalian kualitas.

3. Meningkatkan kesejahteraan ekonomi majelis taklim/masyarakat muslim pada khususnya, dan masyarakat Indonesia pada umumnya.
4. Meningkatkan peran dan kontribusi pengusaha muslimah dalam pembangunan nasional.

Saat ini organisasi IPEMI Kota Binjai beranggota 70 orang dengan dr. Maghdalena

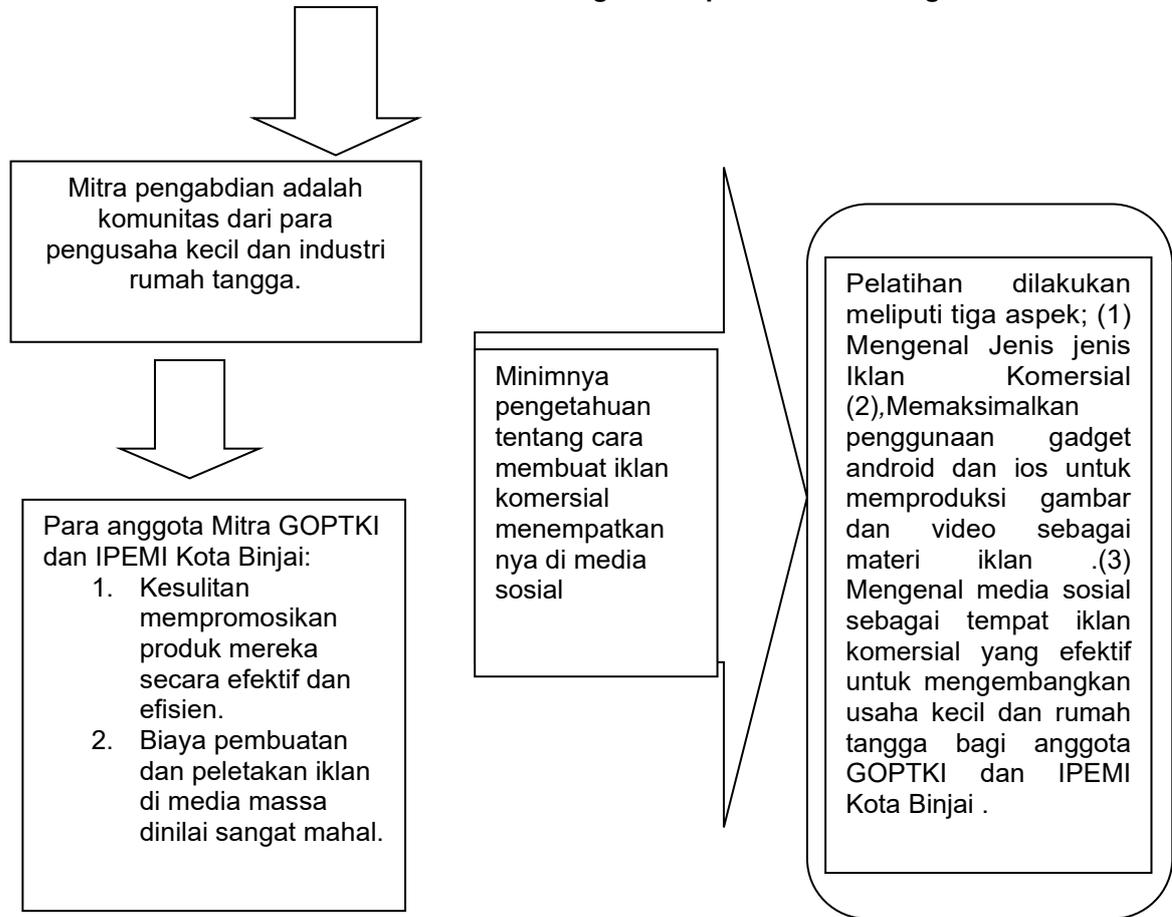
Ariyani atau dokter Ellen, sebagai Ketua Dewan Pengurus Daerah IPEMI Kota Binjai. Aktivitas komunitas ini yang telah dilakukan diantaranya :

1. Pertemuan berkala 1 x perbulan mengisi dan update perkembangan anggota seperti membuat pelatihan ketrampilan, dan pengajian.
2. Pelatihan dengan konsep kerjasama bersama mitra baik instansi pemerintah maupun swasta seperti perbankan, dinas dinas dan pemilik jaringan distribusi online seperti Bukalapak, Tokopedia dan lain lain.
3. Aktivitas Rumah Ilmu
4. Minggu Ceria di Car Free Day
5. Dll

Selaku ketua, Dr. Maghdalina Ariyani atau di kenal sebagai dokter Ellen menyatakan, hingga saat ini anggotanya sangat membutuhkan bantuan pengetahuan mengenai cara efektif mempromosikan dan memasarkan hasil usaha mereka, dengan biaya yang minimal namun hasil yang maksimal.

Atas dasar hal tersebut maka kami tertarik untuk melakukan Pengabdian Kemitraan Masyarakat (PKM) dengan judul; Pelatihan Pembuatan Iklan Komersial di Media Sosial untuk Pengembangan Usaha Kecil di Komunitas Gabungan Organisasi Penyelenggara Taman Kanak Kanak Indonesia (GOPTKI) dan Ikatan Pengusaha Muslimah (IPEMI) Kota Binjai.

Gambaran Permasalahan Yang Dihadapi Oleh Mitra Pengabdian



METODE

Tahapan pelaksanaan Pengabdian Kemitraan Masyarakat (PKM) dengan judul; Pelatihan Pembuatan Iklan Komersial di Media Sosial untuk Pengembangan Usaha Kecil di Komunitas Gabungan Organisasi Penyelenggara Taman Kanak Kanak Indonesia (GOPTKI) dan Ikatan Pengusaha Muslimah (IPEMI) Kota Binjai ini akan dilaksanakan dengan 3 tahapan yaitu;

- 1) Tahap Pra Test dan pengenalan dan pemahaman mengenai iklan dan media tempat iklan.
Tahapan ini, tim pengabdian akan menjelaskan jenis jenis iklan dan media massa dan media alternatif tempat peletakan iklan, berikut kelebihan dan kekurangannya.
- 2) Tahap pendidikan dan pelatihan
 1. Mengetahui jenis jenis Iklan Komersial

2. Memaksimalkan penggunaan gadget android dan ios untuk memproduksi gambar dan video sebagai materi iklan
3. Mengetahui media sosial sebagai tempat iklan komersial yang efektif untuk mengembangkan usaha kecil dan rumah tangga bagi anggota GOPTKI dan IPEMI Kota Binjai

Pada tahapan pendidikan dan pelatihan ini, peserta pengabdian masyarakat akan dibimbing narasumber yang merupakan expert di bidangnya, iklan dan media sosial.

- 3) Tahap Post Test dan Evaluasi.
Hal ini dilakukan agar dapat mengukur tingkat pemahaman peserta pengabdian mengenai iklan komersial dan media sosial sebagai media efektif bagi usaha kecil yang

dijalankan oleh mitra GOPTKI dan IPEMI Kota Binjai.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan PKM ini diperkirakan akan berjalan di awal tahun 2020, atau tepatnya setelah kontrak kerja di keluarkan oleh pihak LP2M UMSU yaitu Maret 2020. Namun terkendala karena memasuki masa lockdown akibat pandemic Covid19, yang melarang adanya kegiatan yang melibatkan banyak orang dan tatap muka. Akibatnya, kegiatan PKM dengan judul Pelatihan Pembuatan Iklan Komersial di Media Sosial untuk Pengembangan Usaha Kecil di Komunitas Gabungan Organisasi Penyelenggara Taman Kanak Kanak Indonesia (GOPTKI) dan Ikatan Pengusaha Muslimah (IPEMI) Kota Binjai, pada tanggal 12 Juni 2020, baru dapat di selenggarakan.

Kegiatan dilaksanakan di gedung SKB (Sanggar Kegiatan Belajar) Kota Binjai, beralamat di Jl, Samanhudi Binjai, dengan menjalani protap masa menuju new normal. Peserta yang berjumlah 20 orang, hadir dengan menggunakan masker, dan sebelum memasuki ruangan pelatihan, telah melalui screening pengukuran suhu tubuh dan mencuci tangan hingga bersih. Semua kebutuhan akan protap tersebut di siapkan oleh team PKM (Abdimas UMSU). Dokumentasi terlampir.

Acara atau kegiatan ini dibuka oleh Ibu Wakil Walikota Binjai yang juga sekaligus Ketua DPC GOPTKI Binjai (salah satu mitra PKM/Abdimas), Ibu Dra. Hj. Nany Susilawati Timbas Tarigan. Berikut juga mengenalkan para peserta yang hadir lainnya, termasuk dari IPEMI Kota Binjai (Mitra PKM/Abdimas), yang langsung di hadiri oleh ketuanya Ibu. Dr. Ellen. Selanjutnya memperkenalkan tim dosen yang hadir berikut narasumber profesional, yang akan menyajikan materi pada peserta.

Selanjutnya, tim memulai pelaksanaan kegiatan dengan tahapan pertama penguatan pada maksud dan tujuan kegiatan. Kemudian tim membagikan daftar pertanyaan sebagai bentuk pre-test awal kegiatan, serta menguji para peserta yang ke semuanya adalah perempuan, berkaitan dengan pengetahuan mereka mengenai iklan dan media sosial dan kegunaannya bagi mereka selama ini.

Setelah jawaban Pre-Test dikumpul, tahap selanjutnya mensosialisasikan materi yang telah disusun oleh tim kepada para peserta pelatihan. Mereka menyimak materi yang disampaikan melalui layar infocus, ada diskusi dan tanya jawab di awal awal pertemuan. Pemateri terdiri dari Team PKM/ Abdimas UMSU dan Bung Ferdy Siregar, Profesional Fotografer Sumatera Utara. Karena keterbatasan waktu (karena ada batasan tidak tertulis dari pemko Binjai, tidak boleh terlalu lama berkumpul), dari 3 materi yang diajukan dalam proposal, maka penyampaiannya di padatkan dalam 2 sesi materi yang bisa di sampaikan dalam PKM/ Abdimas kali ini. Yaitu :

1. Mengetahui Iklan dan Media Beriklan
2. Memaksimalkan penggunaan gadget atau smartphone untuk menghasilkan Foto iklan yang baik.

Setelah penyampaian materi, jeda sesaat. Kemudian dilanjutkan dengan praktek membuat foto iklan komersial untuk produk usaha kecil yang telah di hasilkan para peserta. Sebelumnya, para peserta yang ikut dalam pelatihan juga telah membawa hasil produksi usaha kecil milik mereka, diantaranya ada hasil kerajinan tangan origami, batik , boneka untuk dongeng, kuliner, membuat Tas dll. Dokumentasi terlampir.

Tahap Evaluasi

Tahapan evaluasi berkaitan dengan mengadakan post - test yaitu dengan cara membagikan lagi daftar wawancara dengan pertanyaan yang sama untuk mengetahui tingkat kemampuan dan keterampilan peserta setelah mendapatkan materi dan praktek langsung membuat iklan komersial bagi produk usaha kecil mereka.

Hasil foto para peserta dinilai oleh team PKM/ Abdimas UMSU bersama dengan bung Ferdy Siregar pemateri tamu. Didapat 6 hasil foto terbaik dan diberi hadiah sebagai apresiasi atas usaha peserta. Hasil Foto wajib di tampilkan pada Media Sosial milik masing masing peserta, sebagai upaya iklan komersial mempromosikan usaha mereka. Dokumentasi terlampir.

Luaran yang dicapai

Dari pemaparan sebelumnya, sudah tercapai luaran awal yang ingin di laksanakan dari program kemitraan masyarakat PKM/Abdimas ini. Yaitu peserta pelatihan dapat membuat iklan komersial untuk membantu pengembangan usaha kecil mereka dengan meletakkan iklan komersial mereka di Media sosial. Sesaat usai di tetapkan 6 peserta yang foto iklannya paling bagus diantara peserta lain, maka foto itu harus/ wajib di uplod di Medsos milik mereka. Ada yang di Facebook, Instagram dan WA Group.



Dokumentasi Kegiatan :



KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan diatas, tampak bahwa Pelatihan Pembuatan Iklan Komersial di Media Sosial untuk Pengembangan Usaha Kecil di Komunitas Gabungan Organisasi Penyelenggara Taman Kanak Kanak Indonesia (GOPTKI) dan Ikatan Pengusaha Muslimah (IPEMI) Kota Binjai sangat bermanfaat meningkatkan keterampilan para peserta yang nota bene memiliki usaha kecil di kedua organisasi mitra PKM/ Abdimas., dalam membuat foto dan video dengan gadget masing masing. Selama ini, para pengusaha kecil perempuan ini, memang sudah pernah membuat foto/ video untuk produk usaha mereka, namun belum menguasai teknik teknik foto iklan yang baik dan benar. Mereka juga sudah pernah mengiklankan produk usahanya di Media Sosial, namun feedback yang diharapkan belum maksimal. Menurut para peserta sendiri mungkin juga karena hasil foto/ video yg mereka buat belum memenuhi standard minimal iklan komersial.

B. Saran

Walau telah terjadi peningkatan pemahaman dan keterampilan peserta pelatihan yaitu pengusaha kecil perempuan yang tergabung dalam GOPTKI dan IPEMI Kota Binjai, tentang pembuatan iklan komersial untuk pengembangan usaha mereka,. Namun pelatihan dan sosialisasi kegiatan ini harus terus dilakukan, karena waktu PKM dinilai sangat singkat. Apalagi baru hanya iklan komersial dalam bentuk foto yang bisa tersampaikan dalam abdimas ini. Masih banyak bentuk atau variasi iklan komersial yang mudah dan murah, bisa di manfaatkan para pengusaha kecil untuk mengembangkan usaha mereka.

C. Ucapan Terimakasih

Pada proses program kemitraan ini nyak melibatkan berbagai pihak. Untuk itu, pada kesempatan ini, dengan segala kerendahan hati, tim program kemitraan mengucapkan rasa terimakasih sebesar-besarnya kepada Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU) memberikan arahan dan bimbingan.

Kepada Ketua Pusat Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat UMSU yang telah memberikan pelatihan dan kesempatan kepada kami untuk mengikuti program Iptek bagi Masyarakat, kami ucapkan terimakasih. Kepada Dekan FISIP UMSU yang juga banyak memberikan dukungan dan motivasi kepada kami, kami ucapkan terimakasih. Dan kepada seluruh rekan-rekan yang terlibat pada program kemitraan ini kami juga ucapkan terimakasih karena telah banyak membantu kegiatan kami selama di lapangan.

Selain itu, kami juga mengucapkan terimakasih kepada pemerintah Kota Binjai melalui ibu Wakil Walikota Binjai yang juga menjabat sebagai ketua DPC GOPTKI Kota Binjai, Ibu Dra. Hj. Nany Susilawaty Timbas Tarigan dan Ketua IPEMI Kota Binjai Ibu. Dr. Maghdalina Ariyani atau Dr. Ellen. yang telah banyak membantu kami dalam pelaksanaan program kemitraan ini dengan memfasilitasi kami untuk melakukan sosialisasi dihadapan anggota komunitas GOPTKI dan IPEMI.

Akhirnya kami selaku tim program kemitraan ini sangat menyadari bahwa laporan kemajuan program kemitraan masyarakat (PKM) yang kami perbuat ini masih jauh dari kesempurnaan. Untuk itu kami mengharapkan saran dan kritik yang membangun demi kesempurnaan laporan program kemitraan kami berikutnya. Semoga laporan ini dapat bermanfaat.

DAFTAR PUSTAKA

- Djamal, Hidajanto & Andi Fachruddin, 2016, Dasar dasar Penyiaran: Sejarah, organisasi, operasional dan regulasi, Prenada Media Group (Kencana), Jakarta.
- Moriarty, Sandra, Nancy Mitchell, William Wells, 2011, Advertising, Prenada Media Group (Kencana) , Jakarta.
- Powerwanto dan Zakaria L Sukirno, 2016, Komunikasi Bisnis: Perspektif Konseptual dan Kultural, Pustaka Pelajar, Jogjakarta.
- Tasruddin, Ramsiah. *Tren Periklanan Di Media Sosial, Jurnal Komodifikasi, Volume 5, Juni 2017: hal 15-20.* [https:// journal.uin-alauddin.ac.id](https://journal.uin-alauddin.ac.id).

Lisawati, Permita, Efektifitas Iklan Pada Jejaring Sosial Sebagai Salah Satu Strategi Pemasaran Bisnis Usaha Kecil Menengah (UKM) dengan Menggunakan Metode Epic , Jurnal Ekonomi Bisnis Volume 21 No.3, Desember 2016

<https://media.neliti.com/publications/96554-ID-efektivitas-iklan-pada-jejaring-sosial-s.pdf>

<https://www.liputan6.com/citizen6/read/3922906/jenis-jenis-iklan-berdasarkan-isi-media-dan-tujuannya> , di posting 21 Maret 2018, diakses 20 Desember 2019

<https://ekbis.sindonews.com/read/663896/39/memandang-media-sosial-sebagai-media-promosi-1344393003> di posting 08 Agustus 2012, diakses 20 Desember 2019

<https://www.kompasiana.com/hadiprasetyo9292/5b4a38eef133440e266eb1e4/media-sosial-sebagai-media-promosi-masa-kini?page=all>, di posting 15 Juli 2012, diakses 20 Desember 2019

