



WEBINAR: STRATEGI SUKSES MENGGUNAKAN MEDIA SEDERHANA YANG TRENDY DI ERA KEKINIAN

WEBINAR: SUCCESS STRATEGIES USING SIMPLE AND TRENDY MEDIA IN THE MODERN ERA

Andromeda Valentino Sinaga^{1*}, Rimma Sianipar², Lely Novia³, Merrisa Monoarfa⁴, Fitri Radhiyani⁵

^{1,2,3,4,5} Universitas Negeri Makassar, Makassar, Indonesia

*email (andromedavalentinosinaga@unm.ac.id)

Abstrak: Webinar ini bertujuan untuk memberikan pemahaman dan keterampilan kepada peserta tentang bagaimana memanfaatkan media sederhana yang trendy di era kekinian untuk mencapai kesuksesan. Penulis dan tim pengabdian, beserta mahasiswa Program Studi Teknologi Pendidikan Universitas Negeri Makassar, menyampaikan materi mengenai strategi efektif dalam menggunakan media sosial dan platform digital lainnya, dengan fokus pada cara yang tepat dalam beradaptasi dengan perkembangan zaman dan tren terkini. Webinar ini dirancang untuk membantu peserta mengatasi tantangan yang dihadapi dalam memanfaatkan media yang berkembang dengan cepat dan memberikan solusi praktis untuk memaksimalkan potensi mereka. Peserta diharapkan dapat mengimplementasikan strategi yang dibagikan dalam webinar ini untuk meningkatkan efektivitas komunikasi, pengembangan bisnis, dan keterampilan personal. Dengan pengetahuan yang didapat, mereka akan lebih siap untuk menghadapi dunia digital yang terus berubah dan memanfaatkan media sederhana secara optimal. Secara keseluruhan, webinar ini memberikan dampak positif bagi peserta, yang diharapkan dapat membawa perubahan positif dalam cara mereka memanfaatkan teknologi dan media untuk meraih tujuan pribadi maupun profesional.

Kata Kunci: Media Sederhana, Tren Kekinian, Strategi Sukses.

Abstract: This webinar aims to provide participants with understanding and skills on how to utilize simple yet trendy media in the current era to achieve success. The authors and the community service team, along with students from the Educational Technology Program at Universitas Negeri Makassar, presented materials on effective strategies for using social media and other digital platforms, with a focus on the right ways to adapt to the evolving times and current trends. This webinar is designed to help participants overcome the challenges they face in utilizing rapidly developing media and provide practical solutions to maximize their potential. Participants are expected to implement the strategies shared in this webinar to improve communication effectiveness, business development, and personal skills. With the knowledge gained, they will be better prepared to face the constantly changing digital world and make optimal use of simple media. Overall, this webinar has a positive impact on the participants, who are expected to bring about positive changes in how they use technology and media to achieve personal and professional goals.

Keywords: Simple Media, Current Trends, Success Strategies.

Article History:

Received	Revised	Published
18 November 2024	10 Januari 2025	15 Januari 2025

Pendahuluan

Dalam era digital, media sederhana telah berkembang pesat menjadi alat yang efektif dan efisien untuk berbagai keperluan, mulai dari bisnis, pendidikan, hingga komunikasi sehari-hari. Platform seperti Canva, CapCut, dan Instagram Stories kini memungkinkan pengguna menciptakan konten menarik tanpa memerlukan keahlian teknis yang mendalam atau perangkat mahal. Menurut Nurhayaty, Pramularso, Marginingsih, dan Susilowati (2022), pelatihan tentang pembuatan media promosi sederhana menggunakan aplikasi Canva sangat penting untuk meningkatkan keterampilan desain grafis bagi masyarakat atau organisasi yang memiliki keterbatasan sumber daya. Kemudahan akses menjadi salah satu keunggulan utama media sederhana, di mana aplikasi ini dirancang dengan antarmuka yang ramah pengguna. Hal ini membuat siapa saja, bahkan pemula, dapat menghasilkan konten berkualitas dalam waktu singkat. Selain itu, fitur-fitur yang ditawarkan oleh media sederhana semakin beragam, seperti template desain profesional, filter otomatis, animasi, hingga pengeditan berbasis kecerdasan buatan (AI), sehingga proses kreatif menjadi lebih mudah dan cepat.

Integrasi langsung dengan media sosial juga menjadi nilai tambah. Zein (2023) menjelaskan bahwa strategi digital marketing melalui media online telah menjadi alat yang sangat penting bagi bisnis untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Pengguna dapat membuat, mengedit, dan membagikan konten secara instan, memungkinkan mereka menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan interaksi. Selain itu, dukungan berupa panduan, tutorial, dan komunitas online mempercepat proses pembelajaran dan inovasi, sehingga pengguna dapat terus meningkatkan kemampuan mereka. Dengan semua perkembangan ini, media sederhana telah menjadi solusi ideal bagi individu dan bisnis untuk menghasilkan konten kreatif tanpa memerlukan sumber daya besar. Penting bagi pengguna untuk terus mengikuti tren dan mengeksplorasi fitur-fitur baru agar dapat memanfaatkan potensi media sederhana secara maksimal.

Meskipun media sederhana telah berkembang pesat dan menawarkan berbagai kemudahan dalam menciptakan konten kreatif, kenyataannya masih banyak individu maupun pelaku usaha yang belum sepenuhnya memahami potensi dan cara penggunaannya. Ketidaktahuan ini sering kali disebabkan oleh kurangnya informasi, keterbatasan akses terhadap pelatihan, atau anggapan bahwa pembuatan konten berkualitas membutuhkan keahlian dan perangkat yang kompleks. Akibatnya, banyak yang melewatkan peluang besar untuk memanfaatkan media sederhana dalam memperluas jangkauan bisnis, membangun personal branding, atau meningkatkan komunikasi digital. Padahal, dengan memahami dan menguasai penggunaan media sederhana, siapa pun dapat menghasilkan konten menarik yang sesuai dengan kebutuhan mereka tanpa memerlukan biaya besar. Secara umum, Raihan, Nasution, dan Sundari (2022) menyatakan bahwa penggunaan media sosial dalam pengembangan UMKM dapat memberikan peluang besar untuk memperluas pasar dan meningkatkan visibilitas bisnis.

Oleh karena itu, penting untuk terus memberikan edukasi melalui berbagai forum, seperti webinar, pelatihan, dan kampanye informasi, agar semakin banyak orang yang mampu memanfaatkan media sederhana secara efektif. Langkah ini diharapkan dapat membuka wawasan dan memberdayakan lebih banyak individu untuk beradaptasi dengan perkembangan

teknologi dan kebutuhan era digital. Latar belakang penulis dan tim pengabdian dalam melaksanakan webinar ini berawal dari kesadaran akan pentingnya pemanfaatan media sederhana dalam mengembangkan berbagai aspek kehidupan, terutama dalam bidang bisnis dan komunikasi di era digital saat ini. Tim pengabdian yang terdiri dari penulis dan mahasiswa Program Studi Teknologi Pendidikan Universitas Negeri Makassar memiliki keahlian dan pengalaman di bidang teknologi, pemasaran digital, dan media sosial. Melalui latar belakang akademik dan praktis yang mereka miliki, tim ini merasa memiliki tanggung jawab untuk berbagi pengetahuan yang berguna bagi masyarakat.

Metode

Webinar dengan tema "Strategi Sukses Menggunakan Media Sederhana yang Trendy di Era Kekinian" dilaksanakan secara virtual menggunakan platform Zoom. Kegiatan ini dirancang untuk memberikan wawasan kepada peserta mengenai cara memanfaatkan media sederhana namun efektif dan mengikuti tren terkini untuk mencapai kesuksesan, khususnya dalam mendukung berbagai kebutuhan profesional, bisnis, maupun personal. Dalam sesi webinar ini, peserta diperkenalkan pada berbagai strategi praktis untuk menggunakan alat dan media yang mudah diakses, seperti aplikasi desain, platform media sosial populer, hingga metode kreatif yang dapat menarik perhatian audiens secara maksimal. Materi disampaikan oleh narasumber yang kompeten di bidangnya, dilengkapi dengan sesi diskusi interaktif untuk memastikan peserta dapat memahami dan mengimplementasikan strategi yang diajarkan. Pelaksanaan webinar secara daring memberikan fleksibilitas kepada peserta dari berbagai lokasi untuk berpartisipasi, sekaligus menciptakan pengalaman belajar yang inklusif dan modern. Diharapkan melalui webinar ini, peserta dapat lebih percaya diri dan terampil dalam memanfaatkan media trendy untuk mendukung berbagai aktivitas di era digital ini.

Webinar dengan tema "Strategi Sukses Menggunakan Media Sederhana yang Trendy di Era Kekinian" menargetkan peserta dari berbagai kalangan, khususnya pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), mahasiswa, dan individu kreatif yang ingin memaksimalkan penggunaan media sederhana untuk mendukung aktivitas profesional atau bisnis mereka. Z, Zainuddin, dan Saputra (2022) menyatakan bahwa untuk meningkatkan penjualan pada usaha UMKM sederhana, strategi pemasaran yang efektif sangat dibutuhkan. Sasaran utama kegiatan ini adalah mereka yang menghadapi kendala dalam memanfaatkan media secara optimal akibat keterbatasan teknis, kurangnya pengetahuan, atau kesulitan mengikuti perkembangan tren digital terkini. Dengan langkah-langkah ini, diharapkan peserta tidak hanya memahami teori, tetapi juga mendapatkan solusi nyata yang dapat langsung diterapkan untuk mengatasi tantangan dalam menggunakan media sederhana secara trendy dan efektif. Sebagai solusi terhadap masalah yang dihadapi target sasaran, webinar ini dirancang untuk:

1. Memberikan edukasi tentang cara menggunakan media sederhana, seperti aplikasi desain gratis, fitur media sosial, atau perangkat editing dasar, sehingga dapat diakses oleh siapa saja tanpa memerlukan biaya besar.
2. Menyampaikan panduan praktis tentang strategi mengikuti tren konten yang menarik, relevan, dan sesuai dengan kebutuhan audiens di era kekinian.
3. Mengintegrasikan sesi interaktif, seperti praktik langsung dan diskusi kelompok, untuk

memastikan peserta dapat memahami dan menerapkan materi yang diajarkan secara efektif.

4. Memberikan inspirasi melalui studi kasus sukses dari penggunaan media sederhana yang berhasil membawa dampak besar dalam pengembangan bisnis atau personal branding.

Hasil dan Pembahasan

Respon peserta terhadap hasil webinar "Strategi Sukses Menggunakan Media Sederhana yang Trendy di Era Kekinian" sangat positif dan antusias. Banyak peserta menyampaikan bahwa materi yang disampaikan sangat relevan dengan kebutuhan mereka, terutama dalam memahami cara memanfaatkan media sederhana untuk mendukung bisnis dan kegiatan profesional mereka. Mereka merasa mendapatkan wawasan baru yang sebelumnya belum sepenuhnya dipahami, seperti strategi penggunaan media sosial secara efektif, pentingnya konsistensi konten, dan teknik sederhana untuk meningkatkan engagement audiens. Selain itu, peserta juga mengapresiasi penyampaian materi yang interaktif dan praktis. Banyak yang menyatakan bahwa contoh-contoh yang diberikan mudah diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari maupun dalam aktivitas bisnis mereka. Beberapa peserta bahkan mengungkapkan rencana untuk segera menerapkan tips dan trik yang diperoleh selama webinar, terutama dalam membuat konten yang menarik dan membangun kehadiran digital yang lebih kuat. Tidak sedikit pula yang memberikan masukan positif mengenai format webinar yang dianggap nyaman karena dilakukan secara virtual, sehingga memungkinkan peserta dari berbagai lokasi untuk ikut serta tanpa hambatan. Secara keseluruhan, peserta merasa terbantu dengan adanya webinar ini dan mengharapkan kegiatan serupa diadakan kembali dengan topik yang lebih mendalam dan spesifik. Hal ini menunjukkan bahwa webinar berhasil memberikan dampak nyata bagi para peserta.

Secara teori, media sederhana merujuk pada alat atau sarana komunikasi yang menggunakan teknologi atau sumber daya minimal, tetapi tetap efektif dalam menyampaikan pesan atau informasi kepada audiens. Media sederhana biasanya dicirikan oleh kemudahan penggunaannya, biaya yang relatif rendah, serta kemampuan untuk menjangkau audiens secara luas atau spesifik tergantung pada kebutuhan. Menurut Fauzi Fahmi, Nirwana Anas, Rahmi Wardah Ningsih, Rabiatul Khairiah, dan Winarli Hendi Permana (2021), pemanfaatan media sederhana dapat menjadi alat yang efektif dalam menyampaikan informasi dan meningkatkan pemahaman. Dalam konteks komunikasi dan pemasaran, media sederhana dapat berupa platform digital seperti media sosial, email, atau aplikasi pesan instan yang memanfaatkan fitur-fitur dasar untuk mendistribusikan informasi. Selain itu, media sederhana juga mencakup metode tradisional seperti poster, selebaran, atau papan tulis, yang tetap relevan di berbagai situasi. Secara teoretis, keefektifan media sederhana bergantung pada kemampuan pengguna untuk mengoptimalkan fungsinya dalam menyampaikan pesan yang jelas, menarik, dan sesuai dengan audiens yang dituju. Reza dan Anggalih (2023) menekankan bahwa fotografi memiliki peran penting sebagai media promosi dalam era digital. Hal ini sering kali melibatkan kreativitas dalam penyajian konten, pengelolaan waktu yang tepat, serta pemahaman tentang kebutuhan dan preferensi audiens. Dalam era modern, media sederhana

yang dipadukan dengan strategi komunikasi yang tepat dapat menjadi alat yang sangat powerful untuk mencapai tujuan komunikasi maupun pemasaran.

"Trendy di era kekinian" merujuk pada sesuatu yang sedang populer, diminati, dan sesuai dengan perkembangan zaman dalam konteks budaya, gaya hidup, teknologi, atau tren sosial. Istilah ini menggambarkan fenomena yang mengikuti arus tren terbaru, baik dalam mode, teknologi, media, hingga cara berpikir dan berperilaku masyarakat modern. Di era kekinian, trendy sering kali ditentukan oleh pengaruh media sosial, di mana platform seperti Instagram, TikTok, atau Twitter memainkan peran besar dalam membentuk dan menyebarkan tren. Hal ini melibatkan elemen inovasi, kecepatan adaptasi terhadap hal baru, serta keterbukaan terhadap ide-ide segar yang mencerminkan semangat zaman. Prakasita, Prabowo, dan Setiawan (2024) menyampaikan bahwa elemen visual memiliki peran penting dalam menciptakan identitas yang dapat memperkuat citra dan daya tarik sebuah usaha, sehingga mampu meningkatkan pengenalan dan daya saing di pasar. Trendy juga tidak hanya terbatas pada penampilan atau gaya, tetapi meluas ke berbagai bidang, seperti metode pemasaran, penggunaan teknologi terkini, hingga cara orang berkomunikasi dan bekerja. Misalnya, penggunaan aplikasi digital untuk meningkatkan produktivitas atau memanfaatkan platform media sederhana untuk promosi bisnis adalah contoh dari pendekatan yang trendy. Dalam konteks ini, menjadi trendy berarti mampu memahami dan mengikuti perubahan yang terjadi secara dinamis, tanpa kehilangan esensi atau identitas. Hal ini penting bagi individu maupun organisasi untuk tetap relevan, menarik, dan kompetitif di tengah cepatnya perkembangan zaman.

Menjadi bagian dari tren yang berkembang di era kekinian membawa berbagai dampak positif dan negatif yang perlu diperhatikan. Dampak positifnya, salah satunya adalah meningkatnya daya tarik dan kepopuleran. Siyamto, Wijayanti, Subiyantoro, Suliantoro, dan Subandi (2024) menjelaskan bahwa penerapan digital marketing dapat memberikan dampak positif dalam meningkatkan kinerja bisnis. Mengikuti tren yang sedang berkembang memungkinkan individu atau bisnis untuk tetap relevan dan menarik perhatian banyak orang, khususnya di platform media sosial. Hal ini tentu dapat memperluas audiens dan meningkatkan visibilitas. Selain itu, tren juga membuka kesempatan bisnis yang lebih besar. Bisnis yang dapat memanfaatkan momentum tren dapat memperkenalkan produk atau layanan mereka dengan cara yang lebih menarik, sehingga meningkatkan penjualan dan memperkuat citra merek mereka. Menurut WINEDAR et al. (2024), dalam mengembangkan bisnis, pentingnya memperkuat pemasaran online, melakukan inovasi produk, dan menerapkan akuntansi sederhana menjadi langkah-langkah strategis yang dapat meningkatkan daya saing dan efisiensi operasional. Tren juga memungkinkan kemudahan dalam berinteraksi dan berkomunikasi. Penggunaan media sosial dan alat digital lainnya mempermudah individu untuk terhubung dengan orang lain, membangun jaringan, atau berkolaborasi dengan berbagai pihak di seluruh dunia. Selain itu, mengikuti tren membuka akses pada inovasi dan teknologi terbaru, yang pada gilirannya meningkatkan efisiensi atau kualitas hidup.

Namun, ada dampak negatif yang perlu diperhatikan. Mengikuti tren bisa menciptakan tekanan sosial, di mana individu merasa terpaksa untuk menyesuaikan diri dengan ekspektasi yang ada. Tekanan ini dapat berdampak pada kesehatan mental, menyebabkan kecemasan berlebihan, dan menurunkan rasa percaya diri jika seseorang merasa tidak mampu mengikuti tren tersebut. Selain itu, terlalu fokus pada tren dapat menyebabkan hilangnya identitas atau

otentisitas. Individu atau bisnis yang terlalu berusaha meniru tren yang populer mungkin akan kehilangan nilai asli atau karakter unik mereka. Terlalu fokus pada tren juga dapat menyebabkan konsumsi berlebihan dan pemborosan, di mana individu merasa perlu untuk membeli barang atau menggunakan layanan yang sebenarnya tidak dibutuhkan. Ini bisa berujung pada pemborosan waktu, uang, dan sumber daya lainnya. Selain itu, ada kemungkinan bahwa terlalu banyak mengikuti tren membuat orang atau bisnis melupakan kualitas. Hal ini dapat mengalihkan perhatian dari tujuan jangka panjang atau pengembangan keterampilan dan produk yang lebih baik. Rahmayanti (2024) menyebutkan bahwa tren gaya hidup masa kini telah mengadopsi nilai-nilai yang memberikan pengaruh besar pada berbagai aspek kehidupan.

Oleh karena itu, penting untuk bijaksana dalam mengikuti tren, dengan memastikan bahwa keputusan yang diambil tetap selaras dengan nilai-nilai pribadi atau tujuan yang lebih besar. Solusi untuk mengatasi dampak negatif dari mengikuti tren yang berkembang di era kekinian terletak pada keseimbangan dan pemahaman yang mendalam mengenai apa yang benar-benar bermanfaat bagi individu atau bisnis. Pertama, penting untuk memiliki kesadaran diri dan tujuan yang jelas. Menentukan tujuan pribadi atau tujuan bisnis yang sesuai dengan nilai dan visi jangka panjang akan membantu seseorang atau suatu perusahaan untuk memilih tren yang relevan dan mendukung pencapaian tujuan tersebut. Dengan begitu, mereka tidak akan terjebak dalam tren yang tidak sejalan dengan kebutuhan atau nilai mereka, serta dapat menjaga keseimbangan antara mengikuti tren dan tetap menjaga identitas atau kualitas yang dimiliki.

Strategi sukses menggunakan media sederhana yang trendy di era kekinian dapat membantu individu dan bisnis untuk tetap relevan dan berkompetisi di pasar yang semakin dinamis. Maryono dan Herawati (2022) menjelaskan bahwa strategi pemasaran yang efektif sangat berperan dalam meningkatkan penjualan produk. Dalam konteks ini, media sederhana merujuk pada alat komunikasi yang mudah diakses dan digunakan, seperti media sosial dan aplikasi berbasis web. Menggunakan media yang sederhana namun efektif dapat mempermudah proses promosi, memperluas jangkauan audiens, dan meningkatkan interaksi dengan konsumen. Di era kekinian, tren media sosial dan platform digital lainnya berkembang dengan cepat, menjadikannya sarana yang sangat efektif untuk pemasaran dan branding. Oleh karena itu, penting bagi setiap individu atau bisnis untuk memahami dan mengadaptasi strategi yang tepat dalam menggunakan media sederhana ini. Salah satu kunci suksesnya adalah konsistensi dalam menyampaikan pesan, kreativitas dalam konten yang disajikan, serta pemanfaatan fitur-fitur yang ditawarkan oleh platform tersebut untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

Selain itu, pendekatan yang personal dan interaktif juga menjadi penting. Dengan memanfaatkan media sosial, bisnis dapat lebih dekat dengan konsumen dan menciptakan hubungan yang lebih erat, baik dalam bentuk komunikasi langsung, respon cepat terhadap pertanyaan, maupun mengundang audiens untuk berpartisipasi dalam konten yang dihasilkan. Strategi ini bukan hanya untuk meningkatkan penjualan, tetapi juga untuk membangun kepercayaan dan loyalitas audiens. Naraiswari et al. (2024) menjelaskan bahwa branding yang efektif melalui media digital sangat penting dalam membangun identitas yang kuat bagi suatu entitas. Namun, penting untuk tetap mengikuti tren dan perkembangan teknologi agar tidak

tertinggal. Mengamati perubahan-perubahan dalam preferensi konsumen dan penyesuaian algoritma platform akan sangat membantu dalam menjaga eksistensi dan relevansi dalam pasar yang sangat kompetitif ini. Dengan mengkombinasikan kreativitas dan kecerdasan dalam memanfaatkan media sederhana yang trendy, bisnis dapat meraih kesuksesan yang berkelanjutan di era digital.

Melihat perkembangan pesat penggunaan media sosial dan perangkat teknologi, penulis dan tim pengabdian menyadari bahwa masih banyak individu, terutama pelaku usaha kecil dan menengah, yang belum sepenuhnya memahami potensi media sederhana yang ada. Amri dan Safitri (2023) mengungkapkan bahwa penerapan strategi pemasaran melalui media sosial dapat menjadi alat yang efektif bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan. Selain itu, banyak yang merasa kesulitan untuk memanfaatkan teknologi dengan efektif karena keterbatasan pengetahuan dan sumber daya. Oleh karena itu, mereka merancang webinar ini untuk memberikan wawasan praktis tentang bagaimana memanfaatkan media sederhana yang trendy sebagai alat untuk meningkatkan bisnis dan komunikasi di era kekinian. Dengan tujuan untuk membantu peserta mengoptimalkan potensi media sosial, webinar ini juga diharapkan dapat memberi solusi bagi mereka yang ingin memperluas jangkauan pasar, membangun brand, atau sekadar mengasah keterampilan digital mereka. Tim pengabdian berkomitmen untuk berbagi pengetahuan yang bermanfaat sehingga peserta dapat mengaplikasikan strategi yang tepat dalam mengembangkan usaha mereka.

Selain itu, penting untuk bijak dalam mengelola waktu dan sumber daya. Mengikuti tren memang bisa memberikan keuntungan, tetapi harus disertai dengan pemikiran yang matang tentang bagaimana itu dapat memberikan nilai tambah. Bagi bisnis, ini berarti memprioritaskan tren yang dapat meningkatkan kualitas produk atau layanan, bukan hanya sekadar mengikuti apa yang sedang populer. Untuk individu, ini bisa berarti menilai kembali apakah tren yang diikuti benar-benar mendukung pengembangan diri atau hanya sekadar untuk tampil mengikuti arus. Pendidikan dan pelatihan juga dapat menjadi solusi yang efektif. Memberikan pemahaman yang lebih dalam mengenai tren yang berkembang, serta cara mengelola ekspektasi sosial, dapat membantu individu untuk membuat keputusan yang lebih bijak. Webinar, workshop, atau seminar tentang pemanfaatan tren dengan cara yang sehat dapat meningkatkan kesadaran tentang dampak negatif dan positifnya, serta memberi solusi bagaimana cara memanfaatkan tren secara bijak dan efektif. Hidayanti et al. (2022) menyatakan bahwa sosialisasi mengenai strategi pemasaran produk dapat memberikan manfaat signifikan bagi pelaku usaha lokal.

Terakhir, penting untuk tidak hanya fokus pada tren jangka pendek, tetapi juga menekankan pentingnya inovasi dan kreativitas. Rasyid et al. (2024) menyatakan bahwa penggunaan bahasa yang kreatif dan sesuai dengan tren saat ini dapat memperkuat strategi pemasaran dan meningkatkan daya saing bisnis. Menggabungkan inovasi dengan tren yang ada bisa menjadi cara untuk menciptakan sesuatu yang unik dan orisinal, yang tidak hanya mengikuti arus tetapi juga menawarkan nilai lebih bagi audiens atau pasar yang dituju. Dengan pendekatan yang bijaksana, keseimbangan antara mengikuti tren dan tetap berpegang pada nilai dan tujuan pribadi atau bisnis, dampak negatif dapat diminimalkan, dan manfaat positifnya dapat dirasakan secara maksimal.



Gambar 1,2. Proses Pelaksanaan Webinar

Kesimpulan

Kesimpulan dari hasil webinar yang telah dilakukan menunjukkan bahwa kegiatan ini berhasil memberikan wawasan dan pemahaman yang lebih dalam kepada peserta mengenai strategi sukses menggunakan media sederhana yang trendy di era kekinian. Melalui materi yang disampaikan, peserta mendapatkan pemahaman tentang bagaimana memanfaatkan media sederhana yang ada untuk mencapai tujuan pribadi atau bisnis secara efektif dan efisien. Selain itu, webinar ini juga memberikan solusi bagi peserta yang sebelumnya belum memahami cara memanfaatkan tren dengan bijak, serta pentingnya menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi dan media sosial yang terus berkembang. Dengan demikian, peserta diharapkan dapat lebih percaya diri dalam mengelola dan menggunakan media sosial serta media sederhana lainnya sebagai alat untuk memperluas jangkauan, meningkatkan visibilitas, dan menciptakan peluang baru dalam bisnis maupun kehidupan pribadi mereka.

Harapan penulis dan tim pengabdian setelah pelaksanaan webinar ini adalah agar peserta dapat menerapkan strategi yang telah dipelajari untuk memanfaatkan media sederhana yang trendy dengan bijak dan efektif. Kami berharap peserta dapat lebih percaya diri dalam

menggunakan berbagai platform media untuk mencapai tujuan mereka, baik dalam konteks pribadi maupun profesional. Selain itu, kami juga berharap materi yang disampaikan dapat memberikan inspirasi baru bagi peserta dalam berinovasi dan menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi dan tren yang ada. Kami berharap bahwa webinar ini bukan hanya memberikan pengetahuan praktis, tetapi juga dapat membuka wawasan peserta tentang pentingnya adaptasi terhadap perubahan zaman dan memanfaatkan media secara optimal untuk meraih kesuksesan. Dengan bekal pengetahuan yang mereka peroleh, kami berharap peserta dapat mengimplementasikan apa yang telah dipelajari dalam kehidupan sehari-hari, baik dalam pengembangan bisnis, karier, maupun untuk kepentingan sosial dan komunitas.

Secara keseluruhan, dampak positif dari webinar ini terlihat dalam peningkatan keterampilan peserta dalam menggunakan media secara tepat guna, serta pemahaman tentang cara menjaga keseimbangan antara mengikuti tren dan tetap mempertahankan nilai dan tujuan yang lebih besar. Dengan pemahaman yang lebih matang, peserta diharapkan dapat mengoptimalkan potensi media sederhana dalam mencapai kesuksesan yang berkelanjutan. Penulis dan tim pengabdian berharap bahwa webinar ini dapat memberikan dampak positif yang berkelanjutan, membantu peserta dalam menghadapi tantangan di era digital, dan mendorong mereka untuk terus berkembang dengan memanfaatkan media sederhana dan trendy secara maksimal.

Referensi

- Amri, S., & Safitri, D. (2023). Penerapan Strategi Pemasaran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Melalui Media Sosial Pada Pelaku Home Industry Tempe. *GERVASI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 7(1), 38–46. <https://doi.org/10.31571/gervasi.v7i1.4325>
- Fauzi Fahmi, Nirwana Anas, Rahmi Wardah Ningsih, Rabiatul Khairiah, & Winarli Hendi Permana. (2021). Pemanfaatan Media Pembelajaran Sederhana Sebagai Sumber Belajar: Use Of Simple Learning Media as A Source of Learning. *Decode: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi*, 1(2), 57–63. <https://doi.org/10.51454/decode.v1i2.17>
- Nurhayaty, E., Pramularso, E. Y., Marginingsih, R., & Susilowati, I. H. (2022). Pelatihan membuat media promosi sederhana dengan aplikasi Canva di Yayasan Desa Hijau. *Jurnal Abdimas BSI*, 5(1). <https://doi.org/10.31294/jabdimas.v5i1.10522>
- Hidayanti, A. A., Mandalika, E. N. D., Setiawan, R. N. S., Septiadi, D., Nursan, M., Fadli, Wardah, S. and Zulkarnaen (2022) "Sosialisasi Pembuatan Laporan Keuangan Sederhana Serta Pemasaran Produk Kerajinan di Desa Dasan Tapen Kecamatan Gerung Lombok Barat", *Jurnal Aplikasi dan Inovasi Iptek*, 4(1), pp. 34-39. doi: 10.52232/jasintek.v4i1.97.
- Naraiswari, A. A. S. N. D., Putra, I. K. A. M., & Putra, I. W. D. (2024). PERANCANGAN BRANDING MEDIA DIGITAL DISCOVER DENPASAR SEBAGAI PUSAT INFORMASI PARIWISATA KOTA DENPASAR. *Jurnal Selaras Rupa*, 5(1), 57–65. Retrieved from <https://jurnal.idbbali.ac.id/index.php/selarasrupa/article/view/1078>
- Maryono, D., & Herawati, S. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Produk Nibra's Dalam Meningkatkan Penjualan Survey pada Nibra's House Kabupaten Bandung. *Prosiding FRIMA (Festival Riset Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi)*, (4), 495-506. <https://doi.org/10.55916/frima.v0i4.418>

- Prakasita, F. P., Prabowo, D. P., & Setiawan, A. (2024). Logo design as a visual identity for the Semarang "OLSEN" coffee shop. *Jurnal Ilmu Komputer dan Desain Komunikasi Visual*, 9(2). <https://doi.org/10.55732/jikdiskomvis.v9i2.1462>
- Rahmayanti, S. (2024). Halal dalam arus gaya hidup masa kini: Antara tren kekinian dan nilai islami. *Equality: Journal of Islamic Law (EJIL)*, 2(2). <https://doi.org/10.15575/ejil.v2i2.542>
- Raihan, M., Nasution, M. I. P., & Sundari, S. S. A. (2022). Pengembangan UMKM melalui media sosial. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 2(1). <https://doi.org/10.57218/jueb.v2i1.458>
- Rasyid, F. Q. A., Femilia, D. E., Wahyuni, A. Y., Ainayah, A. P., Ubaidillah, U., & Nurhayati, E. (2024). Transformasi Bahasa Dalam Perkembangan Bisnis Kedai Kopi Kekinian di Surabaya Pada Era Digital. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 8(2), 20815–20826. Retrieved from <http://jptam.org/index.php/jptam/article/view/15660>
- Reza, M. W. A., & Anggalih, N. N. (2023). PERANCANGAN FOTOGRAFI SEBAGAI MEDIA PROMOSI DIGITAL BRAND LOKAL CUTOFF. *BARIK - Jurnal S1 Desain Komunikasi Visual*, 4(3), 259–267. Retrieved from <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/article/view/51478>
- Siyamto, Y., Wijayanti, I. D. S., Subiyantoro, A., Suliantoro, S., & Subandi, S. (2024). Pengenalan digital marketing dalam meningkatkan bisnis usaha mikro. *Penamas: Journal of Community Service*, 4(1), 178–186. <https://doi.org/10.53088/penamas.v4i1.888>
- WINEDAR, M., et al. (2024). Penguatan pemasaran online, inovasi produk, dan penerapan akuntansi sederhana pada bisnis kuliner Depot Ceria Gresik. *Jurnal ABM Mengabdikan*, 9(2), 88–97. <https://doi.org/10.31966/jam.v9i2.1118>.
- Z, M., Zainuddin, M., & Saputra, M. (2022). STRATEGI PEMASARAN UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PADA USAHA UMKM SEDERHANA. *Sultra Journal of Economic and Business*, 3(2), 132-149. <https://doi.org/10.54297/sjeb.Vol3.Iss2.338>
- Zein, A. (2023). Analisis strategi digital marketing via media online. *Engineering and Technology International Journal (EATIJ)*, 5(02). <https://doi.org/10.55642/eatij.v5i02.419>