

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA BELANJA DAN USAHA
ONLINE BAGI WKRI GEREJA GYB SURABAYA**

Yuli Nugraheni¹

Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
yulinugraheni@ukwms.ac.id

Maria Yuliasuti²

Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
maria_yuliasuti@ukwms.ac.id

Akshaniyah³

Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
akhsaniyah@ukwms.ac.id

Angela Evania⁴

Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
communsci.angela.e.19@ukwms.ac.id

Alexandra Mevelyn⁵

Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
communsci.alexandea.m.19@ukwms.ac.id

Benedicta Hana⁶

Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
communsci.bernadeta.h.20@ukwms.ac.id

ABSTRAK

Munculnya Pandemi Covid-19 membuat anggota Wanita Katolik Republik Indonesia (WKRI) Cabang Gereja Katolik Gembala Yang Baik (GYB) Surabaya harus menyesuaikan diri untuk melaksanakan kebiasaan baru. Termasuk kebiasaan berbelanja dan menjalankan usaha yang dimiliki para ibu anggota WKRI. Namun, dikarenakan keterbatasan pengetahuan akan kemampuan untuk memahami cara berbelanja secara online dan membuat konten media online yang menarik sebagai sarana usaha promosi online, maka pihak WKRI Cabang Gereja Katolik Gembala Yang Baik Surabaya sangat membutuhkan bantuan untuk dapat memproduksi konten. Berangkat dari kebutuhan tersebut, maka tim pengabdian masyarakat Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya memberikan pelatihan bagi pihak WKRI Cabang Gereja Katolik Gembala Yang Baik Surabaya. Metode pelatihan yang diberikan melalui pendampingan pemanfaatan aplikasi belanja online dan pembuatan konten yang menarik meliputi pembuatan headline, foto dan video sebagai materi promosi online. Dengan kemampuan berbelanja online maka akan dapat menghemat waktu, tenaga dan biaya. Serta kemampuan membuat headline, foto dan video yang bagus bisa dijadikan sarana promosi online untuk meningkatkan usaha Ibu Ibu Anggota WKRI. Setelah pelatihan ibu ibu mampu menggunakan aplikasi belanja online dan membuat konten promosi yang menarik di media social berupa headline, foto dan video. Tim Abdimas menyarankan agar dilakukan riset berbasis hasil abdimas ini untuk meneliti tingkat pengetahuan, sikap, dan preferensi Ibu Ibu Anggota WKRI terhadap pemilihan informasi dan pilihan media social.

Kata Kunci : media sosial , WKRI , konten

ABSTRACT

The emergence of the Covid-19 pandemic has forced members of the Catholic Women of the Republic of Indonesia (WKRI) Surabaya Branch of the Good Shepherd Catholic Church (GYB) to adjust to implementing new habits. However, due to limited knowledge of the ability to understand how to shop online and create interesting online media content as a means of online promotion, the WKRI Branch of the Good Shepherd Catholic Church Surabaya is very need help producing content. Departing from this need, the community service team of the Widya Mandala Catholic University Communication Studies Program provided training for the WKRI Branch of the Good Shepherd Catholic Church Surabaya. The training method provided is through mentoring the use of online shopping applications and creating interesting content, including making headlines, photos and videos as online promotional materials. With the ability to shop online, you will be able to save time, energy and costs. And the ability to make good headlines, photos and videos can be used as a means of online promotion to increase the business of WKRI members. After the training, mothers are able to use online shopping applications and create interesting promotional content on social media in the form of headlines, photos and videos. The Abdimas team suggested that research based on the results of this abdimas be carried out to examine the level of knowledge, attitudes, and preferences of WKRI members regarding the selection of information and social media choices.

Keywords: *social media, WKRI, content*

1. PENDAHULUAN

Program Pengabdian kepada Masyarakat merupakan dharma ketiga dari Tri Darma perguruan tinggi yang mempunyai tujuan untuk memberikan manfaat dari ilmu pengetahuan dan teknologi yang dikembangkan di Perguruan Tinggi kepada masyarakat luas untuk meningkatkan kualitas kehidupannya. Beragam penelitian yang dihasilkan harus dapat diterapkan untuk masyarakat.

Paroki Gembala Yang Baik (GYB) telah berdiri sejak tahun 1982 dan pada tahun 2022 ini akan genap berusia 40 tahun. Pada usia tersebut, tentunya Paroki GYB telah melewati banyak tantangan dalam melayani umatnya. Visi dan misi Paroki GYB sendiri adalah keberakaran iman dan signifikansi kekatolikan (Putroadi et al., 2007). Berdasarkan visi misi tersebutlah yang selama ini menjadi panutan Paroki GYB dalam melayani berbagai kegiatan pelayanan Sakramen ataupun pelayanan Non Sakramental-Sakramentalia (Kaha & Gregorius, 2019).

GYB sebagai paroki yang melayani umat Katolik memiliki banyak kelompok kategorial dan organisasi pendukung aktifitas bagi kemasyarakatan gereja diantaranya OMK (Orang Muda Katolik), Rekat (Remaja Katolik), BIAK (Bina Iman Anak) dan masih banyak lagi. Salah satu organisasi yang khusus mewadahi kaum perempuan adalah WKRI (Wanita Katolik Republik Indonesia)

Kegiatan pengabdian masyarakat ini mengambil sasaran anggota Wanita Katolik Republik Indonesia (WKRI) cabang Gembala Yang Baik Surabaya. WKRI adalah organisasi kategorial gereja Katolik Indonesia, yang berpusat di Jakarta dan mempunyai cabang diseluruh paroki di Indonesia. WKRI cabang Gembala yang Baik terdiri dari 4 ranting yaitu Ranting

Yohanes, Ranting Matias, Ranting Tadeus dan Ranting Thomas. Wilayahnya tersebar di area Jln. Jemur Aandayani Surabaya. WKRI cabang Gembala Yang Baik biasanya melakukan pertemuan secara rutin pada hari Kamis minggu pertama setiap bulan.

Sasaran kegiatan ini yaitu para ibu yang tergabung dan menjadi anggota serta pengurus di Organisasi Wanita Katolik Republik Indonesia. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara singkat dengan beberapa ibu anggota WKRI Ranting Yohanes diketahui bahwa permasalahan utama diantara mereka adalah tidak pahami penguasaan mereka terhadap media social yang ada saat ini diantaranya pemanfaatan WhatsApp beserta fitur-fiturnya. Terlebih bagaimana cara membuat dan mengelola akun bisnis *WhatsApp* untuk dimanfaatkan sebagai sarana usaha online. Selain itu juga ketrampilan untuk memanfaatkan aplikasi belanja online yang ada guna menghemat waktu, tenaga dan biaya. (Wawancara Susy Yudhoyono, Ketua WKRI Cabang Gembala Yang Baik, Sabtu 13 Januari 2022). Tempat kegiatan diselenggarakan di Gedung Karya Pastoral Lantai 2 Gereja Gembala Yang Baik Jl. Jemur Andayani X/14 Surabaya 60236. Waktu persiapan pada bulan Maret dan April dan pelaksanaan pada Minggu 29 Mei 2022.

Pengabdian masyarakat kali ini berkaitan dengan penggunaan media massa. Media massa adalah alat-alat dalam komunikasi yang bisa menyebarkan pesan secara serempak, cepat kepada audiens yang luas, dan heterogen (Nurudin, 2014). Bersumber dari Denis McQuail (Morissan, 2014), media massa memiliki sifat atau karakteristik yang mampu menjangkau massa dalam jumlah besar dan luas, bersifat publik, dan mampu memberikan popularitas kepada siapa saja yang muncul di media massa.

Saat ini masyarakat sudah melek media dan informasi bahkan pilihan terhadap jenis informasi dan jenis media sudah jamak dilakukan. Preferensi media yang dilakukan oleh audiens mempunyai unsur sikap selektif. Bentuk proses selektif meliputi proses selective exposure, selective attention, dan selective retention (Severin & Tankard, 2005). Media massa yang berkembang pesat saat ini adalah media social. Media sosial memiliki kekuatan pada user-generated content (UGC), dimana konten dihasilkan oleh pengguna, bukan editor layaknya institusi media massa (Nasrullah, 2017). Internet sebagai media sosial memiliki berbagai kelebihan dalam penggunaannya (Cangara, 2017) antara lain: interaktif, bersifat global, sebagai ruang publik yang terbuka, menghasilkan jejaring pertemanan, menciptakan jejaring sosial, mampu memproduksi dan mendistribusi informasi. Media sosial memberi fitur bagi penggunaannya untuk berbagi informasi dalam bentuk teks, gambar, suara, dan video kepada satu sama lain (Kotler & Keller, 2012). Berdasarkan jenis *platform*, media sosial dibagi menjadi tiga jenis *online communities and forum*, *blog*, dan *social network*. Lebih lanjut dijelaskan mengenai platform online communities and forum, konsumen atau sekelompok orang dapat berkomunikasi antar satu sama lain melalui posting, instant messaging, dan chat mengenai ketertarikan yang sama pada suatu hal tertentu. *Platform* ini dibatasi pada *instant messaging* dan *chatting* (Kotler & Keller, 2012). Dalam survey yang dilaksanakan oleh dailysocial.id pada tahun 2017 mengenai instant messaging, yang termasuk ke dalam *online communities and forum* adalah *WhatsApp*, *Line*, *Blackberry Enterprise*, *Facebook Messenger*, dan *Telegram*.

Secara khusus dijelaskan mengenai WhatsApp. Pengguna WhatsApp dapat mengirim atau menambahkan foto dengan

memilih menu Gallery atau Camera, mengirim pesan suara dengan fitur Audio, mengirimkan lokasi atau koordinat peta melalui menu Share Location, maupun mengirim file dokumen dalam berbagai format dengan memilih menu Document (Jumiatmoko, 2016). Selain itu fitur copy, delete (hapus), atau forward pesan kepada pengguna lain dapat digunakan untuk berbagi gambar maupun pesan dengan mudah dengan memilih menu chat. Whatsapp sebagai platform yang mempermudah penggunaannya untuk berbagai pesan menyediakan layanan percakapan kelompok atau Group Discussion yang mampu menampung hingga 256 peserta (Trisnani, 2017).

Selain whatApp personal terdapat aplikasi WhatsApp bisnis yang dilengkapi beberapa fitur atau tools untuk memudahkan proses penjualan. Banyak fitur yang bisa dimanfaatkan dalam whatapp bisnis. Penggunaan foto, video dan juga copy writing atau headline menjadi penting. (Huang & Blenda, 2020). Dari latar belakang tersebut, maka rumusan masalah pada masyarakat mitra dalam pengabdian masyarakat ini adalah Perlunya pemahaman mengenai pengelolaan media social sebagai sarana belanja dan usaha online bagi anggota WKRI. Anggota WKRI merupakan individu yang utama yang harus mampu mengelola dan memanfaatkan media social untuk sarana usaha online organisasi Para anggota WKRI menghadapi masalah dalam memproduksi dan mengelola konten akun media social.

Keterbatasan kemampuan dan pengetahuan dalam mengelola konten media sosial inilah yang menjadi kesulitan tersendiri. Munculnya Pandemi Covid-19 ini membuat pihak WKRI Cabang Gereja Katolik Gembala Yang Baik Surabaya mau tidak mau harus menyesuaikan diri untuk melaksanakan kebiasaan baru. Kegiatan

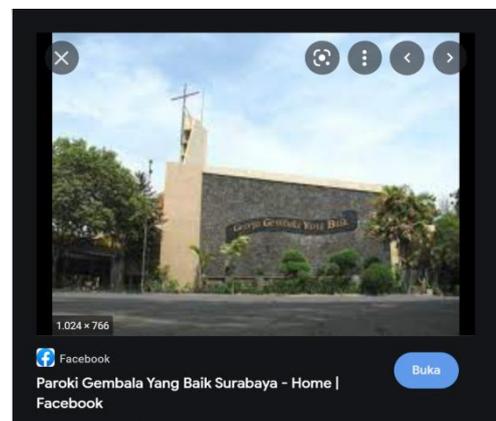
berorganisasi harus dilaksanakan secara online. Namun, dikarenakan keterbatasan pengetahuan akan kemampuan untuk memanfaatkan media online sebagai sarana untuk mempermudah kegiatan belanja dan menunjang usaha serta bagaimana membuat tampilan yang menarik di media sosial baik, maka pihak WKRI Cabang Gereja Katolik Gembala Yang Baik Surabaya sangat membutuhkan bantuan untuk dapat membuat konten menarik.

Hal tersebut juga diperkuat oleh pernyataan yang disampaikan oleh Ibu Susi Yudhoyono selaku Ketua WKRI Cabang Gembala Yang Baik Surabaya “Secara teknis kami belum mampu membuat dan mengelola media social, kami masih sangat minim pengetahuan untuk mengelola konten media sosial itu sendiri. Kami kurang paham dan membutuhkan semacam pelatihan atau pendampingan,” jelasnya. Berangkat dari kebutuhan tersebut, maka kami tim pengabdian memberikan pelatihan dan pendampingan bagi pihak WKRI Cabang Gereja Katolik Gembala Yang Baik Surabaya supaya lebih maksimal lagi dalam mengelola media sosial. Disinilah tim pengabdian bertindak sebagai pihak yang membantu gereja menyiapkan dan memproduksi sarana komunikasi tersebut. Sedangkan pihak WKRI Cabang Gereja Katolik Gembala Yang Baik Surabaya bertindak sebagai mitra. Tim abdimas memberi solusi dengan melaksanakan aktifitas pelatihan dan produksi sarana komunikasi berupa pembuatan akun dan pembuatan konten media social yang diantaranya bisa digunakan untuk menunjang aktifitas usaha online yang dimiliki oleh Ibu Ibu WKRI. Media social seperti ini bisa menjadi sarana usaha yang efektif dari WKRI Cabang Gereja Katolik Gembala Yang Baik Surabaya.

Perencanaan dan produksi konten media social ini juga melibatkan pengurus

dan anggota WKRI Cabang Gereja Katolik Gembala Yang Baik Surabaya, sehingga aktifitas ini bersifat partisipatif sehingga bisa melahirkan rasa ikut memiliki sekaligus menjadi sarana berkomunikasi antara pengurus WKRI Cabang Gereja Katolik Gembala Yang Baik Surabaya dengan anggotanya. Dengan demikian aktifitas ini sekaligus menjadi salah satu jalan keluar dari masalah internal yang disebutkan di atas yaitu yang terkait peningkatan hubungan dan komunikasi WKRI Cabang Gereja Katolik Gembala Yang Baik Surabaya.

Gereja Gembala Yang Baik Surabaya
(Sekretariat WKRI)



Sumber : Facebook Gereja Gembala
Yang Baik Surabaya

2. METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan program pengabdian masyarakat dilakukan selama 3 bulan dari sejak Bulan April hingga Bulan Juni. Mulai tahap persiapan hingga evaluasi kegiatan. Secara umum terdiri dari tahapan melakukan survey dan observasi di lokasi yaitu di Gereja Gembala Yang Baik Surabaya di jalan Jemur Andayani X. Kemudian dilanjutkan dengan rapat

persiapan internal tim abdimas Prodi Ilmu Komunikasi UKWMS dengan melibatkan 3 dosen dan 3 mahasiswa. Para dosen bertugas untuk menyiapkan materi pelatihan sementara para mahasiswa menyiapkan semua perlengkapan teknis yang dibutuhkan pada saat pelaksanaan. Serta rapat persiapan dengan mitra yaitu WKRI Cabang Gereja Katolik Gembala Yang Baik Surabaya. Kemudian dilanjutkan dengan persiapan pembuatan materi untuk pelatihan.

Materi pelatihan meliputi materi pertama : pemanfaatan aplikasi belanja online dan materi kedua : pembuatan foto dan video yang menarik untuk sarana usaha online yang dipasarkan melalui media social. Tahap akhir adalah evaluasi kegiatan dengan menyebarkan kuesioner kepada para peserta untuk menilai rangkaian kegiatan secara keseluruhan. Tahapan selanjutnya akan dilakukan monitoring secara berkala. Berikut detail tahapan pelaksanaannya

Persiapan. Dilaksanakan rapat persiapan kegiatan antara Tim Abdimas Fikom UKWMS dengan WKRI Ranting Yohanes Gereja Gembala Yang Baik Surabaya. Rapat persiapan dilakukan secara luring untuk mempersiapkan seluruh rangkaian kegiatan. Dilaksanakan 3 kali rapat persiapan sebelum kegiatan dilaksanakan.

Rapat pertama untuk persiapan awal tim, rapat ini bersifat internal bagi anggota Tim Abdimas FIKOM UKWMS. Rapat ini juga bersifat untuk menyiapkan seluruh materi abdimas. Rapat ini diselenggarakan di Ruang Baca Fikom UKWMS. Rapat kedua untuk persiapan pelaksanaan dengan melibatkan mahasiswa sebagai pendamping kegiatan, rapat ini bersifat internal bagi anggota Tim Abdimas FIKOM UKWMS. Rapat ini diselenggarakan di Kompas Corner

Fikom UKWMS Rapat ketiga diselenggarakan bersama dengan Tim WKRI Cabang Cabang Gereja Katolik Gembala Yang Baik Surabaya, untuk persiapan akhir kegiatan.



Rapat bersama WKRI Ranting Yohanes Gereja Genla Yang Baik Surabaya

Pelatihan

Pelatihan diselenggarakan selama 2 kali untuk masing masing materi berkaitan dengan kegunaan media social. Pertama pemanfaatan media social untuk mempermudah aktivitas berbelanja Ibu ibu WKRI Cabang Gereja gembala Yang Baik Surabaya secara online. Dalam pelatihan ini dikenalkan beberapa aplikasi belanja online seperti shoope dan sayur box. Dalam pelatihan ini diajarkan bagaimana cara mengunduh aplikasi dan menggunakannya disertai video singkat untuk panduan. Kedua pemanfaatan media online untuk usaha online yang dimiliki Ibu ibu WKRI Cabang Gereja gembala Yang Baik Surabaya. Pelatihan ini mengajarkan peserta untuk membuat foto, video serta headline yang bagus dan menarik untuk diposting di media social untuk menunjang promosi dan usaha online yang dimiliki. Pelatihan ini

membahas penggunaan whatapp bisnis yang memudahkan pengguna karena memisahkan dengan chat pribadi dan lebih bersifat profesional. Pemilik akun dapat menambahkan profil bisnisnya mulai dari produk, layanan, harga, deskripsi. Terdapat menu katalog, greetings, quick reply broadcast, story yang bisa dimanfaatkan untuk promosi online. Pada sesi ini juga dilatih membuat foto dan video promosi yang menarik dengan dasar pertimbangan bagaimana target audience, jenis konten dan trend menjadi pedoman. Juga cara membuat copywriting untuk promosi serta teknis pembuatan headline untuk promosi.

Pelatihan diselenggarakan hari minggu 29 Mei 2022 yang diikuti oleh WKRI Cabang Gereja Katolik Gembala Yang Baik Surabaya. Seluruh narasumber pelatihan adalah dosen dan mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi UKWMS.



Peserta dan pemateri Abdimas

Pendampingan. Setelah selesai dilaksanakan pelatihan maka Tim WKRI Cabang Gereja Katolik Gembala Yang Baik Surabaya akan mempraktekkan pembuatan konten dengan pendampingan dari Tim Abdimas FIKOM UKWMS. Seluruh pendamping adalah dosen dan mahasiswa FIKOM UKWMS

Evaluasi. Evaluasi kegiatan dilaksanakan secara berkala setiap bulan oleh Tim Abdimas FIKOM UKWMS dengan mengevaluasi dan berdiskusi secara daring dan luring mengenai hasil foto, video dan headline yang dihasilkan dan diunggah untuk menunjang promosi dan usaha online yang dimiliki oleh Ibu ibu WKRI Ranting Yohanes Gereja Katolik Gembala Yang Baik Surabaya. Evaluasi biasanya dilaksanakan bersamaan dengan pertemuan bulanan rutin WKRI.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil yang diperoleh berupa dampak ekonomi yaitu peningkatan ketrampilan Ibu ibu WKRI Cabang Gereja Gembala Yang Baik Surabaya dalam membuat tampilan yang bagus di media online *whatsapp business*. Dari peningkatan ketrampilan ini maka tampilan promosi online ini sekaligus juga meningkatkan penjualan dari usaha-usaha yang dimiliki. Semakin menarik tampilannya, semakin luas jangkauannya dan semakin banyak konsumennya sehingga produksi barang meningkat dan keuntungan bertambah. Penelitian tentang Whattapp sebagai bentuk media komunikasi pernah dilakukan oleh Aulianto dengan judul *Whatapp Sebagai Media Komunikasi Studi Fenomenologi Motif Pengaturan Privasi Chatting Pengguna Whatsapp dalam Komunikasi Antarpribadi* (Aulianto, 2019)

Tampilan berupa foto dan video serta narasi sebagai konten dari media social sangat penting untuk sarana promosi dan usaha online maka tampilan promosi usaha ini akan menjadi jauh lebih menarik. Tampilan promosi online yang menarik diharapkan mampu menarik minat konsumen lebih banyak, baik secara jumlah maupun jangkauan. Maka penjualan akan

meningkat dan berdampak pada penambahan pendapatan.

Penelitian dan pengabdian sejenis yang ditulis dalam jurnal pernah dilakukan oleh Hendriyani dengan judul Analisis Penggunaan WhatappBusiness Untuk Meningkatkan Penjualan dan Kedekatan Dengan Pelanggan di PT Saung Angklung Udjo (Hendriyani et al., 2020). Abdullah dengan judul Memanfaatkan Whatapp Business Sebagai sarana Penunjang Digital Marketing UMKM Di Tengah Pandemi Covid 19 di Kelurahan Tanjung Duren (Abdullah & Fathihani, 2021). Astria dengan judul Pemanfaatan Aplikasi Whatapp Bisnis Dalam Strategi Pemasaran Online Untuk meningkatkan Jumlah Penjualan (Astria & Santi, 2021). Juga artikel tentang Whatapp Business Sebagai Alat Bantu Pedagang Pasar Tradisional Pada Era New Normal di Kota Yogyakarta. (Nurastuti, 2021)

Lebih lanjut para peserta abdimas WKRI dilatih untuk mampu mengoptimalkan *WhatsApp business* dengan memperhatikan beberapa hal yaitu target sasaran yaitu kesesuaian produk dengan calon konsumen, jenis konten yang disukai oleh calon konsumen dan mengikuti trend yang ada saat ini.

Pelatihan ini juga melatih peserta untuk bisa menghasilkan foto yang menarik untuk promosi produk dengan memperhatikan beberapa hal berikut ini menggunakan resolusi maksimal, menghindari menggunakan fitur Zoom, menggunakan background polos, menggunakan pencahayaan yang baik, mempercantik dengan aplikasi edit foto contohnya Canva dan Picsart

Selain itu juga melatih peserta untuk membuat video promosi yang menarik dengan memperhatikan beberapa hal berikut ini menentukan konsep dan isi pesan dalam video, Video dan audio harus jelas, komponen dalam video harus pas, pencahayaan yang baik, menggunakan

aplikasi edit video onth: Tiktok, KineMaster, Inshot

Dalam beberapa jurnal berikut ini juga membahas hal yang sama mengenai pemanfaatan media online whatsapp diantaranya artikel dengan judul Edukasi Penggunaan Dan Manfaat Whatsapp Business Terhadap Meningkatkan Penjualan Umkm Rumah Kesadaran Dan IPEMI (Latifah et al., 2022). Artikel sejenis berjudul Sosialisasi Penggunaan WA Business Kepada Pelaku UMKM di Balikpapan (Jamil et al., 2021) dan artikel dengan judul Whatapp Media Komunikasi Efektif Masa Kini (Studi Kasus Pada Layanan Jasa Informasi Ilmiah di Kawasan Puspiptek (Rahartri, 2019)

Kontribusi mitra sangat baik. Mitra dalam hal ini Tim WKRI Cabang Gereja Katolik Gembala Yang Baik Surabaya berpartisipasi penuh dalam pelaksanaan Abdimas dengan melibatkan seluruh anggota WKRI Cabang Gereja Katolik Gembala Yang Baik Surabaya untuk terlibat dalam pelatihan. Selain itu mitra juga memberikan kontribusi dengan cara menyediakan sarana dan prasarana pelatihan meliputi peminjaman tempat kegiatan (berupa gedung pertemuan) serta penyediaan semua alat pelatihan (LCD, screen, listrik, meja, kursi, dll). Hasil program menunjukkan ketrampilan mitra meningkat dalam penguasaan media social untuk promosi produk. Evaluasi yang berupa pendampingan jika ada hal yang memerlukan diskusi dilaksanakan setiap bulan bersamaan dengan pertemuan rutin WKRI Ranting.

4. SIMPULAN

Kegiatan pengabdian masyarakat untuk meningkatkan pemanfaatan penggunaan media social sebagai sarana untuk mempermudah belanja online dan menunjang aktifitas usaha online Ibu ibu

WKRI Cabang Gereja Gembala Yang Baik Surabaya berjalan dengan lancar dan sesuai rencana. Berdasarkan hasil kuesioner evaluasi pelaksanaan rata-rata peserta menjawab bahwa materi yang disampaikan benar-benar bermanfaat. Pembicara dinilai menguasai materi. Tempat dan waktu pelaksanaan juga dinilai baik. Serta pelaksanaan acara dinilai mampu membuat peserta berpartisipasi penuh dengan cara aktif bertanya dan berdiskusi.

Saran yang disampaikan oleh peserta adalah dilaksanakan kegiatan lanjutan untuk meningkatkan skill komunikasi yang lain pada Ibu Ibu pengurus WKRI Cabang yaitu skill berbicara di depan umum atau public speaking dan skill berorganisasi untuk pengarsipan dokumen

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Tim Abdimas Prodi Ilkom UKWMS mengucapkan terimakasih kepada LPPM UKWMS yang telah mendanai secara penuh program ini. Juga kepada WKRI Gereja Gembala Yang Baik yang telah menyediakan sarana prasarana kegiatan abdimas ini.

6. REFERENSI

- Abdullah, M. A. F., & Fathihani. (2021). Memanfaatkan Whatsapp Business Sebagai Sarana Penunjang Digital Markating Umkm Di Tengah Pandemi Covid-19 Di Kelurahan Tanjung Duren. *Jurnal Pengabdian Masyarakat (Andhara)*, 1(2), 28–35.
- Astria, D., & Santi, M. (2021). Pemanfaatan Aplikasi Whatsapp Bisnis dalam Strategi Pemasaran Online untuk Meningkatkan Jumlah Penjualan. *Jurnal Eksyar (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 8(2), 246–270.
- Aulianto, D. ridho. (2019). Whatsapp Sebagai Media Komunikasi (Studi Fenomenologi Motif Pengaturan Privasi Chatting Pengguna Whatsapp dalam Komunikasi Antarpribadi). *Commed: Jurnal Komunikasi Dan Media*, 3(2), 150–158.
- Cangara, H. (2017). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Rajawali Pers.
- Hendriyani, C., Dwianti, S. P., Herawaty, T., & Ruslan, B. (2020). Analysis of Whatsapp Business Usage in Encouraging Sales and Customer Engagement At Pt Saung Angklung Udjo. *AdBispreneur: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Administrasi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5(2), 193–200.
- Huang, R., & Blenda, A. (2020). *Jago Jualan di Instagram 2.0*. PT Alona Indonesia Raya.
- Jamil, A., Zamzani, M. I., Leksono, V. A., & Abdul Alimul Karim. (2021). Sosialisasi Penggunaan Wa Business Kepada Pelaku Umkm Di Balikpapan. *Seminar Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 1–7.
- Jumiatmoko. (2016). Whatsapp Messenger dalam Tinjauan Manfaat dan Adab. *Wahana Akademika*, 3(1), 51–66.
- Kaha, S. V. D., & Gregorius, R. P. (2019). *Pedoman Pelayanan Umat Paroki Gembala Yang Baik*. Dewan Pastoral Paroki.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management 14th Edition*. Pearson Education, Inc.

- Latifah, N., Kusumawati, I., Widagdo, T., Yumadhi, R., & Efendi, H. (2022). Edukasi Penggunaan dan Manfaat Whatsapp Business Terhadap Peningkatan Penjualan UMKM Rumah Kesadaran dan IPEMI. *Jurnal Padma*, 2(1), 77–79.
- Morissan. (2014). *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa*. Kencana Prenadamedia Group.
- Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial (Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi)*. Simbiosis Rekatama Media.
- Nurastuti, W. (2021). Whatsapp Business Sebagai Alat Bantu Pedagang Pasar Tradisional Pada Era New Normal Di Kota Yogyakarta. *Produktif: Jurnal Ilmiah Pendidikan Teknologi Informasi*, 5(2), 443–449.
- Nurudin. (2014). *Pengantar Komunikasi Massa*. PT Raja Grafindo Persada.
- Putroadi, Alexis, R., Nesti, C., Keke, A., & Santi, B. (2007). *Dua Puluh Lima Tahun Paroki Gembala Yang Baik*. Satrio Agung.
- Rahartri. (2019). “Whatsapp” Media Komunikasi Efektif Masa Kini (Studi Kasus pada Layanan Jasa Informasi Ilmiah di Kawasan Puspiptek). *Visi Pustaka*, 21(2), 147–156.
- Severin, W. J., & Tankard, J. W. (2005). *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, & Terapan di Dalam Media Massa*. Kencana..
- Trisnani. (2017). Pemanfaatan Whatsapp sebagai Media Komunikasi dan Kepuasan dalam Penyampaian Pesan Dikalangan Tokoh Masyarakat. *Jurnal Komunikasi, Media, Dan Informatika*, 6(3), 1–12.
- Wawancara
Susy Yudhoyono, Ketua WKRI Cabang Gembala Yang Baik , Sabtu 13 Januari 2022).