

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

Variabel yang diukur dalam penelitian ini yaitu peningkatan kompetensi warga belajar dalam pembuatan media pemasaran Digital. Proses pengumpulan data untuk mengetahui peningkatan kompetensi pembuatan media pemasaran diperoleh melalui hasil test yaitu *pre test* dan *post test* sebagai upaya untuk memperoleh data hasil belajar sehingga dapat diketahui peningkatan hasil belajar setelah diberi perlakuan atau *treatment*.

Peneliti dalam mengetahui sikap warga belajar selama proses pelatihan di peroleh melalui angket, sedangkan untuk mengetahui kemampuan praktek pembuatan media pemasaran diperoleh melalui skala penilaian unjuk kerja atau uji *performance*.

Berikut adalah deskripsi data dari variabel dalam penelitian yang meliputi data responden dan data hasil penelitian.

1. Data Responden

Responden dalam penelitian ini berjumlah 12 orang. Kedua belas orang ini adalah warga belajar Paket C XII. Untuk lebih jelasnya data responden dapat dilihat dari tabel berikut :

Tabel 4.1
Identitas berdasarkan Nama

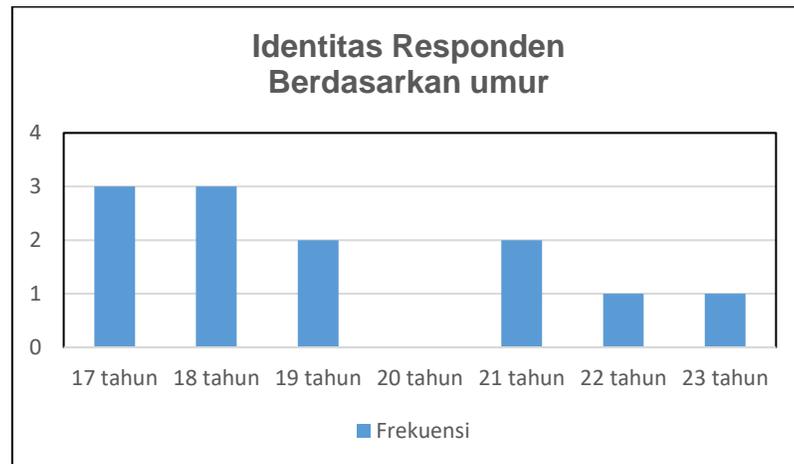
No	Nama Responden
1	Amanda Erika Putri
2	Ambar Sari
3	Dewi Safitri
4	Elizabeth Rebeca
5	Hanip
6	Jasmine Camelia
7	Muhammad Ramdan
8	Nur Fachmi
9	Panca Kurniawan
10	Rina Meliyani
11	Rustam
12	Syifa Maula Elanda

Tabel di atas adalah tabel mengenai nama dari responden dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Nama responden penting untuk diketahui supaya memudahkan dalam mencari informasi yang dibutuhkan.

Tabel 4.2
Identitas Responden Berdasarkan Umur

No	Kelompok Umur	Frekuensi	Presentase
1	17	3	25 %
2	18	3	25%
3	19	2	17%
4	20	0	0%
5	21	2	17%
6	22	1	8%
7	23	1	8%
Jumlah		12	100%

Tabel identitas responden berdasarkan umur di atas dapat diketahui bahwa responden yang berumur 17 tahun sebanyak 3 orang atau 25 %, responden yang berumur 18 tahun sebanyak 3 orang atau 25%, responden yang berumur 19 tahun 2 orang atau 17%, responden yang berumur 21 tahun sebanyak 2 orang atau 17 %, kemudian responden yang berumur 22 tahun sebanyak 1 orang atau 8% dan responden yang berumur 23 tahun sebanyak 1 orang atau 8%. Lebih jelasnya dapat dilihat pada diagram di bawah ini :



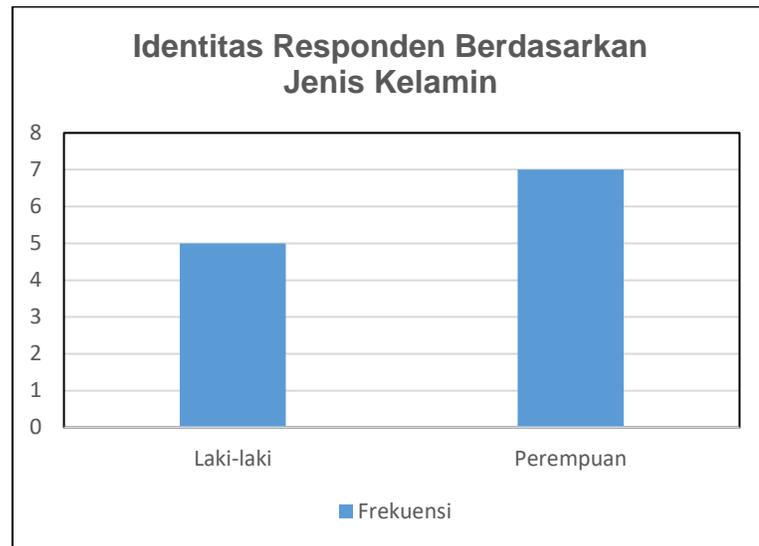
Gambar 4.1 Grafik Identitas Responden Berdasarkan Umur

Tabel 4.3

Identitas responden berdasarkan jenis kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
1	Laki-laki	5	42 %
2	Perempuan	7	58%
Jumlah		12	100%

Tabel identitas responden berdasarkan jenis kelamin dapat diketahui bahwa responden laki-laki sebanyak 5 orang atau 42% dan responden perempuan sebanyak 7 orang atau 58%. Lebih jelasnya dapat dilihat pada diagram di bawah ini :



Gambar 4.2 Grafik Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

2. Data Hasil Pre dan Post Test (Evaluasi)

Data hasil evaluasi diperoleh melalui tes hasil belajar (*post test*) yang dikerjakan oleh peserta pelatihan. Evaluasi yang diberikan berupa pemberian tes teori untuk mengukur kemampuan tes kognitif dari para warga belajar paket C Kelas XII yang mengikuti kegiatan pelatihan digital marketing tersebut. Data ini didahului dengan pemberian *pre test* untuk mengetahui pengetahuan dan sikap awal yang dimiliki oleh peserta pelatihan pada materi pembuatan media pemasaran yang sifatnya teoritik. Pengujian ini dilakukan secara perorangan terhadap 12 orang warga belajar Paket C Kelas XII yang mengikuti pelatihan digital marketing di PKBMN 23 Kebon Melati.

Setelah diberi perlakuan selama empat pertemuan, maka langkah selanjutnya ialah memberikan *pos test*. Kemudian data hasil dari *pre test* dan *post test* tersebut dihitung dengan pendekatan *one group pretest-posttest design*. Melalui pendekatan ini, hasil dari penelitian dapat diketahui secara akurat karena dapat langsung dibandingkan dengan keadaan sebelum diberi perlakuan. Desain ini dapat dirumuskan dengan $O_2 - O_1$ (O_2 = nilai *post test* dan O_1 = nilai *pre test*).

Penilaian didasarkan pada Pengukuran Acuan Terpadu (PAT) untuk teknologi dan Rekayasa oleh Riyan Arthur dan Ahmad Marzuq dengan 3 ranah dimensi, yaitu Kognitif dengan bobot 30%, Afektif dengan bobot 30% dan Psikomotorik dengan bobot 40%³⁶. Agar dapat lebih memahami mengenai pembobotan, maka disajikan tabel sebagai berikut :

³⁶ Riyan, Arthur & Ahmad, Marzuq. *Pengukuran Acuan Terpadu (PAT) dalam mengukur kompetensi pada ilmu-ilmu terapan (kejuruan)*. Johor Baru: Proceeding ISQAE 2013, hlm.396.

Tabel 4.4

Perkembangan Hasil Belajar Pelatihan Digital Marketing

No	Nama Peserta Pelatihan	Nilai						ΣPre Total (100%)	ΣPost Total (100%)	Kenaikan	
		Pre Test			Post Tets					Peningkatan (%)	Ket.
		Kognitif 30%	Afektif 30%	Psikomotorik 40%	Kognitif 30%	Afektif 30%	Psikomotorik 40%				
1.	Amanda Erika Putri	22	0	0	27	23	36	22	86	64	
2.	Ambar Sari	15	0	0	25	23	33	15	81	66	
3.	Dewi Safitri	20	0	0	27	23	33	20	83	63	
4.	Elizabeth Rebeca	27	0	0	28	25	35	27	88	61	
5.	Hanip	13	0	0	27	28	36	13	92	79	
6.	Jasmine Camelia	22	0	0	27	23	36	22	86	64	
7.	Muhammad Ramdan	14	0	0	26	24	36	14	85	71	
8.	Nur Fachmi	21	0	0	25	25	34	21	84	63	
9.	Panca Kurniawan	20	0	0	25	26	35	20	87	67	
10.	Rina Meliyani	15	0	0	21	26	34	15	81	66	
11.	Rustam	17	0	0	25	23	34	17	82	65	
12.	Syifa Maula Elanda	13	0	0	21	23	35	13	79	66	

Penilaian didasarkan pada Pengukuran Acuan Terpadu (PAT) untuk Teknologi dan Rekayasa oleh Riyan Arthur dan Ahmad Marzuq dengan bobot Kognitif 30%, Afektif 30% dan Psikomotorik 40%.

Peserta pertama, Amanda Erika Putri mendapatkan nilai kognitif pada pre test sebesar 22. Sedangkan pada post test, mendapatkan nilai kognitif 27, mengalami peningkatan sebesar 5 point. Untuk ranah afektif, nilai pada pre test adalah 0, sedangkan pada post test, mendapatkan nilai 23, mengalami peningkatan sebesar 23 point. Untuk ranah psikomotorik, nilai pada pre test adalah 0, sedangkan pada post test mendapatkan nilai 36, mengalami peningkatan sebesar 36 point. Total nilai pre test peserta ini adalah 22, sedangkan total nilai post test adalah 86. selisih antar kedua hasil belajar tersebut adalah sebesar 64.

Peserta kedua, Ambar Sari mendapatkan nilai kognitif pada pre test sebesar 15. Sedangkan pada post test, mendapatkan nilai kognitif 25, mengalami peningkatan sebesar 10 point. Untuk ranah afektif, nilai pada pre test adalah 0, sedangkan pada post test, mendapatkan nilai 23, mengalami peningkatan sebesar 23 point. Untuk ranah psikomotorik, nilai pada pre test adalah 0, sedangkan pada post test mendapatkan nilai 33, mengalami peningkatan sebesar 33 point. Total nilai pre test peserta ini adalah 15, sedangkan total nilai post test adalah 81. selisih antar kedua hasil belajar tersebut adalah sebesar .

Peserta ketiga, Dewi Safitri mendapatkan nilai kognitif pada pre test sebesar 20. Sedangkan pada post test, mendapatkan nilai kognitif 27, mengalami peningkatan sebesar 7 point. Untuk ranah afektif, nilai pada pre test adalah 0, sedangkan pada post test, mendapatkan nilai 23,

mengalami peningkatan sebesar 23 point. Untuk ranah psikomotorik, nilai pada pre test adalah 0, sedangkan pada post test mendapatkan nilai 33, mengalami peningkatan sebesar 33 point. Total nilai pre test peserta ini adalah 20, sedangkan total nilai post test adalah 83. selisih antar kedua hasil belajar tersebut adalah sebesar 63.

Peserta keempat, Elizabeth Rebeca mendapatkan nilai kognitif pada pre test sebesar 27. Sedangkan pada post test, mendapatkan nilai kognitif 28, mengalami peningkatan sebesar 1 point. Untuk ranah afektif, nilai pada pre test adalah 0, sedangkan pada post test, mendapatkan nilai 25, mengalami peningkatan sebesar 25 point. Untuk ranah psikomotorik, nilai pada pre test adalah 0, sedangkan pada post test mendapatkan nilai 35, mengalami peningkatan sebesar 35 point. Total nilai pre test peserta ini adalah 27, sedangkan total nilai post test adalah 88. selisih antar kedua hasil belajar tersebut adalah sebesar 61.

Peserta kelima, Hanip mendapatkan nilai kognitif pada pre test sebesar 13. Sedangkan pada post test, mendapatkan nilai kognitif 27, mengalami peningkatan sebesar 14 point. Untuk ranah afektif, nilai pada pre test adalah 0, sedangkan pada post test, mendapatkan nilai 28, mengalami peningkatan sebesar 28 point. Untuk ranah psikomotorik, nilai pada pre test adalah 0, sedangkan pada post test mendapatkan nilai 36, mengalami peningkatan sebesar 36 point. Total nilai pre test

peserta ini adalah 13, sedangkan total nilai post test adalah 92. selisih antar kedua hasil belajar tersebut adalah sebesar 79.

Peserta keenam, Jasmine Camelia mendapatkan nilai kognitif pada pre test sebesar 22. Sedangkan pada post test, mendapatkan nilai kognitif 27, mengalami peningkatan sebesar 5 point. Untuk ranah afektif, nilai pada pre test adalah 0, sedangkan pada post test, mendapatkan nilai 23, mengalami peningkatan sebesar 23 point. Untuk ranah psikomotorik, nilai pada pre test adalah 0, sedangkan pada post test mendapatkan nilai 36, mengalami peningkatan sebesar 36 point. Total nilai pre test peserta ini adalah 22, sedangkan total nilai post test adalah 88. selisih antar kedua hasil belajar tersebut adalah sebesar 66.

Peserta ketujuh, Muhammad Ramdan mendapatkan nilai kognitif pada pre test sebesar 14. Sedangkan pada post test, mendapatkan nilai kognitif 26, mengalami peningkatan sebesar 12 point. Untuk ranah afektif, nilai pada pre test adalah 0, sedangkan pada post test, mendapatkan nilai 24, mengalami peningkatan sebesar 24 point. Untuk ranah psikomotorik, nilai pada pre test adalah 0, sedangkan pada post test mendapatkan nilai 36, mengalami peningkatan sebesar 36 point. Total nilai pre test peserta ini adalah 14, sedangkan total nilai post test adalah 85. selisih antar kedua hasil belajar tersebut adalah sebesar 71.

Peserta kedelapan, Nur Fachmi mendapatkan nilai kognitif pada pre test sebesar 21. Sedangkan pada post test, mendapatkan nilai kognitif 25, mengalami peningkatan sebesar 4 point. Untuk ranah afektif, nilai pada pre test adalah 0, sedangkan pada post test, mendapatkan nilai 25, mengalami peningkatan sebesar 25 point. Untuk ranah psikomotorik, nilai pada pre test adalah 0, sedangkan pada post test mendapatkan nilai 34, mengalami peningkatan sebesar 34 point. Total nilai pre test peserta ini adalah 21, sedangkan total nilai post test adalah 84. selisih antar kedua hasil belajar tersebut adalah sebesar 63.

Peserta kesembilan, Panca Kurniawan mendapatkan nilai kognitif pada pre test sebesar 20. Sedangkan pada post test, mendapatkan nilai kognitif 25, mengalami peningkatan sebesar 5 point. Untuk ranah afektif, nilai pada pre test adalah 0, sedangkan pada post test, mendapatkan nilai 26, mengalami peningkatan sebesar 26 point. Untuk ranah psikomotorik, nilai pada pre test adalah 0, sedangkan pada post test mendapatkan nilai 35, mengalami peningkatan sebesar 35 point. Total nilai pre test peserta ini adalah 20, sedangkan total nilai post test adalah 87. selisih antar kedua hasil belajar tersebut adalah sebesar 67.

Peserta kesepuluh, Rina Meliyani mendapatkan nilai kognitif pada pre test sebesar 15. Sedangkan pada post test, mendapatkan nilai kognitif 21, mengalami peningkatan sebesar 6 point. Untuk ranah afektif, nilai pada pre test adalah 0, sedangkan pada post test,

mendapatkan nilai 26, mengalami peningkatan sebesar 26 point. Untuk ranah psikomotorik, nilai pada pre test adalah 0, sedangkan pada post test mendapatkan nilai 34, mengalami peningkatan sebesar 34 point. Total nilai pre test peserta ini adalah 15, sedangkan total nilai post test adalah 81. selisih antar kedua hasil belajar tersebut adalah sebesar 66.

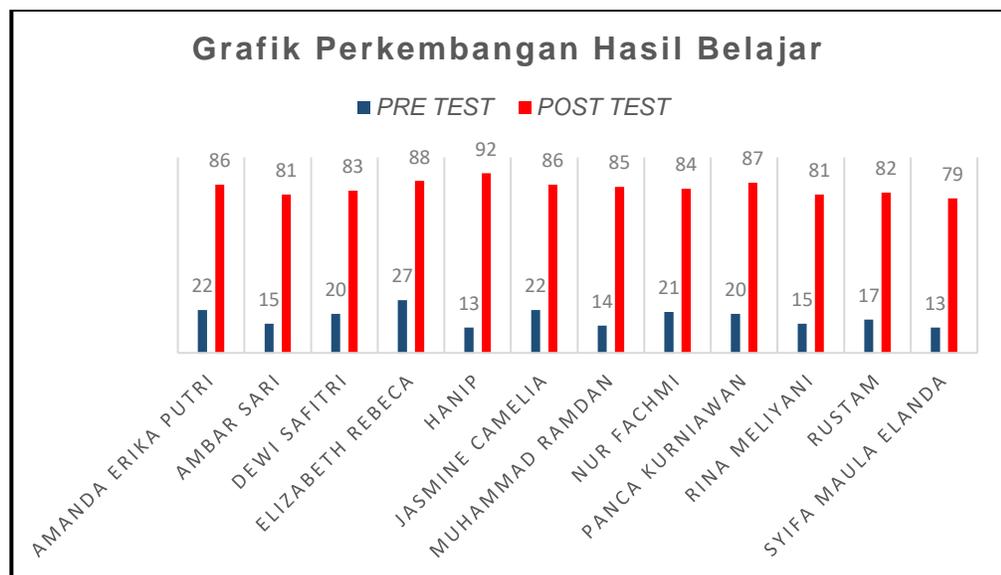
Peserta kesebelas, Rustam mendapatkan nilai kognitif pada pre test sebesar 17. Sedangkan pada post test, mendapatkan nilai kognitif 25, mengalami peningkatan sebesar 8 point. Untuk ranah afektif, nilai pada pre test adalah 0, sedangkan pada post test, mendapatkan nilai 23, mengalami peningkatan sebesar 23 point. Untuk ranah psikomotorik, nilai pada pre test adalah 0, sedangkan pada post test mendapatkan nilai 34, mengalami peningkatan sebesar 34 point. Total nilai pre test peserta ini adalah 17, sedangkan total nilai post test adalah 82. selisih antar kedua hasil belajar tersebut adalah sebesar 65.

Peserta keduabelas, Syifa Maula Elanda mendapatkan nilai kognitif pada pre test sebesar 13. Sedangkan pada post test, mendapatkan nilai kognitif 21, mengalami peningkatan sebesar 8 point. Untuk ranah afektif, nilai pada pre test adalah 0, sedangkan pada post test, mendapatkan nilai 23, mengalami peningkatan sebesar 23 point. Untuk ranah psikomotorik, nilai pada pre test adalah 0, sedangkan pada post test mendapatkan nilai 35, mengalami peningkatan sebesar 35 point. Total

nilai pre test peserta ini adalah 13, sedangkan total nilai post test adalah 79. selisih antar kedua hasil belajar tersebut adalah sebesar 66.

Peningkatan hasil belajar dalam program pelatihan Digital Marketing ini diketahui dari pengurangan antara hasil belajar *post test* dengan hasil belajar *pre test*. Jumlah skor pada *post test* dikurangi jumlah skor pada *pre test*, menunjukkan peningkatan. Rata-rata nilai *pre test* 18, Pada *pos test* 85. Selisih antara keduanya menunjukkan peningkatan hasil belajar dalam pelatihan ini, yakni sebesar 67.

Peningkatan hasil belajar dapat mudah untuk dipahami antara hasil *pre test* dan *post test*, maka disajikan grafik perkembangan hasil belajar warga belajar sebagai berikut:



Gambar 4.3 Grafik Perbandingan Nilai *Pre Test* Dan *Post Test*

B. Pengujian Persyaratan Analisis

1. Normalitas

Tabel 4.5 Uji Normalitas Hasil *Post Test*

Tests of Normality						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	Df	Sig.	Statistic	df	Sig.
HASPEL_B	.089	12	.200 [*]	.973	12	.938

*. This is a lower bound of the true significance.

a. Lilliefors Significance Correction

Tabel di atas menunjukkan hasil uji normalitas, uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah data mempunyai distribusi normal atau tidak. Penggunaan data yang berdistribusi normal dilakukan untuk menghindari bias dalam melakukan analisis data.

Suatu sebaran dapat dikatakan berdistribusi normal jika nilai signifikansi lebih besar dari koefisien alpha yakni sebesar 0,05. Data *Post Test* dalam penelitian ini menunjukkan signifikasinya lebih besar dari koefisien alpha yakni sebesar 0,9 yang berarti data hasil belajar *Post Test* pada pelatihan ini memiliki distribusi data normal sehingga dilakukan analisis.

2. Uji Homogenitas Variansi

Uji homogenitas variansi dimaksudkan untuk menguji homogenitas variansi test akhir (*posttest*). Uji homogenitas

digunakan untuk mengetahui apakah beberapa varian populasi adalah sama atau tidak dan apakah sampel dapat mewakili populasi dalam perlakuan yang diberikan oleh peneliti. Pengujian homogenitas dilakukan dengan piranti lunak SPSS. Hasil perhitungan untuk pengujian variansi hasil *posttes* atas *pretest* diperoleh output SPSS sebagai berikut :

Tabel 4.6 Uji Homogenitas Variansi Hasil *Post Test*

Test of Homogeneity of Variances

HASPEL_B

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1.203	1	22	.284

Suatu data dikatakan homogen jika koefisien signifikasinya lebih dari koefisien alpha, yakni 0,05. Berdasarkan hasil uji homogenitas diatas, maka dapat dikatakan bahwa data bersifat homogen karena memiliki nilai signifikasinya 0,2 Yang lebih besar jika dibanding dengan nilai koefisien alpha yaitu 0,05.

C. Pengujian Hipotesis dan Pembahasan

1. Pengujian Hipotesis (Uji-T)

Tabel 4.7 Hasil Uji-T

Paired Samples Test									
	Paired Differences					t	Df	Sig. (2-tailed)	
	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference					
				Lower	Upper				
Pair 1 HASPEL_B - HASPEL_A	66.250	4.731	1.366	63.244	69.256	48.505	11	.000	

Data hasil Uji- T diatas, dapat diketahui bahwa nilai t hitung 48,505, dengan signifikasi 0,00. Kemudian nilai t tabel untuk df 11 (N-1) pada taraf signifikasi 0,05 adalah 2,201. Dengan menggunakan uji dua sisi maka daerah penerimaan Ho berada diantara -2,201 sampai dengan +2,201. Berdasarkan hasil t hitung yang didapat diketahui t hitung berada diluar daerah penerimaan Ho atau t hitung > t tabel (48,505 > 2,201), maka Ho ditolak dan Ha diterima, yaitu bahwa “ terjadi peningkatan hasil belajar peserta pelatihan digital marketing.” Hipotesis tersebut dibuktikan melalui rata-rata nilai post test yang lebih tinggi daripada rata-rata nilai pre test. Maka dapat disimpulkan hipotesis “terjadi peningkatan hasil belajar peserta pelatihan digital marketing” dan dapat diterima pada tingkat signifikasi 0,05.

2. Pembahasan

Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat Negeri 23 Kebon Melati adalah lembaga pendidikan nonformal yang fungsi utamanya adalah untuk memberikan kesempatan pendidikan bagi mereka yang tidak sempat mendapatkan pendidikan formal seperti pada umumnya. Pusat kegiatan belajar masyarakat didirikan untuk mengembangkan potensi sumber daya masyarakat sekitar untuk bersama-sama membangun kehidupan bermasyarakat yang sejahtera dan modern seiring dengan perkembangan zaman.

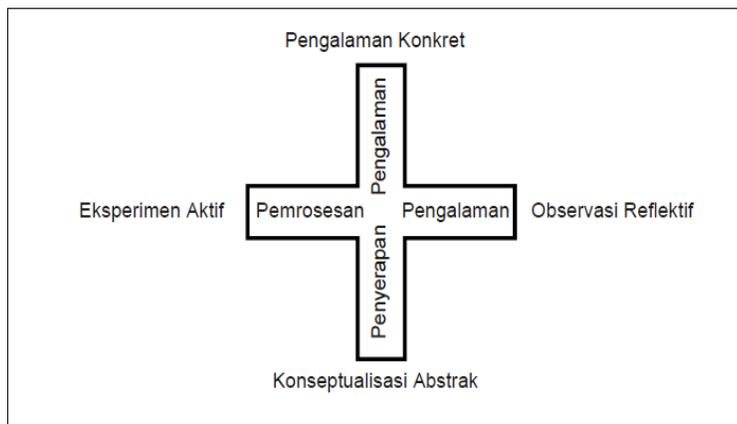
Hasil (*out put*) dari PKBM diharapkan dapat memberikan bekal pengetahuan terhadap warga belajar dan mencetak sumber daya unggul. PKBM seharusnya mempunyai program-program yang meningkatkan kompetensi warga belajarnya. PKBM Negeri 23 Kebon melati tidak memiliki program keterampilan yang berjalan sampai saat ini, karena yang berjalan hanya program kesetaraan. Tentu hal ini sangat mengkhawatirkan khususnya untuk program kesetaraan Paket C, tidak cukup ketika lulus hanya membawa selebar ijazah tanpa memiliki kompetensi lainnya, karena sampai saat ini asumsi masyarakat terhadap lulusan kesetaraan Paket C masih dipandang sebelah mata.

Ilmu Teknologi Informasi dan Komunikasi mengharuskan seluruh lapisan manusia dalam dunia ini untuk melek teknologi

ditambah saat ini pemasaran konvensional perlahan-lahan mulai ditinggalkan. Membuat Ilmu Teknologi Informasi dan Komunikasi dapat dimanfaatkan sebagai media pemasaran.

Teori yang tepat untuk pelatihan Digital Marketing yaitu teori David A. Kolb, mengindikasikan bahwa sebagian orang menyerap atau mempersepsikan informasi melalui hal-hal yang konkrit, mengandalkan indera yang mereka miliki (pengalaman konkrit). Sebagian lainnya cenderung membuat representasi simbolik atau abstrak, melakukan analisis dan membuat perencanaan sistematis (Konseptualisasi Abstrak). Di lain pihak, ada orang-orang yang memproses pengalamannya dengan mengamati orang lain yang terlibat dalam pengalaman tersebut, lalu melakukan refleksi atas apa yang terjadi (observasi Reflektif). Lainnya lebih memilih untuk terlibat secara langsung dan melakukan tindakan (Eksperimentasi Aktif).³⁷

³⁷ Ari Pratiwi, "Konstruksi Tes Gaya Belajar Berdasarkan Teori Belajar Eksperiensial David A. Kolb", (<http://interaktif.ub.ac.id> diakses 14 Maret 2018).



Gambar 4.1 Dimensi Perolehan Pengetahuan Gaya Belajar Dengan Menggunakan Teori David. A Kolb

Teori jika diimplementasikan gambaran umum secara konkret mengenai pemahaman pengalaman yang sudah dirasakan sebelumnya oleh peserta yang berkaitan tentang media pemasaran berbasis digital, pengalaman yang pernah dialami di ulang kembali pada proses tahapan.

Tahap berikutnya memasuki tahap peserta mulai mempunyai gambaran secara khusus tentang pelatihan ini sehingga pengalaman konkret yang sudah di ulang pada tahapan awal bisa menimbulkan gambaran yang lebih terperinci. Seperti pemahaman tentang bagaimana membuat media pemasaran berbasis digital.

Tahap selanjutnya memasuki tahap peserta mempunyai pemahaman yang utuh mengenai pelatihan digital marketing, sehingga peserta mempunyai gambaran secara umum dan khusus.

Tahapan terakhir warga belajar melakukan eksperimen yang bisa dilakukan secara mandiri dengan memiliki bekal pemahaman tentang pelatihan digital marketing baik secara gambaran umum maupun secara gambaran khusus, sehingga pencapaian pemahaman pembuatan media pemasaran berbasis digital bisa dipraktekkan oleh peserta.

Peneliti ingin memecahkan permasalahan yang terdapat di PKBMN 23 dengan membuat sebuah program pelatihan untuk memanfaatkan Teknologi Informasi dan Komunikasi sebagai media pemasaran berbasis digital atau digital marketing. Pelatihan ini memiliki tujuan untuk meningkatkan kompetensi pembuatan media pemasaran berbasis digital untuk warga belajar Paket C. Agar peserta konsisten terhadap pelatihan maka peneliti merancang desain silabus yang selanjutnya menjadi acuan RPP dengan menggunakan strategi pembelajaran *blended learning* (pembelajaran gabungan antara konvensional dan online).

Mengetahui keterlaksanaan program pelatihan yang sesuai dengan desain penelitian dari perencanaan, proses, dan evaluasi,

maka dibuat daftar ceklis yang diisi oleh observer (orang yang mengawasi pelatihan) sebanyak 15 item pertanyaan.

Tahap perencanaan terdapat pada butir 1-3, yaitu : (1) fasilitator melakukan identifikasi belajar dan masalah pada peserta didik dalam mempersiapkan program pelatihan; (2) fasilitator menyusun perencanaan pelatihan sesuai dengan kebutuhan belajar peserta didik; (3) fasilitator membuat perangkat pembelajaran seperti Silabus dan RPP. Berdasarkan daftar ceklis fasilitator melakukan ketiga kegiatan tersebut yang berarti fasilitator melakukan kegiatan perencanaan dengan baik sebelum melakukan pelatihan.

Tahap proses pelaksanaan terdapat 4-13, yaitu : (4) Fasilitator membagikan modul ke peserta didik; (5) Narasumber membuka pelatihan sebelum program pelatihan dimulai; (6) Narasumber menyetujui kontrak belajar bersama peserta didik pelatihan; (7) Narasumber memaparkan tujuan pembelajaran yang akan dicapai dalam kegiatan pelatihan; (8) Narasumber memberikan motivasi kepada peserta didik; (9) Narasumber melaksanakan pelatihan sesuai dengan tahapan-tahapan kegiatan yang ada pada rancangan pembelajaran; (10) Narasumber menyampaikan materi pelatihan dengan jelas dan mudah dipahami warga belajar; (11) Narasumber membuat strategi pembelajaran inovatif dengan menggunakan *blended learning* (pembelajaran gabungan antara tatap muka dan

online); (12) Narasumber memanfaatkan media disetiap tahap kegiatan pelatihan seperti *smartphone* dan komputer; (13) Narasumber mengajak warga belajar untuk melakukan pembelajaran dengan metode demonstrasi. Berdasarkan hasil daftar ceklis, narasumber melakukan kesepuluh kegiatan tersebut yang berarti fasilitator melakukan kegiatan pelaksanaan sesuai dengan rancangan pelatihan yang sebelumnya dibuat.

Tahap evaluasi terdapat pada butir 14 dan 15, yaitu : (14) Narasumber memberikan saran terkait hasil praktek peserta pelatihan; (15) Narasumber menilai hasil belajar peserta didik. Berdasarkan hasil daftar ceklis, narasumber melakukan kedua kegiatan tersebut yang berarti fasilitator melakukan kegiatan evaluasi sebagai pertimbangan terhadap pelatihan.

Peneliti melakukan *pre test* dan *post test*. Hasil belajar *pre test* dan *post test* kemudian di uji hipotesisnya dengan uji-t. Setelah pengujian hipotesis dilakukan, hasilnya menyatakan H_0 ditolak H_a diterima. Hal ini berarti terjadi peningkatan hasil belajar peserta didik.

Pengukuran peningkatan kompetensi pembuatan media pemasaran berbasis digital dilakukan melalui hasil *pre test* dan *post test*. Pada hasil kedua test terdapat hasil peningkatan tertinggi dengan nilai peningkatan 80 Yaitu responden dengan nama Hanip Hasil pengamatan menunjukkan, bahwa responden memang aktif

selama proses pembelajaran, baik aktif dalam mengungkapkan pendapat, aktif memperhatikan peserta maupun aktif dalam bertindak sesuai instruksi dari instruktur.

Hasil *pre test* dan *post test* juga terdapat hasil peningkatan terendah dengan nilai peningkatan 60 Dengan nama responden Elizabeth Rebeca Hasil pengamatan menunjukkan, bahwa responden ini memang kurang aktif selama proses pembelajaran, baik dalam mengungkapkan pendapat, memperhatikan peserta maupun dalam bertindak sesuai intruksi dari instruktur.

Berdasarkan hasil pengolahan data nilai uji pengetahuan dan pemahaman pada *pre test* 12 responden dari 35 item soal yang diujikan, memperoleh nilai rata-rata 18 dan *post test* memperoleh 85 Mengalami kenaikan rata-rata sebesar 67 setelah peserta diberi perlakuan atau *treatment*. Berdasarkan hasil pengolahan data tersebut program pelatihan Digital Marketing bagi warga belajar Paket C dapat meningkatkan kompetensi pembuatan media pemasaran di PKBM Negeri 23 Kebon Melati, Jakarta Pusat. Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa tujuan dari penelitian ini telah tercapai.

Hasil penelitian sebelum dan sesudah diberi perlakuan atau *treatment* terdapat peningkatan yang signifikan. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa dari program pelatihan Digital Marketing bagi

warga belajar Paket C dapat meningkatkan kompetensi pembuatan media pemasaran di PKBM Negeri 23 Kebon Melati, Jakarta Pusat. Program pelatihan Digital Marketing memberikan peningkatan hasil belajar berupa peningkatan kompetensi pembuatan media pemasaran. Setiap peserta mengalami peningkatan nilai pada setiap ranah atau dimensi pembelajaran setelah mengikuti program pelatihan ini, terutama pada dimensi Psikomotorik. Karena mereka mampu untuk membuat media pemasaran berbasis digital.

D. Keterbatasan Peneliti

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki beberapa kelemahan, keterbatasan dan kekurangan. Hal-hal tersebut antara lain:

1. Keterbatasan dana yang dimiliki oleh peneliti dalam pelaksanaan penelitian
2. Peserta pelatihan cenderung sulit berkomitmen mengikuti pelatihan, sehingga waktu yang dibutuhkan harus ditambah
3. Keterbatasan fasilitas pendukung saat melaksanakan proses penelitian.
4. Keterbatasan sumber daya yang dimiliki peneliti dalam melaksanakan proses penelitian; dan
5. Masih kurangnya referensi yang digunakan dalam melakukan penelitian.