

PENGUATAN KOMPETENSI PROMOSI PARIWISATA BERBASIS INOVASI NILAI DI SMAN 20 KABUPATEN TANGERANG

Suraya Mansur¹⁾, Santa Margaretha Niken Restaty²⁾, Humiras Hardi Purba³⁾

^{1,2}Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana

³Program Studi Magister Teknik Industri, Universitas Mercu Buana

Abstrak

Salah satu upaya untuk melakukan promosi adalah dengan cara membidik objek wisata dengan menarik, yaitu dengan membuat konten-konten yang menarik perhatian wisatawan. Konten yang menarik harus bisa ditangkap atau di-capture melalui postingan foto-foto dan video di sosial media atau media komunikasi lainnya. Pesan-pesan promosi pariwisata ini sebaiknya dilakukan oleh seluruh masyarakat, terutama para generasi muda. Berdasarkan hal tersebut, diperlukan kemampuan fotografi dan videografi bagi para generasi muda, serta mempromosikannya melalui media sosial. Fotografi merupakan salah satu media yang dapat menginformasikan suatu objek atau kejadian yang terjadi menggunakan gambar atau visual. Fotografi memainkan beberapa peranan penting dalam menggambarkan sebuah objek dan mewakili objek sebenarnya tersebut kedalam sebuah media gambar. Tujuan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di SMA Negeri 20 Kabupaten Tangerang, Provinsi Banten adalah untuk meningkatkan kompetensi promosi pariwisata berbasis inovasi nilai. Metode yang digunakan dalam pengabdian masyarakat ini adalah dengan observasi langsung, pelatihan dan implementasi serta diakhiri dengan evaluasi dari hasil kegiatan. Hasil yang diperoleh dari kegiatan ini adalah pihak para siswa mampu memahami konsep inovasi nilai dalam bidang fotografi dan videografi sehingga dapat menghasilkan karya foto dan video yang menarik dan kreatif bagi pengembangan pariwisata di Tangerang yang terdokumentasi dan terpublikasi pada *website*.

Kata Kunci: Promosi Pariwisata, Fotografi, Videografi, Website, Inovasi

Abstract

One of the efforts to carry out promotions is by targeting attractive tourist objects, namely by creating content that attracts the attention of tourists. Interesting content must be captured or captured through posting photos and videos on social media or other communication media. These tourism promotion messages should be carried out by the whole community, especially the younger generation. Based on this, photography and videography skills are needed for the younger generation, as well as promoting them through social media. Photography is one of the media that can inform an object or event that occurs using pictures or visuals. Photography plays several important roles in describing an object and representing the actual object in an image medium. The purpose of community service activities at SMA Negeri 20 Tangerang Regency, Banten Province is to increase the competence of value innovation-based tourism promotion. The method used in this community service is direct observation, training and implementation and ends with an evaluation of the results of the activity. The results obtained from this activity are that students are able to understand the concept of value innovation in the field of photography and videography so that they can produce interesting and creative photo and video works for tourism development in Tangerang which are documented and published on the website.

Keywords: tourism promotion, photography, videography, website, innovation

Correspondence author: Suraya Mansur, Suraya.suraya@mercubuana.ac.id, Jakarta, Indonesia



This work is licensed under a CC-BY-NC

PENDAHULUAN

Fotografi merupakan salah satu media yang dapat menginformasikan suatu objek atau kejadian yang terjadi menggunakan gambar atau visual. Fotografi memainkan beberapa peranan penting dalam menggambarkan sebuah objek dan mewakili objek sebenarnya tersebut kedalam sebuah media gambar. Hasil pengambilan gambar biasanya di awal kurang memuaskan, bisa dikarenakan fotografer tidak menguasai teknik yang benar ataupun kreatifitas dalam mengembangkan hasil gambar (Herawati, 2019); (Murwonugroho & Atwinita, 2020); (Purnama & Tahalea, 2020).

Pada pelaksanaan pengambilan gambar dalam fotografi memiliki tahapan, yaitu: 1) Pra produksi, berupa tahap persiapan. Pada tahap ini fotografer harus mengetahui posisi objek dan menganalisis dari beberapa sumber data tentang objek yang difoto. Pada tahap persiapan ini fotografi juga harus dapat menghasilkan *storyboard* untuk mengetahui konsep yang akan dibuat dan *property* yang akan digunakan. 2) Produksi, yaitu tahap eksekusi foto sesuai dengan *storyboard*. Pada tahap ini fotografer akan melakukan eksekusi foto dengan beberapa alternatif sudut (*angle*) pengambilan gambar yang baik dan menarik. 3) Pasca Produksi, Pada tahap ini fotografer mengolah fotonya dengan menggunakan perangkat lunak (*software*) dan menambahkan *caption* yang sesuai (Irawan & Nurrahmad, 2019); (Saptiyono et al., 2021).

Video adalah sebuah alat bantu audio visual yang berarti bahan atau alat yang dipergunakan dalam situasi belajar untuk membantu tulisan dan kata yang diucapkan dalam menularkan pengetahuan, sikap, dan ide (Zen dan Yuningsih, 2021). Video yang hebat merupakan alat komunikasi dengan pengaruh yang tak ada bandingannya. Melalui video, dapat mengubah sejarah, mengilhami pergerakan tertentu, membagi dan memperkuat emosi, serta membangun komunitas. Videografi adalah media untuk merekam suatu momen atau kejadian yang dirangkum dalam sebuah sajian gambar dan suara yang dapat kita nikmati dikemudian hari, baik sebagai sebuah kenangan ataupun sebagai bahan kajian untuk mempelajari apa yang sudah pernah terjadi. Dalam sebuah penelitian mengatakan bahwa pikiran manusia dapat mentransfer informasi visual dengan sangat cepat dan dengan cara yang lebih efisien serta permanen dibandingkan dengan mentransfer informasi secara tertulis atau verbal (Erlyana dan Hansen, 2021; (Karyadi et al., 2016). Terlihat bahwa sebuah media visual gerak seperti video dapat meningkatkan kemudahan dalam penyampaian sebuah pesan secara lebih luas (Araújo et al., 2017); (Rahman & Sya'dian, 2020).

Konten foto dan video tidak akan berguna jika tidak ada wadah untuk mempromosikannya (Iskandar et al., 2020). Dibutuhkan *website* atau aplikasi untuk mempromosikan pariwisata Tangerang sehingga sampai kepada wisatawan dan meningkatkan minat kunjungan pariwisata di Tangerang (Iman, 2022). Inovasi nilai mensyaratkan perusahaan atau organisasi untuk meninggalkan pola-pola lama yang umumnya hanya berfokus pada penghematan dan pengurangan biaya-biaya (Kleber & Volkova, 2016). Sebaliknya tim pengembangan produk dituntut untuk mampu melakukan kedua hal ini sekaligus, penghematan biaya (*cost*) di satu sisi dan meningkatkan nilai bagi pelanggan (*buyer value*) di sisi yang lain. Konsep berpikir seperti ini sangat perlu untuk dipahami oleh para *industrial designer* dan *engineer* yang memiliki ruang lingkup pekerjaan di bagian *research and development* atau *product planning* suatu organisasi atau perusahaan (Papazov & Mihaylova, 2016).

Keterlibatan masyarakat lokal perlu terus disosialisasikan secara luas, sehingga partisipasi dan kepedulian akan sektor-sektor wisata di daerah masing-masing dapat

dilaksanakan secara mandiri. Inovasi dapat menjadikan organisasi atau perusahaan meningkatkan daya saing karena fokus pada pemenuhan *value* bagi konsumen dengan berupaya menurunkan biaya-biaya (Purba et al., 2021). Kegiatan ini diharapkan bisa membentuk kelompok masyarakat mandiri yang terdiri dari siswa-siswi SMA berperan serta mempromosikan industri pariwisata lokalnya ke masyarakat global, sehingga akan terjadi peningkatan pertumbuhan ekonomi pada tingkat lokal khususnya dan masyarakat kabupaten Tangerang umumnya.

METODE PELAKSANAAN

Tahapan untuk melaksanakan solusi yang diajukan oleh tim pengusul kegiatan pengabdian kepada masyarakat, diawali dengan kegiatan diskusi dengan mitra untuk merumuskan solusi yang dinilai tepat diimplementasikan dalam kurun waktu program kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Dari hasil diskusi tersebut kemudian dituangkan dalam langkah-langkah konkrit untuk pelaksanaan program sebagai berikut: Permasalahan bidang konten belum terkelola dengan baik, sehingga tidak diketahui secara pasti ketersediaan foto dan video promosi yang ada sehingga dapat mengganggu operasional yang ada. Metode pendekatan yang digunakan adalah dengan transfer pengetahuan melalui kegiatan penyuluhan pembuatan foto dan video promosi. Ide dan kreasi peserta dikembangkan dengan transfer pengetahuan inovasi nilai, sehingga seluruh peserta kegiatan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dapat meningkatkan kreatifitas dalam mempromosikan konten pariwisata di Kabupaten Tangerang.

Tabel 1. Metode Pelaksanaan Permasalahan Bidang Konten

Permasalahan	Metode Pelaksanaan
Keterbatasan pengetahuan dan ketrampilan mitra dalam proses fotografi untuk mendapatkan foto yang menarik	Transfer pengetahuan melalui kegiatan pelatihan pembuatan foto promosi
Keterbatasan pengetahuan dan ketrampilan mitra dalam proses videografi untuk mendapatkan video yang menarik	Transfer pengetahuan melalui kegiatan pelatihan pembuatan video promosi menggunakan peralatan sederhana

Pada permasalahan foto dan video yang belum terdokumentasikan dengan baik, metode yang dilakukan melalui transfer pengetahuan melalui penyuluhan manajemen dokumentasi foto dan video. Kedua, pada permasalahan media promosi foto dan video promosinya, maka metode yang dilakukan adalah transfer pengetahuan melalui penyuluhan dan pelatihan pembuatan website dan media sosial promosi. Permasalahan pengelolaan *website* dan media sosialnya dilakukan dengan metode transfer pengetahuan melalui kegiatan pelatihan manajemen *website* dan media sosial promosi.

Tabel 2. Metode Pelaksanaan Permasalahan Bidang Promosi

Permasalahan	Metode Pelaksanaan
Keterbatasan konten-konten foto dan video yang belum terdokumentasi dengan baik	Transfer pengetahuan melalui penyuluhan manajemen dokumentasi foto dan video
Teknologi informasi yang dimiliki mitra berupa website belum dimanfaatkan secara maksimal untuk ikut mempromosikan	Transfer pengetahuan melalui kegiatan penyuluhan dan pelatihan mengenai pembuatan website dan media sosial promosi

pariwisata Tangerang, sehingga kurang mendukung dalam kegiatan promosi secara online

Keterbatasan Pengelolaan Konten promosi melalui media sosial

Transfer pengetahuan melalui penyuluhan dan pelatihan mengenai pengelolaan website dan media sosial promosi

Tabel 3. Metode Pelaksanaan Permasalahan SDM

Permasalahan	Metode Pelaksanaan
Pemahaman terhadap arti penting dan teknik pembuatan konten foto dan vidografi untuk menunjang promosi pariwisata Tangerang	Transfer pengetahuan melalui pelatihan pembuatan foto dan video promosi menggunakan peralatan sederhana
Penguasaan membuat media sosial sebagai sarana promosi pariwisata	Transfer pengetahuan melalui pelatihan pembuatan media promosi (<i>website</i> dan media sosial)
Penguasaan pengetahuan dan keterampilan mitra dalam menggunakan TI untuk pengelolaan manajemen website/media sosial sehingga bisa terus berkelanjutan mempromosikan pariwisata Tangerang	Transfer pengetahuan melalui pelatihan manajemen/pengelolaan media promosi (<i>website</i> dan media sosial)
Penguasaan pengetahuan dan ketrampilan menganalisis kompetisi industri pariwisata dengan pendekatan E-R-I-C (<i>eliminate-reduce-increase</i> dan <i>create</i>) sehingga menjadi nilai yang menarik bagi wisatawan untuk berkunjung ke Kabupaten Tangerang	Transfer pengetahuan melalui pelatihan analisis kompetisi industri pariwisata dengan pendekatan E-R-I-C (<i>eliminate-reduce-increase</i> dan <i>create</i>)

Pada pemahaman terhadap arti penting dan teknik pembuatan konten foto dan vidografi untuk menunjang promosi pariwisata Tangerang, metode pelaksanaan dilakukan dengan transfer pengetahuan melalui pelatihan membuat foto dan video promosi. Permasalahan belum optimalnya penguasaan media promosinya, metode pelaksanaannya dilakukan dengan transfer pengetahuan melalui pelatihan membuat media promosi, berupa *website* dan media sosial. Permasalahan keberlangsungan *website* dan media sosialnya, metode pelaksanaannya dilakukan dengan transfer pengetahuan melalui pelatihan manajemen pengelolaan media promosi. Pengetahuan dan ketrampilan dalam mengeksplorasi nilai-nilai inovatif, metode pelaksanaan yang dilakukan adalah melalui pelatihan analisis faktor kompetisi pada industri pariwisata berbasis E-R-I-C (*eliminate-reduce-increase* dan *create*).

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat mulai ditetapkan dari waktu, tempat, kemudian alat yang digunakan, dan hal lain yang menunjang pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat (Mansur, 2020).

HASIL DAN PEMBAHASAN

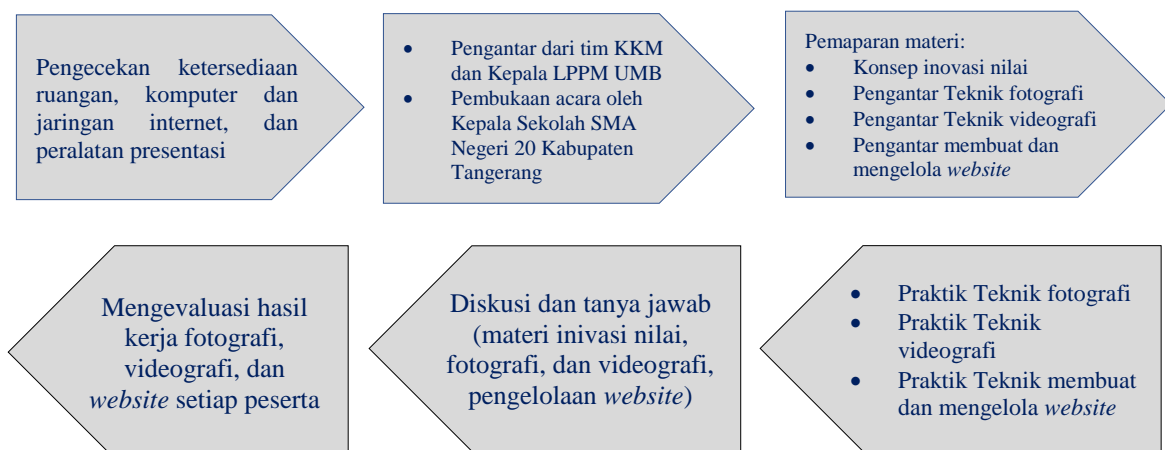
Kegiatan pengabdian masyarakat ini didasari atas pengamatan awal, bahwa potensi pariwisata di daerah kabupaten Tangerang sangatlah banyak, namun promosinya sangat kurang. Berdasarkan survey awal, SMAN 20 Tangerang menjalankan proses belajar mengajarnya memproduksi karya-karya kreatif. Namun pada pelaksanaannya hasil karya

tersebut masih kurang optimal dan belum mendukung promosi branding industri pariwisata yang ada di lingkungan kabupaten Tangerang berbasis Inovasi.

Karya konten berupa Foto dan video yang dihasilkan oleh siswa belum memadai serta ketertarikan dengan karya multimedia yang berkaitan dengan industri pariwisata lokal terutama industri pariwisata kabupaten Tangerang hanya sedikit, sehingga promosi pariwisata belum terjamah. Bahkan belum ada website yang khusus mempromosikan industri pariwisata kabupaten Tangerang.

Kemampuan siswa SMAN 20 kabupaten Tangerang pada bidang audio visual sebenarnya sangat tinggi. Hal ini terbukti dengan adanya konten-konten yang di share di media sosial masing-masing dan konten yang dihasilkan masih berkisar kepentingan pribadi dan kelompok. Namun hasil konten-nya masih jauh dari baik. Karena itu, dibutuhkan peningkatan kompetensi Audio visual dan mengelola-nya menjadi konten promosi industri pariwisata Kabupaten Tangerang.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan pada Rabu, 7 Desember 2022, pascapandemi Covid-19 dengan tetap menerapkan protokol kesehatan yaitu memakai masker. Tim pengabdian kepada masyarakat melakukan pengecekan ruangan di SMA Negeri 20 Kabupaten Tangerang terutama kesediaan ruangan dan fasilitas computer yang akan digunakan (1 siswa dengan 1 komputer) agar pelaksanaan dapat berjalan dengan lancar. Dilakukan pemeriksaan tim bersiap untuk mengecek presensi dan persiapan fasilitas layer monitor untuk presentasi, sehingga kegiatan pengabdian kepada masyarakat berjalan sesuai dengan agenda yang telah disepakati oleh tim Kegiatan Kemandirian Masyarakat (KKM) Universitas Mercu Buana (UMB) dan SMA Negeri 20 Kabupaten Tangerang sebagai mitra. Acara pembukaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dibuka oleh Kepala Sekolah SMA Negeri 20 Kabupaten Tangerang, yang kemudian dilanjutkan dengan penyampaian tujuan kegiatan oleh tim KKM dan Ketua LPPM Universitas Mercu Buana. Penyampaian materi oleh tim pengabdian kepada masyarakat UMB terdiri dari 3 (tiga) topik utama yaitu: konsep inovasi, pembuatan dan pengelolaan *website*, pengantar teknik fotografi dan videografi. Bagan pelaksanaan kegiatan pengabdian masyarakat UMB di SMA Negeri 20 Kabupaten Tangerang dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1 Bagan Pelaksanaan Kegiatan PkM di SMA Negeri 20 Kabupaten Tangerang

Pada sesi praktik dibagi 2 (dua) kelompok yaitu kelompok yang melakukan praktek foto produk dan kelompok yang melakukan praktek *hunting* foto dan video ke objek-objek wisata di daerah Tangerang. Pada saat praktek foto produk, siswa-siswi melakukan beberapa hal yaitu: (a) Menyiapkan produk yang ada disekitar ruangan praktek untuk difoto, (b) Kemudian masing-masing siswa-siswi menggunakan hp atau kamera yang dibawa tim dan *lighting box portable* (ini sudah dibeli oleh tim dan akan di berikan kepada pihak sekolah SMA Negeri 20 Kabupaten tangerang) untuk melakukan kegiatan foto produk. Hasil dari kegiatan proses Teknik pemotretan dan pemilihan objek produk yang dilakukan adalah seperti terlihat pada Gambar 2.



Gambar 2 Foto Kegiatan Pemilihan Objek dan Teknik Pemotretan

Pada Gambar 2 terlihat bahwa siswa-siswi menggunakan barang-barang yang ada di sekitar ruangan praktek seperti kardus, aqua gelas, kue dan objek lainnya. Sedangkan untuk kelompok yang melakukan *hunting* foto dan video pergi ke pantai yang lokasinya beberapa kilometer dari Sekolah SMA Negeri 20 Kabupaten Tangerang yang didampingi oleh tim PkM dan guru. Mereka melakukan foto-foto objek disekitar tempat wisata sekaligus membuat *content* video tempat wisata tersebut. Pada saat praktik seluruh peserta dapat mencoba mengambil gambar menggunakan kamera tersebut, disamping kamera lainnya yang dibawa oleh tim dan mahasiswa pendamping. Pada saat praktik pengelolaan *website*, seluruh peserta juga sangat antusias karena mereka bisa mempraktekan membuat *website* sendiri dengan konten dari hasil *hunting* yang sudah mereka dapat. Evaluasi kegiatan yang dilakukan pada sesi akhir kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Rekapitulasi Hasil Survei Kepuasan Peserta

No	Uraian	Sangat Baik/Sangat Memuaskan	Baik/Memuaskan	Cukup Baik/Cukup Memuaskan
1	Kesesuaian tema dengan kebutuhan peserta kegiatan	46,9	43,8	9,4
2	Isi/materi yang disampaikan dalam kegiatan	50	37,5	12,5
3	Kompetensi pembicara/narasumber untuk ERIC	43,8	50	6,3
4	Kompetensi pembicara/narasumber untuk fotografi	50	43,8	6,3
5	Kompetensi pembicara/narasumber untuk videografi	50	46,9	3,1
6	Kompetensi pembicara/arasumber untuk <i>website</i>	40,6	53,1	6,3
7	Kesempatan praktik fotografi dalam kegiatan ini	50	46,9	3,1
8	Kesempatan praktik videografi dalam kegiatan ini	46,9	46,9	6,3
9	Kesempatan praktik <i>website</i> dalam kegiatan ini	40,6	53,1	6,3
10	Materi ERIC dapat digunakan dalam kehidupan sehari-hari	37,5	56,3	6,3
11	Materi dan praktik fotografi dapat digunakan dalam kehidupan sehari-hari	43,8	53,1	3,1
12	Materi dan praktik videografi dapat digunakan dalam kehidupan sehari-hari	46,9	46,9	6,3
13	Materi dan praktik <i>website</i> dapat digunakan dalam kehidupan sehari-hari	28,1	65,6	6,3
14	Suasana yang dibangun dalam kegiatan	40,6	53,1	6,3
15	Media yang digunakan dalam kegiatan	50	46,9	3,1
16	Kesesuaian jadwal dan waktu kegiatan	31,3	53,1	15,6
17	Kesesuaian tempat lokasi kegiatan	40,6	50	9,4
18	Sarana, prasarana dan fasilitas yang disediakan	56,3	34,4	9,4
19	Manfaat yang diperoleh dari kegiatan ini	68,8	21,9	9,4
20	Keseluruhan tingkat kepuasan terhadap kegiatan	50	50	0

Berdasarkan Tabel 4 dapat digambarkan beberapa evaluasi terhadap pelaksanaan kegiatan PKM ini bahwa:

1. Adanya kesesuaian tema dengan kebutuhan dari peserta. Hal ini ditunjukkan dengan testimoni salah satu siswa Kiki Amelia. Kiki menjelaskan bahwa dia senang foto-foto tetapi tidak tahu cara pengambilan *angle* dari produk (entah itu barang ataupun orang).

Dalam kegiatan ini Kiki memperoleh tambahan pengetahuan bagaimana pengambilan *angle* yang baik untuk difoto.

2. Sebagian besar peserta merasa materi dan praktik yang dilakukan saat pelaksanaan sangat memuaskan.
3. Manfaat yang bisa diperoleh dari kegiatan ini, peserta menyatakan sangat bermanfaat 68,8%.

Hasil evaluasi terhadap karya seluruh peserta, tim PkM memberikan penghargaan atas usaha, karya inovatif dan prestasinya, yaitu:

1. Karya Foto Terbaik:
 - a. Terbaik 1: Kiki Amelia (Kelas X IPS 5)
 - b. Terbaik 2: Siti aryani (kelas XI IPA 4)
 - c. Terbaik 3: Dela Oktoviani (Kelas X IPS 5)



Gambar 3 Karya Foto Terbaik dan Pemberian Hadiah kepada Peserta

SIMPULAN

Promosi pariwisata ini sebaiknya dilakukan oleh seluruh masyarakat, terutama para generasi muda melalui karya kreatif. Informasi yang diberikan dalam bentuk foto atau video sebaiknya adalah yang memiliki *value* yang diinformasikan dalam bentuk *website*, sehingga dapat berperan dalam menarik minat wisatawan untuk berkunjung. Kemampuan fotografi dan videografi bagi masyarakat, serta mempromosikannya melalui media sosial akan sangat membantu Pemerintah Daerah setempat dalam meningkatkan perekonomian khususnya sektor pariwisata. Fotografi memainkan beberapa peranan penting dalam menggambarkan sebuah objek dan mewakili objek sebenarnya tersebut kedalam sebuah media gambar. Hasil yang diperoleh dari kegiatan ini adalah pihak para siswa SMA Negeri 20 Kabupaten Tangerang mampu memahami konsep inovasi nilai dalam bidang fotografi, videografi sehingga dapat menghasilkan karya foto dan video yang menarik dan kreatif bagi pengembangan pariwisata di Tangerang yang terdokumentasi dan terpublikasi pada *website*. Pelaksanaan pendampingan pembuatan konten fotografi,

videografi kreatif dan pengelolaan *website* promosi pariwisata Kabupaten Tangerang Provinsi Banten, perlu terus dilakukan secara berkelanjutan dengan melibatkan komunitas masyarakat yang lebih luas.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan dan LPPM Universitas Mercu Buana (UMB) Jakarta atas dukungan dana hibah kegiatan Program Insentif Pengabdian Masyarakat Terintegrasi dengan Merdeka Belajar Kampus Merdeka Berbasis Kinerja Indikator Kinerja Utama Bagi Perguruan Tinggi Swasta Tahun 2022 dengan nomor kontrak 498/E1/KS.06/2022, Tahun Anggaran 2022. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Fakultas Ilmu Komunikasi dan Fakultas Teknik UMB Jakarta sebagai mitra yang telah berkontribusi dalam pelaksanaan kegiatan ini, serta ucapan terima kasih disampaikan kepada SMA Negeri 20 Kabupaten Tangerang, Banten, yang telah berperan aktif mendukung pelaksanaan kegiatan ini

DAFTAR PUSTAKA

- Araújo, C. S., Magno, G., Meira, W., Almeida, V., Hartung, P., & Doneda, D. (2017). Characterizing videos, audience and advertising in youtube channels for kids. *Lecture Notes in Computer Science (Including Subseries Lecture Notes in Artificial Intelligence and Lecture Notes in Bioinformatics)*. https://doi.org/10.1007/978-3-319-67217-5_21
- Erlyana, Y., & Hansen, H. (2021). Pelatihan fotografi dan Videografi Secara Virtual dalam Peningkatan Kemampuan Diri pada Pandemic Covid-19. *Jurnal Pengabdian Dan Kewirausahaan*, 5(1). <https://doi.org/10.30813/jpk.v5i1.2725>
- Herawati, D. (2019). Pelatihan Fotografi Pada Kegiatan Ekstra Kurikuler di SMKN 2 Padangpanjang. *Batoboh*, 4(2). <https://doi.org/10.26887/bt.v4i2.904>
- Iman, F. N. (2022). Knowledge Management System Penjaminan Mutu Internal Menggunakan Pendekatan Seci Model Berbasis Web Studi Kasus Universitas Mercu Buana. *Jurnal Ilmu Teknik Dan Komputer*, 6(1). <https://doi.org/10.22441/jitkom.v6i1.003>
- Irawan, F. A., & Nurrahmad, L. (2019). Peningkatan Softskill Dibidang Sport Recreation Melalui Pelatihan dan Pendampingan Fotografi. *Jurnal Abdimas*, 23(1), 32–34. <https://doi.org/DOI: http://dx.doi.org/10.15294/abdimas.v23i1.16371>
- Iskandar, D., Mansur, S., Ritonga, R., & Damayanti, N. (2020). Animated Video Influence on Disaster Preparedness Activity of SDN 01 Students, Cigondang, Pandeglang. *MIMBAR: Jurnal Sosial Dan Pembangunan*. <https://doi.org/10.29313/mimbar.v36i1.5623>
- Karyadi, Y., Eriswan, E., & Irham, B. R. (2016). Pelatihan Pembuatan Video dan Foto Makro Menggunakan Table-Top Studio untuk Siswa SMA. *Batoboh*, 1(2). <https://doi.org/10.26887/bt.v1i2.155>
- Kleber, D. M.-S., & Volkova, T. (2016). Value innovation frameworks for delivering superior customer responsiveness. *Journal of Business Management*, 12.
- Mansur, S. (2020). Self protection and stop bullying campaign for kids at RPTRA Sungai Bambu, Tanjung Priok, Jakarta Utara. *ASEAN Journal of Community Engagement*.

- <https://doi.org/10.7454/ajce.v4i1.1075>
- Murwonugroho, W., & Atwinita, S. (2020). Pelatihan Penguatan Teknik Dasar Fotografi dan Teknik Lampu Studio pada Sesi Pemotretan Model. *PKM: Pengabdian Kepada Masyarakat*, 03(01).
- Papazov, E., & Mihaylova, L. (2016). Using Key “Blue Ocean” Tools for Strategy Rethinking of a SME: A Case from the Bulgarian Knitwear Industry. *Economics and Business*, 29(1). <https://doi.org/10.1515/eb-2016-0028>
- Purba, H. H., Debora, F., Jaqin, C., & Adiyatna, H. (2021). Service Quality Analysis: an Empirical Study of Customer Satisfaction In A Healthcare. *Jurnal Teknologi Dan Manajemen*, 19(1). <https://doi.org/10.52330/jtm.v19i1.22>
- Purnama, P. A., & Tahalea, S. A. (2020). Pelatihan Fotografi Produk untuk Iklan di Internet saat Masa Pandemi Bersama Pemuda Tebet melalui Daring. *Jurnal Abdi Masyarakat Indonesia*, 2(2). <https://doi.org/10.25105/jamin.v2i2.7455>
- Rahman, A., & Sya’dian, T. (2020). Videografi Pada Penciptaan Film Pendek “Viola.” *Jurnal Mahasiswa Fakultas Seni Dan Desain*, 1(1).
- Saptiyono, A., Watie, E. D. S., & Febriana, K. A. (2021). Pelatihan Fotografi Produk Bagi UMKM Kelurahan Gebangsari. *TEMATIK*, 3(1).
- Zen, A. P., & Yuningsih, C. R. (2021). Lokakarya Fotografi: Penggunaan Media Sosial Untuk Kreativitas Siswa di Masa Pandemi. *BEMAS: Jurnal Bermasyarakat*, 2(1). <https://doi.org/10.37373/bemas.v2i1.115>