

## Peningkatan Pengetahuan Videografi sebagai Upaya Pendukung Promosi Produk UMKM

Hepatika Zidny Ilmadina<sup>1</sup>, Dyah Apriliani<sup>2</sup>, Ahmad Maulana<sup>3</sup>

hepatika.zidny@poltektegal.ac.id<sup>1</sup>, dyah.april@poltektegal.ac.id<sup>2</sup>, lana\_oooh@ymail.com<sup>3</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi Sarjana Terapan Teknik Informatika

<sup>3</sup>Program Studi Diploma III Teknik Komputer

<sup>1,2,3</sup>Politeknik Harapan Bersama

Received: 21 02 2022. Revised: 06 02 2023. Accepted: 30 03 2023.

**Abstract :** Current information technology has been implemented in various fields, such as education, religion, health, social, and culture. Nowadays, Smartphones and social media are a way out of communicating, digging information activities, to buying and selling transactions. The use of information technology has also proliferated, not only for companies and business actors, but almost all people use and utilize information technology. The Tegal City Government itself has created a social media-based promotional platform, namely the UMKM gallery, that can be accessed by Micro, Small and Medium Enterprises (MSME) sector actors to promote their products. However, in carrying out these promotions, they need exciting content to attract buyers. MSMEs need expertise in drafting concepts and editing images and videos as promotional breakfasts. So it is essential to make an effort to improve videography that can be used as a means of marketing the products of business people, in this case, MSME's products. This activity was carried out with the support of the Canva application to create product promotional content. Canva is an online design program application that provides various editing tools or tools to create various graphic designs in the form of templates, features, and categories provided in it easily without the need to design it from scratch. The results of this activity are several designs made by MSME actors in promoting their products. Increased knowledge can be seen from the design results shared on their social media such as WhatsApp, Instagram, and others.

**Keywords :** Canva, Promotions, Videography.

**Abstrak :** Teknologi informasi yang ada saat ini sudah diimplementasikan ke berbagai bidang, seperti bidang pendidikan, keagamaan, kesehatan, sosial maupun budaya. Dewasa ini *Smartphone* dan sosial media menjadi jalan keluar dalam melakukan komunikasi, aktivitas menggali informasi, hingga transaksi jual beli. Pemanfaatan teknologi informasi juga sudah berkembang dengan pesat, tidak hanya pada perusahaan dan pelaku usaha, tetapi hampir semua masyarakat menggunakan dan memanfaatkan teknologi informasi. Pemerintah Kota Tegal sendiri telah membuat wadah promosi berbasis sosial media, yaitu galeri UMKM yang dapat diakses para pelaku sektor UMKM untuk mempromosikan produknya. Akan tetapi dalam melakukan promosi tersebut, mereka memerlukan konten yang menarik agar dapat menarik pada pembeli. Para pelaku UMKM memerlukan kepiawaian dalam menyusun konsep serta melakukan editing gambar maupun video sebagai sarapan

promosi. Sehingga sangatlah penting dilakukan sebuah upaya peningkatan videografi yang dapat dijadikan sarana pemasaran produk para pelaku bisnis, dalam hal ini adalah produk UMKM. Kegiatan ini dilakukan dengan dukungan aplikasi *Canva* dalam pembuatan konten promosi produk. Melalui kegiatan ini para pelaku UMKM diajak untuk berlatih mendesain serta membuat konten kreatif yang berhubungan dengan produk yang dijualnya. Hal ini perlu dilakukan dikarenakan tidak menutup kemungkinan adanya penjual dengan barang sserupa, sehingga para pelaku UMKM harus mampu bersaing dengan mempromosikan barang dagangannya dengan menarik dan tepat. Hasil dari kegiatan ini adalah konten kreatif yang dibuat oleh pelaku UMKM dalam mempromosikan produk mereka dan siap dipromosikan melalui sosial media.

**Kata kunci :** *Canva*, Promosi, UMKM, Videografi.

### **ANALISIS SITUASI**

Teknologi informasi yang ada saat ini sudah diimplementasikan ke berbagai bidang, seperti bidang pendidikan, keagamaan, kesehatan, sosial maupun budaya (Mildawati, 2016). Sosial media dan *smartphone* menjadi sarana utama penggalan informasi dan komunikasi di era pandemi *covid-19* ini. Interaksi sosial yang biasanya dilakukan secara langsung, sekarang harus dibatasi dan tidak dapat dilakukan secara bebas seperti masa sebelumnya (Zubaedah, 2021). Interaksi jual beli yang dilakukan secara daring melalui platform sosial media juga menjadi salah satu yang ramai pada masa ini. Hal tersebut yang menyebabkan berubahnya tren promosi yang dulunya dilakukan secara konvensional beralih menjadi konten digital. Manfaat dari perkembangan teknologi seperti kebutuhan dasar oleh pelaku bisnis dewasa ini, misalkan saja dalam mempromosikan produk maupun informasi harga dapat langsung diketahui konsumen pada *online shop* atau *e-commerce* dengan *smartphone* mereka (Muthmainnah, Balqis, & Istiqa, 2018); (Tekege, 2018); (Dalimunthe, Herlina, Sari, Kurniasari, & Agustina, 2019); (Apriliani, Sasmito, & Ilmadina, 2022).

Digitalisasi pada promosi produk UMKM diawali dengan pendampingan pengenalan internet dan pembuatan akun sosial media maupun *e-commerce* para pelaku UMKM yang pernah dilakukan sebelumnya (Prasetya, Sugiharti, & Fadhila, 2021); (Abdurrahman, Oktavianto, Habibie, & Hadiyatullah, 2020). Kemudian sudah pernah adanya pendampingan pengemasan produk agar lebih menarik pembeli, terutama jika akan diunggah di media sosial atau *e-commerce* (Mansir & Tumin, 2022). Hingga akhirnya media promosi kemudian berkembang menjadi dalam bentuk teks dan foto, bahkan konten iklan juga sudah semakin berkembang dilakukan dengan menggabungkan beberapa video pendukung. Untuk memenuhi kebutuhan konten tersebut pastinya selain diperlukan perangkat yang mendukung, dibutuhkan

juga keterampilan *editing* video yang mumpuni serta tim yang ahli di bidangnya. Untuk menarik konsumen pun harus melakukan berbagai persiapan dan menyusun konsep video smarketing terlebih dahulu, membuat *storyboard* untuk pengenalan produk, serta menentukan video marketing tersebut akan tayang di *platform* media sosial yang mana.

Pemerintah Kota Tegal sebenarnya telah membuat wadah promosi berupa akun sosial media Bernama galeri UMKM. Galeri UMKM tersebut adalah konsep seperti sosial media yang menggunakan *platform Instagram* yang dapat diakses para pelaku sektor UMKM dalam melakukan promosi produknya. Akan tetapi dalam melakukan promosi dalam wadah tersebut, mereka juga memerlukan konten yang menarik agar dapat menarik pada pembeli. Hal tersebut juga disampaikan oleh Oktora Irahadi, *Founder INFINA*, dalam webinar Digitalisasi UMKM untuk Indonesia Timur, menyatakan bahwa promosi yang tepat sasaran dan menarik akan membantu meningkatkan penjual. Dalam pembuatan konten kreatif yang dipromosikan lewat sosial media tersebut para pelaku UMKM perlu melakukan *survey* guna memahami perilaku dan kebutuhan masyarakat (Novian, 2021). UMKM itu sendiri memiliki kontribusi pada terciptanya lapangan kerja bagi masyarakat sekitar serta pengembangan produk domestic bruto (PDB). Untuk sebuah konten kreatif, para pelaku UMKM memerlukan kepiawaian dalam menyusun konsep serta melakukan editing gambar maupun video sebagai sarana promosi. Kendala tersulit adalah ketika promosi perlu disajikan dalam bentuk kombinasi antara gambar dan dokumentasi video, misal untuk beberapa tampilan proses pembuatan, memperlihatkan gerai, memperlihatkan produk, dll.

Oleh karena itu kegiatan pelatihan ini akan diberikan untuk memberikan pengetahuan serta pendampingan untuk meningkatkan keterampilan para pelaku UMKM dalam membuat konten kreatif berupa gambar maupun video dalam melakukan promosi produk. Aplikasi yang digunakan beberapa pelaku bisnis dalam membuat konten promosi, salah satunya adalah *Canva*. Aplikasi ini merupakan sebuah program *online design* yang menyediakan berbagai desain grafis berupa *template* dengan kategori-kategori yang ada tanpa perlu mendesainnya dari awal. Sehingga seminim ilmu *design* yang dimiliki oleh pelaku bisnis, mereka harus mampu membuat postingan yang menarik untuk memikat hati pembeli (Pelangi, 2020); (Junaedi, 2021) (Supradaka, 2022). Dalam pengaliksiannya *Canva* dirancang khusus untuk desain grafis yang cukup mudah dipelajari bagi pemula karena fitur *drag* dan *drop*-nya yang dapat membantu membuat desain apapun dengan mudah dan cepat. Dalam pelatihan ini nantinya pendampingan dilakukan karena banyak pelaku UMKM yang belum mengenal bahkan belum mengetahui fitur apa saja yang tersedia pada aplikasi ini. Pelaku UMKM juga dapat menggunakan aplikasi ini

untuk melakukan promosi produknya yang diunggah pada sosial media mereka. Sehingga kegiatan ini akan dilaksanakan untuk meningkatkan kemampuan videografi pelaku UMKM guna membuat konten promosi dengan menggunakan aplikasi *Canva*.

## **SOLUSI DAN TARGET**

Kegiatan PKM ini dimulai dengan melakukan identifikasi dan perumusan masalah berdasarkan wawancara yang telah dilakukan pada pelaku UMKM Kota Tegal dan sekitarnya. Dari analisis yang dilakukan diperoleh hasil bahwa mayoritas pelaku UMKM tidak pernah menggunakan aplikasi *editing* dalam membuat konten promosi produk. Adapun mayoritas pelaku UMKM tersebut yang menjadi target utama kegiatan ini. Spesifikasi target pelaku UMKM yang mengikuti kegiatan ini tidak dibatasi dengan kriteria tertentu, dikarenakan akan diberikan *brainstorm* dan pendampingan dalam pengelolaan konten kreatif yang akan dihasilkan. Kegiatan ini nantinya dapat membantu para pelaku UMKM dalam mengembangkan ide-ide promosi. Oleh karena itu beberapa tahapan yang dilakukan guna memecahkan masalah tersebut antara lain: 1) Merencanakan kegiatan yang dapat meningkatkan kemampuan pelaku UMKM dalam pemanfaatan teknologi informasi terutama dalam promosi produknya. 2) Menginventaris beberapa aplikasi pendukung agar pelaku UMKM dapat praktik dalam pembuatan konten digital guna promosi produk yang menarik. 3) Memaksimalkan peserta kegiatan agar dapat memanfaatkan akun sosial media dalam melakukan promosi produk sehingga lebih dikenal di masyarakat luas.

## **METODE PELAKSANAAN**

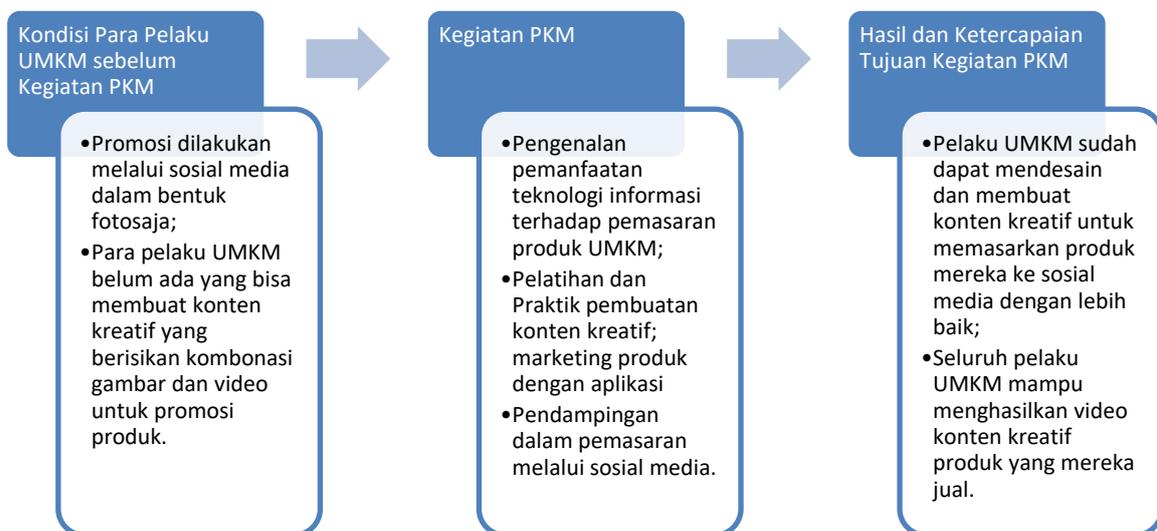
Pengabdian kepada masyarakat ini dibagi menjadi beberapa sesi kegiatan yang menunjang realisasi solusi dari permasalahan pada konten promosi yang dihadapi, antara lain: 1) Pengenalan Pemanfaatan Teknologi Informasi dalam Pemasaran Produk UMKM. Sesi pertama merupakan pemaparan materi yang dilakukan dengan presentasi materi dan diskusi. Selanjutnya adalah dilakukan sosialisasi tentang pentingnya pemanfaatan teknologi informasi, terutama dalam promosi produk UMKM. Selain presentasi yang dilakukan oleh pemateri, kegiatan juga dilakukan diskusi dengan peserta terkait dengan materi yang telah disampaikan. Pelatihan dan Praktik Pembuatan Konten Marketing dengan Aplikasi. 2) Sesi kedua kemudian langsung dilanjutkan dengan kegiatan pelatihan dan praktik dalam pembuatan konten promosi produk UMKM. Pada sesi ini para peserta diminta untuk mempraktikkan secara langsung dengan menggunakan *smartphone* maupun laptop masing-masing dengan aplikasi *Canva*. Pelatihan

diawali dengan mengenalkan *tools* serta menu yang disediakan oleh aplikasi. Selanjutnya peserta mempraktikkan langsung pembuatan poster dan konten promosi dengan menggunakan aplikasi *Canva*. Dalam pelatihan ini para peserta mendapatkan pendampingan agar dapat memanfaatkan segala fitur dengan baik. 3) Pendampingan Pelaku UMKM dalam Pembuatan Konten Kreatif Promosi. Strategi pemecahan permasalahan yang ada tidak bisa hanya terlaksana dalam pelatihan, tetapi perlu adanya pendampingan berkelanjutan. Dalam kegiatan ini dilakukan dengan memberikan masukan dan mendampingi dalam proses pembuatan konten promosi yang dibuat dan mendampingi pembuatan. Hal ini adalah yang diperlukan oleh para pelaku UMKM yang pada dasarnya belum terbiasa membuat konten kreatif promosi.



Gambar 1. Gambaran Umum Proses Pelaksanaan Kegiatan Pengabdian

Kegiatan ini dilakukan diawali dengan memberikan materi dalam bentuk teori yang dilanjutkan dengan pelatihan dan praktikum pembuatan konten marketing dengan aplikasi *Canva*. Selanjutnya adalah pendampingan pasca kegiatan dalam pembuatan konten kreatif oleh para pelaku UMKM. Kegiatan ini merupakan pemecahan masalah yang ada di para pelaku UMKM dalam pembuatan konten promosi, digambarkan dalam alur pemecahan masalah berikut ini.



Gambar 2. Alur Ketercapaian Tujuan Kegiatan PKM

Kegiatan ini direalisasikan untuk mencapai tujuan adanya pemanfaatan teknologi informasi dalam konten promosi produk yang para pelaku UMKM lakukan. Dalam hal ini para pelaksana PKM juga masih melakukan pendampingan pasca kegiatan selama 2 minggu untuk memastikan para peserta sudah mengenal fitur maupun aplikasi dengan lebih baik lagi.

## **HASIL DAN LUARAN**

Sebelum pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dibutuhkan beberapa persiapan yang harus dilakukan, antara lain: 1) Koordinasi pelaksanaan kegiatan yang dilakukan oleh ketua Pelaksana PKM dengan ketua pimpinan UMKM Binaan, mengenai tema, tujuan PKM yang akan dilaksanakan, serta waktu pelaksanaan kegiatan. 2) Setelah terjadi kesepakatan pelaksanaan kegiatan PKM, selanjutnya tim pelaksana melakukan koordinasi untuk persiapan kegiatan seperti survey pengetahuan awal peserta terhadap videografi dan tim pelaksana melakukan pembagian materi yang akan disampaikan. 3) Mempersiapkan *tools* yang akan digunakan dan juga kebutuhan penunjang PKM lainnya.

Kegiatan ini dilaksanakan pada hari Jumat pada hari Jumat tanggal 28 Januari 2022 dengan diikuti oleh 12 peserta dari UMKM Kota Tegal dan sekitarnya. Pelaksanaan kegiatan diadakan di Politeknik Harapan Bersama. Materi yang disampaikan pada pelaksanaan kegiatan adalah Sosialisasi Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Pemanfaatannya dalam Promosi Produk UMKM serta Pendahuluan pemakaian aplikasi *Canva*. Setelah sesi pemaparan materi selesai, dilanjutkan dengan praktikum pembuatan konten video promosi yang langsung didampingi oleh tim pelaksana kepada seluruh peserta.

Kegiatan Pengabdian Masyarakat yang dilaksanakan dengan para pelaku UMKM Kota Tegal dan sekitarnya berjalan dengan baik dan lancar. Peserta kegiatan sangat antusias mengikuti pelaksanaan kegiatan. Pada kegiatan PKM dimulai dengan sosialisasi pemanfaatan teknologi informasi dalam kegiatan promosi produk UMKM. Dalam materi tersebut disampaikan beberapa manfaat serta pentingnya adanya implementasi teknologi informasi pada promosi produk UMKM. Implementasi teknologi informasi salah satunya dapat digunakan oleh pelaku UMKM dalam membuat konten kreatif yang nantinya diunggah pada sosial media yang dimiliki. Untuk itu kegiatan kemudian langsung dilanjutkan dengan pelatihan dan juga pendampingan pembuatan konten promosi produk dengan memanfaatkan teknologi informasi. Dalam praktikum ini digunakan aplikasi yang membantu para pelaku UMKM membuat konten promosi, yaitu *Canva*. Di awal telah dijelaskan pengenalan tentang aplikasi *Canva*, mulai dari menu yang disediakan, beberapa desain yang ada, serta *button* yang akan sering digunakan oleh

peserta dalam implementasi aplikasi. Pada Gambar 3 dibawah ini merupakan dokumentasi foto pelaksanaan kegiatan PKM.



Gambar 3 Pelaksanaan Kegiatan PKM

Praktikum didampingi oleh mahasiswa yang ikut terlibat dalam kegiatan PKM ini. Mahasiswa dibagi menjadi penyaji materi, serta fasilitator praktikum. Kegiatan pelatihan dibagi menjadi dua sesi pelatihan. Pelatihan pertama adalah pelatihan pembuatan poster dan video dengan menggunakan aplikasi *Canva* dengan menggunakan *smartphone* dan *laptop* yang dimiliki oleh masing-masing peserta kegiatan.



Gambar 1. Pendampingan Praktikum oleh Tim Pelaksana

Praktikum dimulai dengan melakukan instalasi aplikasi *Canva* dan dilanjutkan dengan pengenalan fitur dan juga pembuatan poster, kegiatan berlangsung dengan sangat menyenangkan, para peserta antusias mengikuti kegiatan pelatihan pembuatan poster dakwah. Kegiatan pelatihan dimulai dengan pengenalan fitur aplikasi dan dilanjutkan dengan praktek editing video. Dalam praktek editing video ini peserta diajarkan untuk menambahkan teks ke dalam video, menambahkan suara dan juga penambahan efek untuk video yang akan diedit. Dalam pelaksanaan pelatihan bejalan dengan lancar. Berikut ini adalah contoh video promosi yang dibuat oleh peserta.



Gambar 4 Contoh Hasil Konten oleh Peserta

Dapat dilihat dari gambar 4 di atas bahwa pelaku UMKM memang membutuhkan kegiatan tersebut untuk membantu promosi produk mereka. Dari beberapa contoh tersebut juga terlihat bahwa peserta mampu mempelajari penggunaan aplikasi dengan baik dan cepat. Pelaksana PKM masih melakukan pendampingan selama 2 minggu setelah kegiatan berlangsung dengan membuat grup *whatsapp* untuk mengetahui peningkatan kemampuan para pelaku UMKM dalam membuat konten kreatif. Selama masa pendampingan dilakukan, diperoleh informasi bahwa seluruh peserta sudah mampu menggunakan aplikasi *Canva* dengan baik dalam membuat konten kreatif promosi. Video tersebut dibagikan para pelaku UMKM dalam grup yang disediakan sebagai upaya memantau peningkatan pengetahuan terhadap aplikasi *Canva*.

Pelaksanaan kegiatan tidak terlepas dari evaluasi yang digunakan sebagai masukan penyelenggaraan kegiatan serupa di kemudian hari, terdiri atas adanya faktor pendukung yang menunjang pelaksanaan kegiatan serta faktor penghambat yang menjadi hal yang perlu dihindari di kemudian hari. Evaluasi dari pelaksanaan kegiatan antara lain: 1) Faktor Pendukung Kegiatan Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dapat berjalan dengan baik dengan adanya beberapa faktor pendukung diantaranya: 1) Kerjasama tim yang solid dan kompak dalam persiapan maupun pelaksanaan kegiatan. 2) Peserta yang antusias mengikuti kegiatan PKM. 3) Adanya keikutsertaan mahasiswa dalam mendampingi praktikum dengan baik. 2) Faktor Penghambat Kegiatan (Kendala). Selain faktor pendukung, terdapat juga beberapa faktor penghambat yang dijadikan masukan dalam penyelenggaraan kegiatan serupa ke depan, diantaranya: 1) Terbatasnya ketersediaan memori *smart phone* yang dimiliki peserta kegiatan sehingga ada beberapa yang tidak bisa menggunakan aplikasi yang dibutuhkan, namun

harus langsung menggunakan *website*. 2) Variasi umur peserta sehingga daya tangkat masing-masing peserta berbeda, sehingga diperlukan pendamping yang lebih banyak dalam pelaksanaan praktikum.

## **SIMPULAN**

Pelaksanaan Kegiatan PKM dengan sasaran para pelaku UMKM dalam rangka peningkatan pengetahuan videografi sebagai upaya pendukung promosi berjalan dengan baik dan lancar. Peningkatan pengetahuan dilakukan dengan adanya proses transfer pengetahuan terhadap implementasi teknologi informasi serta dilanjutkan dengan adanya praktikum dan pendampingan. Kegiatan ini juga dikemas dengan praktikum yang interaktif dan diskusi yang menyenangkan. Para pelaku UMKM juga sudah mampu mempraktikkan aplikasi *Canva* dengan baik sebagai sarana pembuatan konten kreatif dalam melakukan promosi. Bentuk promosi yang berbeda dan menarik tentunya juga dapat meningkatkan penjualan produk para pelaku UMKM.

## **DAFTAR RUJUKAN**

- Abdurrahman, G., Oktavianto, H., Habibie, E. Y., & Hadiyatullah, A. W. (2020). Pelatihan Digital Marketing Pada UMKM Sebagai Penunjang Kegiatan Promosi Dan Pemasaran. *Jurnal Pengabdian Manajemen, 1*(2), 88-92.
- Apriliani, D., Sasmito, G. W., & Ilmadina, H. Z. (2022). Pemanfaatan Teknologi Informasi untuk Optimalisasi Dakwah Bagi Kader Nasyiatul Aisyiyah Bulakamba-Brebes. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, 6*(5), 1255-1261. doi:<https://doi.org/10.31849/dinamisia.v6i5.7972>
- As-Tsauri, M., & Munastiwi, E. (2020). Strategi Kepala Madrasah Dalam Menentukan Kebijakan Pembelajaran Era Covid-19: Studi Kasus Kepala Madrasah Ibtidaiyah NW Pondok Gedang. *ElementerIs: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dasar Islam, 55-61*.
- Dalimunthe, A., Herlina, Sari, D., Kurniasari, P., & Agustina, S. (2019). IMPLEMENTASI PEMANFAATAN TEKNOLOGI INFORMASI SEBAGAI MEDIA PROMOSI BAGI PELAKU USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DI KOTA PALEMBANG. *Seminar Nasional AVoER XI 2019* (hal. 816-821). Palembang: Fakultas Teknik Universitas Sriwijaya.
- Junaedi, S. (2021, Oktober 2). APLIKASI CANVA SEBAGAI MEDIA PEMBELAJARAN DARING UNTUK MENINGKATKAN KEMAMPUAN KREATIFITAS MAHASISWA PADA MATA KULIAH ENGLISH FOR INFORMATION

- COMMUNICATION AND TECHNOLOGY. *Bangun Rekapima: Majalah Ilmiah Pengembangan Rekayasa, Sosial dan Humaniora*, 07(2), 80-89.  
doi:<http://dx.doi.org/10.32497/bangunrekapima.v7i2,%20Oktober.3000>
- Mansir, F., & Tumin. (2022). Pemberdayaan UMKM Sebagai Usaha Meningkatkan Kualitas Pemasaran Produk Di Padukuhan Dukuh Sari Wonokerto Turi Sleman. *Jurnal ABDINUS : Jurnal Pengabdian Nusantara*, 6(3), 656-664.  
doi:<https://doi.org/10.29407/ja.v6i3.17698>
- Mildawati, T. (2016). TEKNOLOGI INFORMASI DAN PERKEMBANGANNYA DI INDONESIA. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi dan Keuangan)*, 101.
- Muthmainnah, Balqis, P., & Istiqa, L. (2018). ANALISA PENGGUNAAN TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI (TIK) PADA USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH (UMKM). *IKRA-ITH Ekonomiika*, 93-100.
- Novian, A. D. (2021, October 8). *Direktorat Jenderal Aplikasi Informatika*. Diambil kembali dari <https://aptika.kominfo.go.id/>: <https://aptika.kominfo.go.id/2021/10/pahami-perilaku-masyarakat-dalam-pembuatan-konten-kreatif-umkm/>
- Pelangi, G. (2020, Desember). PEMANFAATAN APLIKASI CANVA SEBAGAI MEDIA PEMBELAJARAN BAHASA DAN SASTRA INDONESIA JENJANG SMA/MA. *Jurnal Sasindo Unpam*(8), 79-96. doi:<http://dx.doi.org/10.32493/sasindo.v8i2.79-96>
- Prasetya, A. Y., Sugiharti, & Fadhila, Z. R. (2021). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK UMKM DESA BOJA. *BUDIMAS : JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT*, 3(1), 102-108.
- Supradaka. (2022, Maret 1). Pemanfaatan Canva Sebagai Media Perancangan Grafis. *Jurnal IKRAITH-TEKNOLOGI*, 6(1), 62-68.
- Tekege, M. (2018, Desember 2). Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Pada Era Masyarakat Ekonomi Asean. *JMD: Jurnal Manajemen Dewantara*, 1(2), 62-76. Diambil kembali dari <http://ejournal.stiedewantara.ac.id/index.php/JMD/issue/view/32>
- Zubaedah, H. (2021, June 22). *Media Indonesia*. Diambil kembali dari Media Indonesia: <https://mediaindonesia.com/humaniora/389057/kemenkominfo-89-penduduk-indonesia-gunakan-smartphone>