TENANG Teknologi, Edukasi, dan Pengabdian Multidisiplin Nusantara Gemilang
e-ISSN : 3064-2833
Volume 2, Nomor 1, Tahun 2025, pp 41-47
DOI : 10.71234/tenang.v2i1.54

Pelatihan Pemanfaatan Media Desain CapCut sebagai Sarana Komunikasi Bisnis di Kelurahan Watubangga

Muhamad Stiadi[1], Niar Astaginy[2], Mustafa[3], Hendrik[4]
[1234]Universitas Sembilanbelas November Kolaka, Indonesia

Corresponding Author
Nama Penulis : Muhamad Stiadi
E-mail : muhamad.stiadi@gmail.com

Abstrak

Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan masyarakat Kelurahan Watubangga dalam memanfaatkan aplikasi CapCut sebagai sarana komunikasi bisnis. Sebagian besar peserta awalnya memiliki pemahaman yang terbatas mengenai desain grafis dan teknologi digital untuk pemasaran. Melalui pelatihan yang terdiri dari sesi teori dan praktik, peserta dilatih untuk menggunakan CapCut dalam membuat video promosi yang kreatif dan relevan. Hasil evaluasi menunjukkan peningkatan yang signifikan, di mana 95% peserta memahami prinsip dasar komunikasi bisnis dan 85% mampu mempraktikkan fitur utama CapCut. Peserta juga menunjukkan antusiasme tinggi dan memberikan masukan untuk pelatihan lanjutan. Kegiatan ini memberikan dampak positif, membantu masyarakat memanfaatkan teknologi secara produktif untuk mendukung aktivitas bisnis mereka. Keberlanjutan program ini disarankan dengan mengadakan pelatihan lanjutan dan menyediakan fasilitas pendukung untuk meningkatkan hasil yang lebih optimal.

Kata kunci – pelatihan, komunikasi bisnis, CapCut, media desain, teknologi digital

Abstract

The objective of this training was to improve the comprehension and proficiency of the Watubangga Village community in employing the CapCut application as a business communication instrument. The majority of participants initially possessed minimal understanding of graphic design and digital technologies for marketing applications. Participants were instructed in the usage of CapCut to produce innovative and pertinent advertising movies through training sessions that included both theoretical and practical elements. The evaluation results indicated a substantial enhancement, with 95% of participants comprehending the fundamental principles of corporate communication and 85% effectively utilizing CapCut's primary features. Participants exhibited much excitement and offered recommendations for subsequent training. This initiative positively influenced the community, facilitating the productive use of technology to enhance their commercial operations. Program sustainability is advocated through enhanced training and the provision of supportive facilities to attain more optimal outcomes.

Keywords - training, corporate communication, CapCut, media design, digital technology

PENDAHULUAN

Kelurahan Watubangga, yang terletak di Kabupaten Kolaka, Sulawesi Tenggara, merupakan kawasan yang mayoritas penduduknya memiliki mata pencaharian sebagai karyawan BUMN dan pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Teknologi informasi, seperti ponsel pintar dan jaringan Wi-Fi, telah tersedia di lingkungan tersebut. Namun, pemanfaatan teknologi ini belum sepenuhnya diarahkan untuk kegiatan produktif. Sebagian besar masyarakat hanya menggunakan perangkat teknologi untuk hiburan, seperti bermain game atau menjelajahi media sosial. Padahal, teknologi memiliki potensi besar

untuk mendukung kegiatan bisnis, khususnya melalui pengenalan media desain digital sebagai alat komunikasi pemasaran yang efektif (Patria et al., 2023).

Komunikasi bisnis merupakan aspek penting dalam menjalankan usaha, terutama dalam menyampaikan informasi kepada konsumen. Desain grafis memainkan peran strategis dalam meningkatkan daya tarik dan kepercayaan konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Salah satu aplikasi yang dapat mendukung hal ini adalah CapCut, sebuah platform pengeditan video yang mudah digunakan, bahkan oleh pemula. Melalui aplikasi ini, masyarakat dapat menciptakan konten visual yang menarik dan relevan untuk mempromosikan produk mereka.

Komunikasi bisnis adalah proses pertukaran informasi, gagasan, atau instruksi yang dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam era digital, penggunaan media desain menjadi semakin signifikan untuk meningkatkan efektivitas komunikasi bisnis. Media desain, seperti video promosi, memungkinkan pelaku usaha menyampaikan pesan yang menarik perhatian konsumen dengan memanfaatkan elemen visual, teks, warna, dan tata letak yang kreatif (Haryanto et al., 2022). CapCut sebagai aplikasi pengeditan video menawarkan fitur-fitur seperti transisi, teks animasi, dan efek visual yang dapat meningkatkan kualitas konten promosi. Dengan menggunakan CapCut, pengguna dapat menciptakan konten video berkualitas tinggi yang mampu mendukung aktivitas pemasaran.

Beberapa penelitian yang memanfaatkan media digital diantaranya, pentingnya keterampilan komunikasi dalam kewirausahaan, terutama di era globalisasi. Pelatihan dilakukan di Vihara Giri Bhakti, Lampung, dengan metodologi pelatihan, pendampingan, dan evaluasi. Hasilnya menunjukkan peningkatan signifikan pada kemampuan komunikasi peserta, termasuk menyampaikan visi bisnis dan membangun interaksi dengan mitra. Pelatihan ini memperlihatkan dampak positif dalam meningkatkan daya saing bisnis dan memperbaiki dinamika internal perusahaan (Kristianto et al., 2023). Pemanfaatan media sosial untuk promosi, meningkatkan daya saing, dan penjualan. Dengan pendekatan deskriptif kualitatif, penelitian ini menunjukkan media sosial berperan sebagai alat komunikasi efektif yang memudahkan interaksi dan promosi. Hasilnya, swalayan tersebut berhasil meningkatkan pendapatan dan memperluas jaringan pelanggan (Firdaus et al., 2024). Pelatihan dalam meningkatkan wawasan siswa SMKN 1 Sikur tentang desain kemasan, khususnya untuk produk oleh-oleh lokal. Dengan metode simulasi dan latihan terbimbing, kegiatan ini mencakup pelatihan desain grafis digital hingga pembuatan kemasan fisik seperti standing pouch. Hasil pelatihan menunjukkan peningkatan kreativitas siswa dalam menghasilkan desain yang menarik untuk mendukung daya jual produk lokal (Hasbullah et al., 2022). Pelatihan desain grafis bagi ibu-ibu PKK dan Karang Taruna di Pancoran Mas, Depok, menggunakan Adobe Photoshop. Dengan metode ceramah, praktik, dan sharing session, pelatihan ini meningkatkan pemahaman peserta dari 48,18% menjadi 77,27%. Peserta juga memperoleh keterampilan membuat desain seperti kartu nama, banner, dan poster, yang berguna untuk mendukung usaha kecil mereka (Saputro et al., 2022). Pelatihan untuk meningkatkan keterampilan pengelola gereja dalam menggunakan Google Business untuk integrasi media sosial. Kegiatan ini diikuti oleh 30 peserta di Banyumas, Jawa Tengah, dan difokuskan pada praktik seperti optimalisasi akun Gmail untuk komunikasi dan Google Maps untuk pelacakan lokasi. Hasilnya, peserta mampu membuat media sosial terintegrasi untuk mendukung penyebaran informasi gereja secara lebih luas dan efisien (Kristiyanto et al., 2023). Pelatihan kewirausahaan dan komunikasi bisnis bagi mahasiswa Fakultas Ilmu Keperawatan dan Kesehatan Universitas Muhammadiyah Semarang. Dengan metode Project-Based Learning (PBL), pelatihan ini bertujuan menumbuhkan jiwa wirausaha pada mahasiswa. Dari 29 peserta, 20 di antaranya diharapkan menjadi wirausaha mandiri di bidang kesehatan. Rencana tindak lanjut adalah pembentukan inkubator kewirausahaan untuk mendukung peserta (Hidayati et al., 2019).

Peran media sosial dalam mendukung komunikasi bisnis, khususnya bagi pelaku UMKM di era digital. Studi kualitatif eksplanatoris menunjukkan bahwa media sosial membantu UMKM memperkuat hubungan dengan konsumen melalui saluran informasi, branding, dan komunikasi dua arah. Meski efektif, diperlukan penguatan tata kelola media sosial dan peningkatan kompetensi pelaku bisnis (Arianto, 2022). Penelitian mengelaborasi peran media sosial, khususnya Facebook dan WhatsApp, dalam mendukung pemasaran digital. Melalui pelatihan, peserta diharapkan dapat memahami cara memanfaatkan media sosial untuk memasarkan produk secara lebih efektif dan efisien, terutama di era pandemi yang membatasi interaksi langsung (Urva et al., 2022). Eksplorasi bagaimana media sosial menjadi standar baru dalam komunikasi bisnis di era digital. Dengan menggunakan metode systematic literature review, penelitian ini

menyimpulkan bahwa media sosial berperan signifikan dalam meningkatkan customer engagement, promosi produk, dan membangun kepercayaan konsumen (Nurmaelinda & Ibnu Rusydi, 2023). Pelatihan desain grafis bagi Karang Taruna dan ibu PKK menggunakan Adobe Photoshop. Hasil pelatihan menunjukkan peningkatan pemahaman peserta dari 48,18% menjadi 77,27%. Pelatihan ini memberikan pengalaman baru dan keterampilan desain grafis yang relevan untuk mendukung aktivitas komunitas (Pramono et al., 2023). Penelitian berfokus pada penggunaan media komunikasi visual seperti poster, banner, dan brosur untuk mempromosikan SMK Yuppentek 7 Tangerang. Dengan menggunakan Adobe Illustrator dan Photoshop, media promosi yang dirancang diharapkan mampu meningkatkan citra sekolah dan menarik calon siswa baru (Mujahid et al., 2022). Rancangan desain komunikasi visual untuk merayakan HUT Kemerdekaan RI di Graha Gardenia Citra Raya. Dengan menggunakan software Corel Draw, desain seperti spanduk, poster, dan banner dibuat untuk menyampaikan pesan nasionalisme dan mempererat hubungan antarwarga (Utami et al., 2023).

Kegiatan pelatihan ini bertujuan untuk memberikan edukasi kepada masyarakat, khususnya pemuda di Kelurahan Watubangga, tentang cara memanfaatkan aplikasi CapCut untuk menciptakan konten video promosi yang kreatif dan menarik. Melalui pelatihan ini, peserta diharapkan mampu meningkatkan keterampilan mereka dalam menggunakan teknologi digital sebagai sarana komunikasi bisnis. Pada akhirnya, pelatihan ini bertujuan untuk memberdayakan masyarakat setempat agar lebih produktif dalam menggunakan teknologi demi mendukung kegiatan bisnis mereka.

METODE

Pelaksanaan kegiatan pelatihan ini dilakukan secara sistematis untuk memastikan tercapainya tujuan, yaitu meningkatkan pemahaman masyarakat Kelurahan Watubangga dalam memanfaatkan media desain melalui aplikasi CapCut untuk komunikasi bisnis. Metode yang digunakan melibatkan beberapa tahap, meliputi persiapan, pelaksanaan, evaluasi, serta pemahaman sebelum dan sesudah kegiatan. Berikut adalah penjelasan detail dari setiap tahapan:

1. Persiapan Kegiatan

a. Analisis Kebutuhan
   Dilakukan survei awal terhadap peserta untuk mengetahui tingkat pemahaman mereka tentang komunikasi bisnis dan penggunaan aplikasi CapCut. Survei ini bertujuan untuk mengidentifikasi kebutuhan spesifik masyarakat terkait media desain digital.

b. Penyusunan Materi
   Materi pelatihan disusun berdasarkan hasil survei, mencakup pengenalan dasar komunikasi bisnis, prinsip desain grafis, dan langkah-langkah penggunaan aplikasi CapCut.

c. Penyediaan Sarana dan Prasarana
   Menyiapkan perangkat yang dibutuhkan, seperti komputer/laptop, ponsel, dan koneksi internet untuk mendukung pelatihan. Handout atau panduan teknis penggunaan CapCut juga disediakan.

2. Pelaksanaan Kegiatan

Pelaksanaan pelatihan dibagi menjadi dua sesi utama, yaitu teori dan praktik, dengan rincian sebagai berikut:

a. Sesi Teori
   - Pengenalan konsep komunikasi bisnis dan pentingnya media desain untuk pemasaran.
   - Penjelasan tentang dasar-dasar desain grafis, seperti elemen visual, warna, teks, dan layout.
   - Pengenalan fitur-fitur utama dalam aplikasi CapCut, seperti transisi, efek visual, teks animasi, dan pengaturan audio.

b. Sesi Praktik
   - Peserta dibimbing langsung untuk menggunakan aplikasi CapCut dalam membuat video promosi. Kegiatan ini mencakup memilih template yang sesuai dengan tujuan komunikasi bisnis, menambahkan elemen visual dan teks untuk memperkuat pesan iklan, menggunakan fitur transisi dan efek untuk meningkatkan daya tarik konten.

- Setiap peserta diminta membuat video pendek sebagai proyek latihan berdasarkan produk atau jasa yang mereka pilih.

3. Evaluasi dan Pemahaman Peserta

a. Pada awal pelatihan, dilakukan pre-test untuk menilai pengetahuan awal peserta mengenai komunikasi bisnis dan penggunaan aplikasi CapCut.

b. Setelah pelatihan selesai, peserta mengikuti post-test untuk mengukur peningkatan pemahaman dan keterampilan mereka.

4. Evaluasi Kegiatan

a. Peserta diberi kesempatan untuk menyampaikan pengalaman mereka selama pelatihan, termasuk kendala yang dihadapi dan saran untuk perbaikan.

b. Video hasil latihan peserta dinilai berdasarkan kreativitas, kesesuaian desain dengan tujuan komunikasi bisnis, dan kualitas teknis.

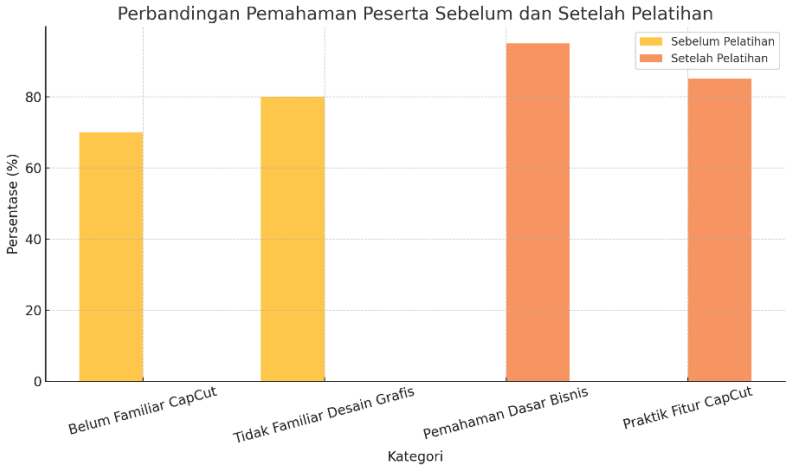
c. Tinjauan akhir dilakukan untuk memastikan bahwa tujuan pelatihan tercapai. Hasil evaluasi digunakan untuk menyusun laporan pelatihan serta merencanakan kegiatan serupa di masa depan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelaksanaan pelatihan "Pemanfaatan Media Desain CapCut sebagai Sarana Komunikasi Bisnis di Kelurahan Watubangga" berjalan dengan lancar dan sesuai dengan metode yang telah direncanakan. Berikut adalah hasil dari setiap tahapan pelatihan:

1. Pencapaian Pemahaman Peserta

Sebelum pelatihan dimulai, hasil pre-test menunjukkan bahwa mayoritas peserta memiliki pemahaman yang terbatas terkait komunikasi bisnis dan desain grafis. Sebanyak 70% peserta belum pernah menggunakan aplikasi CapCut, sementara 80% lainnya tidak familiar dengan elemen-elemen desain grafis, seperti tata letak, warna, dan teks. Selain itu, sebagian besar peserta cenderung memanfaatkan teknologi, khususnya ponsel, hanya untuk keperluan hiburan atau aktivitas di media sosial. Namun, setelah pelatihan selesai, hasil post-test menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam pemahaman dan keterampilan peserta. Sebanyak 95% peserta telah memahami prinsip dasar komunikasi bisnis dan pentingnya penggunaan media desain dalam pemasaran. Selain itu, 85% peserta berhasil mempraktikkan fitur utama CapCut, seperti memilih template, menambahkan teks dan efek, serta mengatur audio. Peserta juga menjadi lebih percaya diri dalam membuat video promosi sederhana untuk mendukung produk atau jasa mereka.



Gambar 1. Pencapaian Pemahaman Peserta

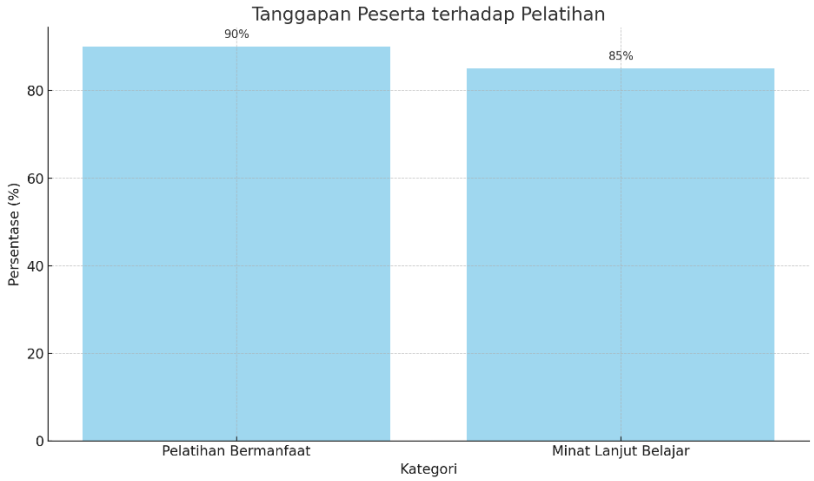
2. Kegiatan Praktik dan Hasil Karya

Selama sesi praktik, setiap peserta berhasil membuat video pendek menggunakan aplikasi CapCut dengan bimbingan fasilitator. Video yang dihasilkan dinilai berdasarkan tiga kriteria utama, yaitu kreativitas

dalam pemilihan desain dan elemen visual, relevansi dengan tujuan komunikasi bisnis, serta kualitas teknis yang meliputi penggunaan transisi, efek, teks, dan audio. Dari total 30 peserta, evaluasi menunjukkan bahwa 10 peserta menghasilkan video dengan kualitas sangat baik karena memenuhi semua kriteria yang telah ditentukan. Sebanyak 15 peserta menghasilkan video dengan kualitas baik, meskipun masih membutuhkan sedikit penyempurnaan pada detail visual. Sementara itu, 5 peserta menghasilkan video dengan kualitas cukup dan memerlukan lebih banyak latihan untuk meningkatkan kemampuan mereka dalam mengoperasikan aplikasi dan menciptakan video yang lebih menarik.

3. Tanggapan Peserta

Tanggapan dari peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi terhadap pelatihan yang telah dilaksanakan. Berdasarkan hasil survei kepuasan, 90% peserta merasa bahwa pelatihan ini sangat bermanfaat dalam meningkatkan pemahaman mereka mengenai cara memanfaatkan teknologi untuk mendukung komunikasi bisnis. Selain itu, sebanyak 85% peserta menyatakan minat untuk terus belajar menggunakan aplikasi CapCut dan mengeksplorasi aplikasi desain lainnya guna memperluas keterampilan mereka. Para peserta juga memberikan masukan agar diadakan pelatihan lanjutan yang lebih mendalam, seperti pembuatan strategi pemasaran berbasis media sosial, untuk membantu mereka mengembangkan kemampuan lebih jauh dalam mendukung kegiatan bisnis.



Gambar 2. Tanggapa Peserta

4. Penilaian Keseluruhan Kegiatan

Kegiatan pelatihan ini dapat dikategorikan berhasil, ditandai dengan peningkatan keterampilan peserta dalam membuat konten video promosi yang signifikan. Tingginya kehadiran peserta selama pelatihan mencerminkan antusiasme yang besar terhadap topik ini. Selain itu, pelatihan ini memberikan dampak positif, di mana peserta menyadari potensi teknologi dalam mendukung aktivitas bisnis mereka. Namun, terdapat beberapa tantangan yang dihadapi, seperti kendala teknis pada beberapa peserta yang kurang terbiasa menggunakan perangkat pintar. Keterbatasan waktu pelatihan juga menjadi hambatan, sehingga peserta membutuhkan pendampingan lebih lanjut untuk mengembangkan keterampilan mereka. Untuk memastikan keberlanjutan program, disarankan untuk mengadakan pelatihan lanjutan yang lebih mendalam, dengan fokus pada strategi pemasaran digital secara menyeluruh. Pembentukan komunitas kreatif di lingkungan Kelurahan Watubangga juga diharapkan dapat menjadi wadah bagi peserta untuk berbagi pengalaman dan belajar bersama. Selain itu, penting untuk melibatkan pemangku kepentingan lokal guna menyediakan fasilitas pelatihan yang lebih memadai, seperti perangkat komputer dan koneksi internet yang mendukung.

Pelatihan ini berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan masyarakat dalam memanfaatkan aplikasi CapCut sebagai sarana komunikasi bisnis. Peserta menunjukkan kemampuan untuk mengaplikasikan pengetahuan baru dalam menghasilkan konten promosi yang menarik. Antusiasme dan hasil karya peserta menjadi bukti bahwa kegiatan ini memberikan dampak positif yang signifikan.

KESIMPULAN

Pelatihan "Pemanfaatan Media Desain CapCut sebagai Sarana Komunikasi Bisnis di Kelurahan Watubangga" berhasil meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta dalam memanfaatkan teknologi untuk mendukung aktivitas bisnis. Peserta menunjukkan antusiasme yang tinggi selama pelatihan, yang tercermin dari peningkatan keterampilan mereka dalam membuat konten video promosi menggunakan aplikasi CapCut. Selain itu, pelatihan ini membantu peserta menyadari pentingnya teknologi sebagai alat komunikasi bisnis yang efektif. Meskipun beberapa peserta menghadapi kendala teknis, pelatihan ini secara keseluruhan memberikan dampak positif dalam memberdayakan masyarakat untuk lebih produktif. Keberhasilan ini diharapkan menjadi langkah awal dalam membangun kemampuan masyarakat dalam bidang pemasaran digital, dengan peluang untuk mengembangkan program pelatihan yang lebih mendalam di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

Arianto, B. (2022). Peran Media Sosial Dalam Penguatan Komunikasi Bisnis Kewargaan di Era Ekonomi Digital. *Jurnal Ekonomi Perjuangan*, *4*(2), 132–146. https://doi.org/10.36423/jumper.v4i2.1148

Firdaus, A., Rofi'i, A., Rohman, A. N., & Tsrif, M. (2024). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Promosi untuk Meningkatkan Daya Saing dan Tingkat Penjualan di Swalayan Surya Ponorogo. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (JEBMA)*, *4*(1), 107–115. https://doi.org/10.47709/jebma.v4i1.3481

Haryanto, H., Delfina, D., Jessica, J., Chang, J., & Quinn, F. (2022). Pemasaran Digital untuk Meningkatkan Produktivitas, Efisiensi dan Pendapatan UMKM JHN Shop Batam. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, *2*(2), 181–186. https://doi.org/10.52436/1.jpmi.494

Hasbullah, Anggrawan, A., Sumadewa, I., Satria, C., & Rahmiati, B. (2022). Pelatihan Desain Kemasan di Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 1 Sikur. *Jurnal Abdi Widya*, *1*(2), 73–78.

Hidayati, E., Nugroho, H. A., & Indrawati, N. D. (2019). Pelatihan Jiwa Kewirausahaan Dan Komunikasi Bisnis Dalam Bidang Kesehatan. *Jurnal Pengabdian Kesehatan*, *2*(1), 48–77. https://doi.org/10.31596/jpk.v2i1.25

Kristianto, A., Studi, P., Komunikasi, I., Sekolah, B., Ilmu, T., Buddha, A., & Lampung, J. (2023). Pengembangan Keterampilan Komunikasi Sebagai Kunci Kesuksesan Wirausaha: Studi Kasus Pelatihan Kewirausahaan Widiyanto 1* , Aris Setia Putra 2 , Kadek Dwiki G. 3 , Eka Prista. *COMMUNITY : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *3*(2), 74–82.

Kristiyanto, D., Safitri, S., & Silvani, T. (2023). Pengabdian Masyarakat Pemanfaatan Google Business untuk membuat Media Sosial Terintegrasi. *Media Abdimas*, *3*(2), 57–63. https://doi.org/10.37817/mediaabdimas.v3i2.2769

Mujahid, M. A., Hafiz, M. J., & Sari, A. M. (2022). Media Desain Komunikasi Visual Sebagai Penunjang Promosi Pada SMK Yuppentek 7 Tangerang. *MAVIB Journal*, *3*(1), 43–52. https://doi.org/10.33050/mavib.v3i1.1572

Nurmaelinda, & Ibnu Rusydi. (2023). Sosial Media Sebagai Standar Interaksi/Hubungan Bisnis Pada Era Digital Di Indonesia. *Demagogi: Journal of Social Sciences, Economics and Education*, *1*(1), 1–10. https://doi.org/10.61166/demagogi.v1i1.1

Patria, H., Fatchul Alam, M. A., Mulyadi, A., & Setyarko, A. (2023). The Influences of Digital Technology, Digital Literacy, and Digital Marketing On The Performance of SMEs in Bekasi. *Cakrawala Repositori IMWI*, *6*(1), 401–419. https://doi.org/10.52851/cakrawala.v6i1.235

Pramono, S. A., Wahyuningsih, E. S., Sanggoro, H. B., Yulianto, P., & Darmawan, I. N. (2023). Pelatihan Online Pembuatan Iklan Layanan Masyarakat bagi Karang Taruna dengan Software Adobe Photoshop. *SABAJAYA Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, *1*(2), 64–68. https://doi.org/10.59561/sabajaya.v1i2.20

Saputro, J., Bani, A. U., Nugroho, F., & Kurnia, M. T. (2022). Pelatihan Desain Grafis Menggunakan Aplikasi Adobe Photoshop Pada Ibu PKK Dan Karang Taruna Di Kelurahan Pancoran Mas Kota Depok. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Singa Podium (JPMSIPO)*, *1*(1), 14–25. https://doi.org/10.58965/jpmsipo.v1i1.3

Urva, G., Pratiwi, M., & Oemara Syarief, A. (2022). Optimalisasi Media Sosial Sebagai Penunjang Digital Marketing. *ABDINE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, *2*(1), 56–61. https://doi.org/10.52072/abdine.v2i1.301

Utami, W. S., Faisal, M., & Saputra, A. D. (2023). Perancangan Desain Komunikasi Visual Perayaan HUT Kemerdekaan RI Pada Graha Gardenia. *MAVIB Journal*, *4*(1), 101–112. https://doi.org/10.33050/mavib.v4i1.2517