
Pelatihan Teknik Pengambilan Gambar Guna Meningkatkan Presentasi Visual Pada UMKM Taman Jajan Permata Pamulang, Tangerang Selatan

1) Muhamad Yopi, 2) Cucu Sulastri, 3)Salwa Lila Vahista

^{1,2,3} Afiliasi Dosen Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Pamulang

dosen02848@unpam.ac.id, dosen02849@unpam.ac.id, dosen03104@unpam.ac.id

Abstrak

Program Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan visualisasi pelaku UMKM Taman Jajan Permata Pamulang, Tangerang Selatan, melalui pelatihan teknik pengambilan gambar. Dalam era digital, visualisasi informasi memainkan peran penting dalam menarik perhatian audiens dan memperkuat citra merek. Pelatihan ini menekankan pada penerapan teknik-teknik fotografi, seperti pengaturan shot, sudut kamera, pergerakan kamera, pencahayaan, dan komposisi gambar menggunakan *smartphone* sebagai alat utama. Kegiatan ini dilaksanakan selama tiga hari dengan metode komprehensif yang mencakup ceramah, praktik langsung, dan evaluasi hasil. Hasilnya menunjukkan peningkatan signifikan dalam keterampilan peserta dalam menghasilkan foto produk yang menarik dan profesional. Dampak positif pelatihan meliputi penguatan *branding* UMKM, peningkatan penjualan melalui platform digital, dan keberhasilan peserta dalam mengoptimalkan potensi *smartphone* untuk menciptakan konten visual berkualitas tinggi. Pelatihan ini juga memberikan kontribusi terhadap pemberdayaan ekonomi lokal dan menjadi model pelaksanaan program serupa di masa mendatang. Dengan visual yang lebih menarik, UMKM dapat bersaing secara efektif di pasar digital yang semakin kompetitif.

Kata Kunci : Pelatihan Teknik Pengambilan Gambar, Visualisasi Informasi, UMKM, Media Sosial, *Smartphone*.

Abstract

This community service program (PKM) aims to improve the visualization skills of business actors of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) in Permata Pamulang Snack Park, South Tangerang, through training in image capture techniques. In the digital era, information visualization plays an important role in attracting audience attention and strengthening brand image. This training emphasizes the application of photography techniques, such as shot setting, camera angles, camera movements, lighting, and image composition using smartphones as the main tool. This activity was carried out of three days with a comprehensive method that include lectures, hands-on practice, and evaluation of results. The results showed a significant increase in participants' skills in producing attractive and professional product photos. The positive impacts of training include strengthening MSME branding, in creasing sales through digital platforms, and the success of participant in optimizing the potential of smartphones to create high-quality visual content. This training also contributes to local ecomonic empowerment and becomes a model for implementing similar programs in the future. With more attractive visuals,

MSMEs can compete effectively in the creasingly competitive digital market.

Keywords: *Training in Iimage Capture Techniques, information Visualization, MSMEs, Social Media, Smartphones.*

PENDAHULUAN

Pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) berkesempatan menjangkau pasar yang lebih luas di era digital ini. Visualisasi informasi memainkan peranan kunci dalam menyampaikan pesan secara efektif. Menurut laporan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna internet di Indonesia pada tahun 2024 mencapai 221.563.479 jiwa, dengan tingkat penetrasi sebesar 79,5% dari total populasi 278.696.200 jiwa penduduk Indonesia pada tahun 2023. Pengguna internet di Indonesia mayoritas berasal dari generasi Z (34,40%) dan milenial (30,62%), yang merupakan kelompok dengan tingkat aktivitas digital tertinggi. Selain itu, wilayah urban mendominasi penggunaan internet dengan kontribusi sebesar 69,5%, sementara daerah rural menyumbang 30,5% dari total pengguna. Dengan tingginya penetrasi internet ini, media sosial, terutama platform seperti Instagram, semakin berperan dalam menarik perhatian audiens dan memengaruhi cara informasi diterima melalui konten visual seperti foto dan video (APJII, 2024). Teknik pengambilan gambar termasuk *shot*, *angle*, dan pergerakan kamera memegang peranan penting dalam menghasilkan konten yang tidak hanya menarik melainkan profesional. Dengan memanfaatkan ekosistem digital untuk menjangkau pasar yang lebih luas UMKM juga memiliki keterampilan dalam teknik pengambilan gambar dan dapat memperkuat daya tarik UMKM itu sendiri untuk meningkatkan keterlibatan audiens pada pesan yang disampaikan, pendapatan, serta menerima manfaat dari segi penghematan biaya pemasaran.

Shot, atau jenis pengambilan gambar, merupakan elemen fundamental dalam produksi visual. Menurut Prabowo (2022:63) dalam buku *Sinematografi I*, berbagai jenis shot seperti close-up, medium shot, dan long shot memiliki fungsi yang berbeda dalam membangun narasi visual. Close-up digunakan untuk menampilkan detail dan ekspresi subjek, memberikan kedalaman emosional pada sebuah adegan. Medium shot mengombinasikan karakter dan latar untuk memberikan konteks yang lebih luas, sedangkan long shot menampilkan keseluruhan lingkungan guna memperjelas hubungan antara subjek dan ruang sekitarnya. Pemilihan shot yang tepat sesuai dengan tujuan komunikasi akan membantu dalam menyampaikan pesan secara

efektif kepada audiens.

Angle atau sudut pandang merupakan aspek penting dalam pengambilan gambar yang dapat memengaruhi perspektif visual. Menurut Prasetyo (2024) dalam buku *Fotografi dan Videografi*, sudut pandang yang berbeda dapat memberikan makna tambahan dalam penyampaian pesan visual. Misalnya, *low angle* dapat memberikan kesan dominasi atau kekuatan pada subjek, sementara *high angle* dapat menimbulkan kesan lemah atau rentan. Selain itu, *eye-level angle* sering digunakan untuk menciptakan tampilan yang lebih natural dan setara dengan perspektif audiens. Pemilihan sudut pandang yang tepat sangat penting dalam menciptakan komposisi gambar yang efektif dan menarik bagi penonton. Misalnya, penggunaan *angle* rendah dapat memberikan kesan dominasi atau kekuatan, sedangkan *angle* tinggi dapat menimbulkan perasaan kerentanan. Dengan memahami dan menerapkan berbagai *angle* secara tepat, peserta pelatihan dapat meningkatkan efektivitas penyampaian pesan dalam konten visual mereka.

Pergerakan

Pergerakan kamera merupakan teknik yang dapat menambah dinamika dan kedalaman pada visual, sehingga meningkatkan kualitas narasi dalam produksi audiovisual. Menurut Komala (2022) dalam buku *Pengantar Broadcasting*, teknik pergerakan kamera seperti *pan*, *tilt*, dan *dolly* berperan penting dalam memberikan efek sinematik yang lebih menarik. Gerakan *pan* digunakan untuk mengikuti objek yang bergerak secara horizontal, sementara *tilt* mengubah sudut pandang secara vertikal untuk memberikan kesan dramatis atau fokus pada elemen tertentu. Sementara itu, *dolly* memungkinkan kamera bergerak maju atau mundur untuk menciptakan efek kedekatan atau keterlibatan emosional dengan subjek. Pemanfaatan teknik pergerakan kamera yang tepat dapat meningkatkan kualitas visual serta memperkuat penyampaian pesan dalam produksi audiovisual. Pergerakan kamera yang terencana dengan baik dapat menambah realisme, mempertegas fokus, dan membantu audiens dalam mengikuti alur cerita. Teknik ini sangat penting dalam produksi video untuk broadcasting, dimana pergerakan kamera yang efektif dapat meningkatkan pengalaman visual dan narasi cerita.

Teknologi telah mempercepat proses penyampaian foto berita kepada masyarakat. Percepatan ini diakui memengaruhi kebijakan pemangku kepentingan termasuk industri media. Namun, dampak kualitas konten yang disebarluaskan tetap menjadi topik perdebatan. Dalam artikel Kompas.id yang berjudul *Sajian Foto Jurnalistik di Media Sosial di Rubrik Klinik Fotografi Kompas*, Rony Ariyanto Nugroho, seorang wartawan foto, menyatakan

bahwa tampilan visual dalam fotografi merupakan aspek penting untuk menarik perhatian pengikut di media sosial. Visual yang menarik diyakini dapat meningkatkan tingkat keterlibatan (*engagement*) di platform sosial, yang pada gilirannya meningkatkan nilai jual konten tersebut. Prinsip ini juga berlaku dalam pengemasan unggahan foto jurnalistik di kanal media sosial.

Melalui kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat penelitian ini bertujuan untuk membekali peserta dengan keterampilan praktis dalam menerapkan teknik-teknik *shot*, *angle*, dan pergerakan kamera, berlandaskan teori dan prinsip-prinsip yang diuraikan dalam literatur. Dengan memahami dan menerapkan teknik-teknik secara efektif. Peserta diharapkan dapat menciptakan konten visual yang menarik dan berdampak, terutama dalam konteks media sosial yang semakin kompetitif. Referensi literatur terkini memberikan dasar teori yang kuat untuk mendukung praktik pengambilan gambar yang profesional dan efektif.

Taman Jajan Permata Pamulang menjadi salah satu destinasi kuliner favorit masyarakat di Kota Tangerang Selatan, khususnya di daerah Pamulang. Berlokasi strategis di Jl. Raya Puspitek No.24, Buaran, Kecamatan Serpong, tempat ini menawarkan pengalaman makan yang nyaman dengan beragam pilihan makanan dan minuman yang mengugah selera. Mengusung konsep *outdoor area*, Taman Jajan Permata Pamulang memberikan pertunjukan musik *live* yang tersedia setiap hari, kecuali dihari Jumat dan memiliki jam operasional dari pukul 08:00 hingga 23:00 WIB setiap harinya yang memungkinkan pengunjung dapat menikmati kuliner dengan suasana santai dan cocok untuk segala usia. Pihak pengelola Taman Jajan Permata Pamulang juga menyediakan pelayanan melalui aplikasi *WhatsApp* bagi pengunjung yang membutuhkan informasi lain atau melakukan reservasi secara *online*. Dengan beragam fasilitas yang telah tersedia ditambah cita rasa makanan yang lezat, Taman Jajan Permata Pamulang menjadi salah satu pilihan utama bagi warga Pamulang, Tangerang Selatan untuk menikmati waktu bersama dengan kerabat dan keluarga. Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak pengelola Taman Jajan Permata Pamulang terbilang sukses di ranah kedai *offline*, disisi lain, UMKM Taman Jajan Permata Pamulang pun sebagian ada yang kurang *familiar* dengan penjualan secara *online* melalui *platform* aplikasi pemesanan *online* seperti *GoFood*, *Shopee Food*, dan *Grab Food*. Hal ini menjadi salah satu tantangan yang dihadapi UMKM di Taman Jajan Permata Pamulang adalah kemampuan dalam memasarkan produk dan jasanya secara online baik melalui media sosial sebagai branding image maupun dari segi tampilan foto produk baik menu makanan dan minuman yang dipresentasikan di laman aplikasi pemesanan makanan *online* tersebut.

Berdasarkan analisis situasi tersebut, tim pengabdian dari Universitas Pamulang kemudian melaksanakan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) mengenai Pelatihan Teknik Pengambilan Gambar Guna Meningkatkan Presentasi Visual pada UMKM Taman Jajan Permata, Pamulang, Tangerang Selatan. Tim PKM merasa mendukung melalui edukasi kepada UMKM Taman Jajan Permata dalam membekali diri dengan keterampilan ini agar mampu bersaing di ranah digital dalam hal mempromosikan produk secara *online* dengan visual yang menarik, UMKM Taman Jajan Permata tidak hanya dapat meningkatkan penjualan tetapi juga memperkuat branding mereka di platform pemesanan makanan digital. Melalui pelatihan ini, mereka dapat memaksimalkan potensi strategi konten marketing untuk produk yang dijual oleh kedainya melalui komunikasi pesan visual di media sosial dan aplikasi pemesanan makanan online untuk mencapai kesuksesan bisnis yang dikehendaki. Para peserta dapat menggunakan peralatan yang dimiliki seperti telepon pintar dalam memaksimalkan teknik pengambilan gambar tersebut.

METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat ditujukan untuk 14 orang peserta UMKM Taman Jajan Permata Pamulang, Tangerang Selatan. Bertempat di Taman Jajan Permata Jl. Psupitek No.24, Buaran, Kecamatan Serpong Tangerang Selatan, Banten 15314, Indonesia. Tanggal dan waktu pelaksanaan kegiatan pelatihan pada tanggal 17-19 Oktober 2024 yang dimulai pada pukul 09:00 hingga selesai. Metode yang diterapkan dalam pelatihan adalah metode pelatihan komprehensif, yaitu memberikan pelatihan secara menyeluruh kepada peserta dalam hal ini adalah UMKM Taman Jajan Permata Pamulang, Tangerang Selatan, yang dilakukan dengan metode sebagai berikut:

1. Metode penyampaian informasi dilakukan secara langsung melalui ceramah oleh tim PKM, yang diperkaya dengan penggunaan alat visual seperti presentasi PowerPoint serta media audio-visual seperti rekaman video, Youtube, dan sejenisnya.



Gambar 1. Peyampaian materi oleh Tim PKM

2. Melakukan pelatihan dan praktik dengan menggunakan berbagai aplikasi digital/platform digital sosial media, seperti: 1) pengertian broadcasting; 2) fotografi; 3) teknik pengambilan gambar; 4) sudut kamera (angle); dan 5) media sosial.



Gambar 2&3. Pelatihan dan Praktik menggunakan telepon pintar

3. Melakukan sesi diskusi dan tanya jawab juga sesi berbagi (*sharing session*) pengetahuan antara tim PKM dan peserta berkaitan dengan materi yang telah diberikan. Untuk itu di perlukan rancangan yang meliputi susunan kegiatan pelaksanaan serta evaluasi kegiatan.



Gambar 4. Sesi diskusi bersama tim PKM

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pelatihan Teknik Pengambilan Gambar bagi pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dilaksanakan pada 17–19 Oktober 2024 di Taman Jajanan Permana Pamulang dan dihadiri oleh 14 peserta. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan peserta dalam menghasilkan foto produk berkualitas guna mendukung promosi digital usaha mereka. Dalam era digital yang semakin berkembang, visual produk menjadi faktor penting dalam menarik perhatian calon pelanggan, terutama di platform media sosial dan marketplace. Oleh karena itu, pelatihan ini dirancang untuk memberikan wawasan teoretis dan keterampilan praktis dalam fotografi produk dengan menggunakan perangkat yang mudah diakses, seperti smartphone.

Sebanyak 14 pelaku UMKM dari berbagai jenis usaha kuliner berpartisipasi dalam pelatihan ini. Selama tiga hari, para peserta mengikuti seluruh sesi secara konsisten, yang mencerminkan antusiasme tinggi terhadap materi yang diberikan. Pendekatan yang digunakan dalam pelatihan ini terdiri dari tiga tahap utama, yaitu sesi teori, sesi praktik, dan sesi evaluasi. Masing-masing tahap dirancang untuk memberikan pemahaman yang holistik terkait teknik pengambilan gambar yang efektif.

Pelaksanaan dilakukan dengan durasi waktu selama tiga hari, dengan melalui beberapa tahap yang dilaksanakan secara padat dan terstruktur, diantaranya:

Sesi Teori, pada hari pertama, pelatihan dimulai dengan sesi teori yang bertujuan memberikan pemahaman dasar tentang fotografi produk. Dalam sesi ini, peserta diperkenalkan dengan konsep dasar pengambilan gambar, termasuk berbagai jenis shot seperti close-up, medium shot, dan long shot. Selain itu, peserta juga mempelajari teknik sudut pengambilan gambar (*angle*), seperti eye level, high angle, dan low angle, serta pergerakan kamera untuk menciptakan efek visual yang lebih menarik. Pemahaman peserta diuji melalui sesi tanya jawab dan diskusi interaktif. Hasil diskusi menunjukkan bahwa mayoritas peserta mampu memahami materi yang diberikan, ditandai dengan kemampuan mereka menjelaskan ulang konsep-konsep yang telah dipelajari dan memberikan contoh penerapan dalam konteks usaha mereka masing-masing.

Sesi Praktik, pada hari kedua, peserta mulai menerapkan teori yang telah dipelajari dalam sesi praktik langsung. Mereka menggunakan smartphone untuk mengambil gambar produk makanan mereka dengan berbagai teknik yang telah diajarkan. Fokus utama dalam sesi ini adalah: Komposisi Gambar: Peserta belajar menyusun elemen dalam frame agar terlihat lebih menarik dan profesional. Pengaturan Pencahayaan: Diajarkan cara memanfaatkan cahaya alami maupun buatan untuk menghasilkan foto yang lebih tajam dan estetik. Pemilihan Latar Belakang: Peserta

diajarkan memilih latar yang sesuai agar produk lebih menonjol. Melalui pendekatan ini, kualitas foto yang dihasilkan peserta mengalami peningkatan signifikan. Beberapa peserta yang awalnya mengalami kesulitan dalam menentukan pencahayaan dan komposisi, akhirnya mampu menghasilkan gambar yang lebih profesional setelah mendapatkan arahan teknis dari instruktur. Sesi Evaluasi, Pada hari ketiga, pelatihan ditutup dengan sesi evaluasi yang bertujuan untuk menilai hasil belajar peserta. Dalam sesi ini, setiap peserta diminta untuk menampilkan hasil foto terbaik yang mereka ambil selama sesi praktik. Tim pelaksana kemudian memberikan umpan balik konstruktif mengenai kelebihan dan kekurangan dari setiap gambar yang ditampilkan. Melalui diskusi ini, peserta mendapatkan wawasan tambahan mengenai aspek yang perlu diperbaiki dalam pengambilan gambar mereka. Beberapa foto terbaik dipilih dan dianalisis bersama sebagai studi kasus, sehingga peserta dapat memahami teknik yang berhasil diterapkan dengan baik. Pelatihan ini memberikan dampak baik secara signifikan dan positif bagi peserta, yaitu keberhasilan peserta dalam peningkatan kualitas foto produk, juga para peserta merasa meningkatnya rasa percaya diri pada dalam memanfaatkan media lain seperti *smartphone* sebagai alat utama dalam membuat konten produk secara profesional serta dampak signifikan daripada dilaksanakannya pelatihan ini juga terdapat pada foto-foto produk milik peserta sebagai pelaku usaha menunjukkan hasil visual yang dapat digunakan untuk memperkuat citra merek di media sosial dan aplikasi pemesanan makanan online.

Relevansi Program dengan Kebutuhan Mitra

Para pelaku UMKM di Taman Jajan Permata Pamulang memiliki tantangan dalam memanfaatkan teknologi digital untuk mempromosikan produk usaha mereka. Minimnya keterampilan dalam meningkatkan kualitas produk melalui media multifungsi seperti *smartphone* menjadi salah satu hambatan utama, seperti contoh cara pengambilan gambar untuk produk. Oleh karena itu, pelatihan ini terbukti relevan dengan kebutuhan mitra, terutama dalam meningkatkan persentasi kualitas visual produk untuk platform digital.

Hasil pelatihan menunjukkan bahwa dengan memanfaatkan fitur kamera *smartphone*, peserta dapat menghasilkan foto yang lebih menarik tanpa memerlukan peralatan dengan biaya yang mahal. Hal ini sejalan dengan prinsip efisiensi sumber daya yang penting bagi UMKM.

Implementasi Teknik Pengambilan Gambar (Fotografi)

Melalui pelatihan diajarkan proses dan cara pengambilan gambar secara spesifik, seperti pengaturan sudut kamera dan tata pencahayaan, memberikan dampak langsung terhadap kualitas visual. Sebagai contoh daripada teknik-teknik tersebut adalah:

1. *Close-Up Shots*. Teknik ini memberikan fokus pada detail produk makanan, memberikan terhadap daya tarik visual produk.
2. Penggunaan Cahaya Alami. Teknik ini menghasilkan foto yang lebih terang dan alami, sesuai untuk kebutuhan promosi di media sosial.

Teknik-teknik ini sesuai dengan teori visual storytelling yang menyatakan bahwa visual yang menarik dapat meningkatkan engagement audiens, sebagaimana dijelaskan oleh Sopari dan Alawiyah (2024) yang menegaskan bahwa visual content marketing berperan signifikan dalam meningkatkan tingkat keterlibatan pengguna di platform Instagram. Secara implikasi bagi UMKM, pelatihan ini memberikan wawasan praktis juga strategis bagi UMKM untuk meningkatkan daya Tarik produk mereka di platform digital. Dengan kualitas foto yang lebih baik, sehingga UMKM memiliki peluang untuk:

- a) Meningkatkan penjualan secara signifikan,
- b) Memperluas jangkauan pasar, serta
- c) Membentuk identitas merek yang lebih kuat.

Pelaksanaan pelatihan ini juga menjadi program yang memberikan kontribusi nyata terhadap pemberdayaan ekonomi local dengan turut serta membantu UMKM mempertahankan daya saing di pasar yang semakin kompetitif

KESIMPULAN DAN SARAN**Kesimpulan:**

Pelatihan teknik pengambilan gambar yang diadakan pada tanggal 17-19 Oktober 2024 di Taman Jajan Permata Pamulang telah memberikan dampak positif yang signifikan bagi 14 peserta yang merupakan pelaku UMKM. Pelatihan ini membantu meningkatkan kualitas foto produk, meningkatkan kepercayaan diri peserta dalam menggunakan smartphone sebagai alat utama untuk menciptakan konten visual profesional, dan memberikan wawasan praktis dan strategis bagi UMKM untuk meningkatkan daya tarik produk mereka di platform digital.

Saran:**1. Lanjutkan Pelatihan**

Pelatihan ini sebaiknya dilanjutkan untuk membantu lebih banyak UMKM meningkatkan kualitas foto produk dan meningkatkan kepercayaan diri dalam menggunakan teknologi digital.

2. Perluasan Materi

Materi pelatihan dapat diperluas untuk mencakup topik-topik lain seperti pengeditan foto, penggunaan aplikasi pengeditan foto, dan strategi pemasaran digital.

3. Pendekatan Personal

Pendekatan personal dan sesi diskusi tambahan dapat membantu peserta yang membutuhkan waktu lebih lama untuk memahami teknik-teknik tertentu.

4. Kolaborasi dengan Platform Digital

Pelatihan ini dapat dikolaborasikan dengan platform digital seperti media sosial dan aplikasi pemesanan makanan online untuk membantu UMKM memanfaatkan teknologi digital secara lebih efektif.

5. Evaluasi dan Pengembangan

Pelatihan ini sebaiknya dievaluasi dan dikembangkan secara terus-menerus untuk memastikan bahwa materi dan metode pelatihan tetap relevan dan efektif dalam membantu UMKM meningkatkan daya tarik produk mereka di platform.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggoro Prasetyo, Bagus. (2024). *Fotografi dan Videografi*. Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pamulang. Modul Ajar Pertemuan 5. Tangerang Selatan: UNPAM PRESS.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). (2024). *Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang*. Diakses pada 6 Februari 2025, dari <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>.
- Komala, Ratna. (2022). *Pengantar Broadcasting*. Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pamulang. Modul Ajar Pertemuan 14. Tangerang Selatan: UNPAM PRESS.
- Nugroho, R. A. (2022). *Sajian Foto Jurnalistik di Media Sosial*. Diakses pada 6 Februari 2025, dari <https://www.kompas.id/baca/klinik-foto-kompas/2022/04/11/klik-foto-sajian-fotojurnalistik-dalam-media-sosial>
- Prabowo, M. (2022). *Sinematografi I*. Semarang: The Mahfud Ridwan Institute.
- Rara Mutiara Sopari, & Wiwi Darojatul Alawiyah. (2024). Pengaruh Visual Content Marketing Dan Copywriting Terhadap Tingkat Engagement Pengguna Instagram Di Kota Bandung. *IKRAITH-EKONOMIKA*, 7(3), 356-369.