

Pemanfaatan Desain Komunikasi Visual Dalam Meningkatkan Efektivitas Digital Marketing

Styo Budi Utomo, Annisa Zahra, shelma Nabila Thabina, Zahwa Demi Fadhillah

Mahasiswa Dan Dosen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Email :

dosen02197@unpam.ac.id , annisazahra0902@gmail.com , babyyourmine22@gmail.com ,
zdemifadillah@gmail.com

ABSTRACT

Pemanfaatan desain komunikasi visual dalam digital marketing sangat penting untuk meningkatkan efektivitas komunikasi dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan desain komunikasi visual dalam strategi digital marketing yang diterapkan oleh mahasiswa dan masyarakat di SMKN 5 Tangerang Selatan. Desain komunikasi visual yang baik dapat memperkuat pesan yang disampaikan, meningkatkan interaksi, dan mendorong partisipasi aktif dalam kegiatan yang dilakukan. Dalam konteks ini, desain komunikasi visual digunakan untuk meningkatkan kehadiran dan keterlibatan masyarakat melalui platform digital, seperti media sosial dan situs web. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan desain komunikasi visual yang efektif dapat mempermudah penyampaian informasi, meningkatkan daya tarik, dan memperkuat hubungan antara pihak sekolah dengan masyarakat sekitar.

Kata Kunci: Desain Komunikasi Visual, Digital Marketing, Pengabdian kepada Masyarakat, Sekolah, SMKN 5 Tangerang Selatan.

ABSTRACT

The utilization of visual communication design in digital marketing is crucial for improving communication effectiveness in community service activities. This study aims to analyze the application of visual communication design in the digital marketing strategy implemented by students and the community at SMKN 5 Tangerang Selatan. A good visual communication design can strengthen the message being conveyed, enhance interaction, and encourage active participation in the activities carried out. In this context, visual communication design is used to boost the presence and engagement of the community through digital platforms, such as social media and websites. The results of this study show that the implementation of effective visual communication design can simplify the delivery of information, increase appeal, and strengthen the relationship between the school and the surrounding community.

Keywords: Visual Communication Design, Digital Marketing, Community Service, School, SMKN 5 Tangerang Selatan.

PENDAHULUAN

Desain komunikasi visual memainkan peran penting dalam menciptakan komunikasi yang efektif antara organisasi dan audiensnya, terutama dalam era digital seperti saat ini. Di dunia pendidikan, khususnya di SMKN 5 Tangerang Selatan, kegiatan pengabdian kepada masyarakat dapat dipromosikan lebih efektif dengan memanfaatkan desain komunikasi visual yang menarik dan sesuai dengan tujuan digital marketing. Digital marketing dalam konteks ini digunakan untuk memperkenalkan program-program pengabdian kepada masyarakat serta menjalin hubungan yang lebih erat dengan masyarakat.

Desain komunikasi visual mencakup penggunaan elemen-elemen seperti warna, tipografi, layout, dan gambar untuk menyampaikan pesan dengan cara yang menarik dan mudah dipahami. Dalam digital marketing, desain ini berperan dalam menciptakan pengalaman visual yang konsisten dan mampu membangun hubungan emosional dengan audiens.

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan tujuan dan materi yang akan disampaikan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat di SMKN 5 Tangerang Selatan, beberapa rumusan masalah yang dapat diidentifikasi adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana cara memanfaatkan desain komunikasi visual untuk meningkatkan efektivitas digital marketing di era industri 4.0?
2. Apa saja elemen-elemen desain komunikasi visual yang perlu diperhatikan dalam pembuatan konten visual untuk digital marketing yang efektif?
3. Bagaimana penerapan desain grafis pada media digital seperti media sosial dan situs web dapat

mempengaruhi daya tarik dan interaksi audiens?

4. Apa saja keterampilan desain grafis yang harus dikuasai siswa SMKN 5 Tangerang Selatan agar dapat berkontribusi dalam dunia digital marketing?
5. Bagaimana penggunaan perangkat lunak desain grafis, seperti Adobe Photoshop dan Illustrator, dapat membantu siswa dalam menciptakan konten visual yang efektif untuk digital marketing?
6. Apa dampak dari penguasaan desain komunikasi visual terhadap kesiapan siswa SMKN 5 Tangerang Selatan dalam menghadapi tantangan dunia kerja yang berbasis digital.

TUJUAN KEGIATAN

Tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan di SMKN 5 Tangerang Selatan ini adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan Pemahaman Siswa tentang Desain Komunikasi Visual (DKV)
2. Meningkatkan Keterampilan Siswa dalam Menggunakan Desain Grafis untuk Digital Marketing
3. Mempersiapkan Siswa untuk Menghadapi Tantangan Dunia Kerja
4. Mengajarkan Penggunaan Perangkat Lunak Desain Grafis
5. Meningkatkan Efektivitas Digital Marketing melalui Desain Visual
6. Menghubungkan Dunia Pendidikan dengan Dunia Industri.

TINJAUAN PUSTAKA Komunikasi Visual

Komunikasi visual adalah komunikasi yang menggunakan bahasa visual, dimana bahasa visual merupakan kekuatan paling utama yang dapat dilihat dan dapat digunakan

untuk menyampaikan suatu pesan yang memiliki arti, makna dan maksud tertentu. Menurut Adi Kusrianto, Desain Komunikasi Visual adalah suatu disiplin ilmu yang bertujuan mempelajari konsep-konsep komunikasi serta ungkapan kreatif melalui berbagai media untuk menyampaikan pesan dan gagasan secara visual dengan mengelola elemen-elemen grafis yang berupa bentuk gambar, ilustrasi, tipografi, warna dan lain sebagainya. (Maunah. 2015). Desain komunikasi visual sangat dibutuhkan dalam kehidupan sebagai penghubung antara komunikator dan komunikannya. Perjalanan kreatifnya dimulai dari menemukan dan mengenali permasalahan komunikasi visual, mencari data verbal dan visual, menyusun konsep kreatif yang berlandaskan karakteristik target sasaran, sampai dengan penentuan visualisasi final desain untuk mendukung tercapainya sebuah komunikasi verbal-visual yang fungsional, persuasif, estetis dan komunikatif (Sumbo Tinarko, 2015).

Digital Marketing

Tjiptono, (dalam Hariyanti, 2018) adalah proses strategik, mengembangkan, mendistribusikan, mempromosikan, dan menetapkan harga barang dan jasa kepada pasar sasaran melalui internet atau alat-alat digital seperti smartphone. Hermawan (2012). Digital marketing merupakan pemasaran yang menggunakan platform yang ada di internet dalam melakukan kegiatan menjangkau para target konsumen. (Rifkhi, 2021). Digital marketing adalah salah satu pemanfaatan teknologi digital untuk menciptakan saluran agar mendapatkan resipien yang potensial agar mencapai tujuan perusahaan dengan melalui pemenuhan para konsumen yang lebih efektif. (Laksono, 2022) Dalam strategi penjualan menggunakan media sosial, penting untuk fokus pada tujuan. Media sosial adalah salah satu strategi yang merupakan tahap

awal pemasaran. Tahap selanjutnya adalah fokus pada jumlah followers yang aktif untuk setiap konten yang diupload. Aktivitas ini bisa diukur dari jumlah share, likes dan followers. Menciptakan kesadaran pada konsumen bahwa umkm ataupun toko kita ada maka pengusaha dapat merancang jenis konten yang akan di pasang dalam media sosial tersebut. Konten ataupun iklan yang ditampilkan harus sesuai dengan tujuan yang dibuat dan pemilik usaha mengetahui target calon pelanggan. Banyaknya jumlah postingan iklan yang ditampilkan juga harus dipertimbangkan oleh pemilik usaha apakah setiap hari atau tiga kali seminggu. Selanjutnya, pengusaha dapat perhatikan berapa lama waktu yang dibutuhkan pelanggan untuk menanggapi setiap konten yang Anda unggah. Semua hal ini tentunya perlu dilakukan pengukuran dan analisis terhadap hasil media sosial yang ada. Selain menganalisis saluran digital, perlu dilakukan analisis saluran digital pesaing, dan laporan tersebut dapat digunakan sebagai dasar untuk mengembangkan strategi selanjutnya.

Peran LPM Sekolah

Lembaga Pemberdayaan Masyarakat (LPM) dapat berperan dalam meningkatkan mutu pendidikan di sekolah melalui partisipasi masyarakat. Berikut beberapa peran LPM di sekolah:

1. Menampung aspirasi

LPM dapat menjadi wadah bagi masyarakat untuk menyampaikan aspirasinya dalam pembangunan pendidikan.

2. Meningkatkan kualitas hidup

LPM dapat berperan dalam meningkatkan kualitas hidup masyarakat, termasuk di bidang pendidikan.

3. Meningkatkan partisipasi

LPM dapat mendorong partisipasi masyarakat dalam penyelenggaraan pendidikan di sekolah.

4. Meningkatkan prestasi belajar

Partisipasi masyarakat yang tinggi di sekolah dapat meningkatkan prestasi belajar anak. Beberapa bentuk pemberdayaan masyarakat di bidang pendidikan, antara lain: Pelatihan guru, Peningkatan sarana dan prasarana, Bantuan biaya pendidikan untuk masyarakat kurang mampu, Beasiswa untuk siswa yang berprestasi.

Fungsi dan Tugas LPM Sekolah dalam Konteks Pemanfaatan Desain Komunikasi Visual dalam Meningkatkan Efektivitas Digital Marketing

Lembaga Pers Mahasiswa (LPM) di sekolah memiliki peran penting dalam pengembangan komunikasi dan informasi di lingkungan pendidikan. Dalam konteks pemanfaatan desain komunikasi visual untuk meningkatkan efektivitas digital marketing, LPM sekolah dapat menjalankan beberapa fungsi dan tugas sebagai berikut:

1. Fungsi LPM dalam Konteks Desain Komunikasi Visual dan Digital Marketing

- Mediatori Komunikasi: LPM bertindak sebagai penghubung antara sekolah, siswa, orang tua, dan masyarakat umum melalui berbagai platform digital. LPM dapat memanfaatkan desain komunikasi visual untuk menciptakan pesan yang menarik dan mudah dipahami, sehingga efektif dalam menarik perhatian audiens.

- Penyebar Informasi: LPM dapat memanfaatkan berbagai desain visual seperti infografis, poster, atau video animasi untuk menyampaikan informasi terkait kegiatan sekolah, program, atau event yang dapat meningkatkan citra sekolah di mata publik. Hal ini juga berperan dalam digital marketing sekolah.

- Meningkatkan Engagement: Dalam dunia digital marketing, keterlibatan audiens sangat penting. LPM dapat menggunakan desain komunikasi visual seperti meme, ilustrasi kreatif, dan video pendek untuk meningkatkan

interaksi dengan audiens, baik itu siswa, orang tua, maupun masyarakat luas.

2. Tugas LPM dalam Pemanfaatan Desain Komunikasi Visual

- Menciptakan Konten Visual yang Menarik: LPM bertugas untuk merancang dan menghasilkan konten visual yang relevan, menarik, dan mudah dipahami oleh audiens. Desain komunikasi visual yang baik dapat meningkatkan daya tarik digital marketing sekolah, misalnya dengan membuat konten grafis untuk media sosial sekolah yang menarik perhatian.

- Pembuatan Identitas Visual: LPM sekolah memiliki tanggung jawab untuk menciptakan identitas visual yang mencerminkan karakter dan nilai-nilai sekolah, seperti logo, palet warna, dan tipografi yang konsisten. Ini penting untuk membangun citra dan daya tarik sekolah di dunia digital.

- Meningkatkan Visibilitas Sekolah di Dunia Digital: LPM juga berperan dalam mendesain materi promosi sekolah seperti brosur digital, poster, atau banner di situs web atau media sosial yang dapat meningkatkan visibilitas sekolah secara online.

- Menganalisis Hasil Kampanye Digital Marketing: Selain menciptakan desain, LPM juga dapat membantu menganalisis hasil kampanye digital marketing yang melibatkan elemen visual. Ini dapat dilakukan dengan mengevaluasi seberapa efektif desain komunikasi visual dalam menarik audiens atau meningkatkan jumlah pendaftar baru.

3. Meningkatkan Efektivitas Digital Marketing Sekolah

- Penyampaian Pesan yang Jelas dan Efektif: Desain komunikasi visual membantu menyampaikan pesan secara lebih jelas dan efisien. Dalam digital marketing, pesan yang sederhana namun menarik akan lebih mudah diterima dan dibagikan oleh audiens.

- Optimasi Media Sosial: LPM dapat menggunakan desain yang kreatif untuk membuat konten yang dapat memaksimalkan

potensi media sosial sekolah dalam digital marketing, seperti postingan Instagram atau video di YouTube yang dapat menjangkau audiens lebih luas.

- Membangun Brand Awareness: Dengan desain visual yang konsisten, LPM dapat membantu membangun brand awareness sekolah. Ini penting untuk digital marketing karena sekolah perlu dikenal oleh lebih banyak orang, baik secara lokal maupun nasional.

Secara keseluruhan, LPM sekolah memiliki peran yang sangat strategis dalam memanfaatkan desain komunikasi visual untuk meningkatkan efektivitas digital marketing sekolah, baik dalam hal meningkatkan keterlibatan audiens maupun memperkuat citra dan identitas sekolah di dunia maya.

METODE PELAKSANAAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung terhadap kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilaksanakan oleh siswa SMKN 5 Tangerang Selatan. Selain itu, wawancara dengan pihak sekolah dan beberapa anggota masyarakat yang terlibat juga dilakukan untuk memperoleh informasi yang lebih mendalam mengenai penerapan desain komunikasi visual dalam strategi digital marketing.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Hasil penelitian menunjukkan bahwa desain komunikasi visual yang diterapkan dalam digital marketing dapat meningkatkan tingkat keterlibatan masyarakat dalam kegiatan pengabdian. Masyarakat lebih tertarik dan aktif berpartisipasi setelah melihat materi promosi yang menarik dan mudah dipahami.

Penerapan desain yang tepat juga meningkatkan interaksi di media sosial dan memperluas jangkauan kegiatan tersebut.

Pembahasan

1. Desain Komunikasi Visual dalam Digital Marketing

Desain komunikasi visual mencakup elemen-elemen seperti tipografi, warna, gambar, dan ilustrasi yang dipilih untuk menyampaikan pesan secara jelas dan menarik. Dalam digital marketing, desain yang menarik dapat memikat audiens, meningkatkan daya tarik, dan mempermudah audiens dalam memahami informasi yang diberikan. Sebagai contoh, poster atau infografis yang dirancang dengan baik dapat menarik perhatian orang tua dan masyarakat yang lebih luas untuk mengikuti kegiatan pengabdian masyarakat.

2. Pemanfaatan Media Sosial

Media sosial merupakan platform yang sangat efektif dalam digital marketing. Melalui Instagram, Facebook, atau TikTok, SMKN 5 Tangerang Selatan dapat memanfaatkan desain komunikasi visual untuk membuat postingan yang menarik perhatian audiens. Dengan menggunakan gambar yang menarik, teks yang jelas, dan elemen desain lainnya, pesan mengenai kegiatan pengabdian kepada masyarakat dapat tersebar luas dan mencapai lebih banyak orang.

3. Penerapan Desain Komunikasi Visual dalam Pengabdian kepada Masyarakat

Di SMKN 5 Tangerang Selatan, siswa terlibat dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat, yang meliputi berbagai kegiatan sosial, pendidikan, dan pemberdayaan masyarakat. Penggunaan desain komunikasi visual dalam promosi kegiatan ini melalui media sosial, poster digital, dan materi presentasi memberikan dampak signifikan dalam meningkatkan efektivitas digital marketing. Dengan menggunakan elemen desain yang sesuai dengan karakteristik

audiens, informasi mengenai kegiatan pengabdian dapat lebih mudah dipahami dan diingat.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Desain komunikasi visual memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan efektivitas digital marketing, terutama dalam konteks pengabdian kepada masyarakat di SMKN 5 Tangerang Selatan. Dengan penerapan desain yang baik, kegiatan pengabdian dapat dipromosikan secara lebih efektif, menarik perhatian audiens, dan memotivasi mereka untuk berpartisipasi aktif. Oleh karena itu, penting bagi sekolah dan masyarakat untuk terus berinovasi dalam menggunakan desain komunikasi visual sebagai alat untuk mendukung berbagai kegiatan sosial dan pendidikan.

Saran

1. Peningkatan Kolaborasi: Disarankan agar pengabdian kepada masyarakat dilakukan dengan melibatkan berbagai pihak, seperti pemerintah setempat, sektor industri, dan alumni SMKN 5 Tangsel untuk meningkatkan kualitas dan keberlanjutan program.
2. Pelatihan Berkelanjutan: Program pelatihan dan bimbingan harus diperluas dan dikembangkan lebih lanjut, serta disesuaikan dengan perkembangan kebutuhan industri dan pasar kerja yang terus berubah.
3. Evaluasi Rutin: Agar program pengabdian lebih efektif, diperlukan evaluasi rutin untuk mengetahui dampak dari setiap kegiatan yang dilakukan, serta untuk mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki.
4. Pengembangan Infrastruktur: Infrastruktur yang mendukung kegiatan pengabdian harus diperbaiki, seperti ruang pelatihan yang lebih lengkap dan fasilitas teknologi yang lebih modern untuk mendukung kegiatan belajar-mengajar yang lebih optimal.

DAFTAR PUSTAKA

Ardianto, E. (2017). Komunikasi Massa: Teori dan Praktek. Jakarta: Kencana.

Astuti, W., Pasaribu, V. L. D., Oktrima, B., Saputra, H., & Rusilowati, U. (2021). Upaya Peningkatan Kualitas Sumber Daya Manusia Melalui Peningkatan Kompetensi. *Jurnal Abdimas Tri Dharma Manajemen*, 3(1), 22-29.

Elburdah, R. P., Pasaribu, V. L. D., Rahayu, S., Septiani, F., & Metarini, R. R. A. (2021). Mompreneur penopang perekonomian keluarga di masa pandemi Covid-19 dengan bisnis online pada Kelurahan Pondok Benda. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 75-82.

Priadi, Andri, et al. "PENYULUHAN PENGEMBANGAN SUMBER DAYA MANUSIA DENGAN MEMPERKUAT BUDAYA ORGANISASI MELALUI PENINGKATAN VALUE PADA LEMBAGA PENGEMBANGAN MASYARAKAT KELURAHAN PONDOK BENDA KOTA TANGERANG SELATAN." *Jurnal Lokabmas Kreatif: Loyalitas Kreatifitas Abdi Masyarakat Kreatif* 1.3 (2020): 97-105. Malayu S. P. Hasibuan. Manajemen Sumber Daya Manusia. 2007. Bumi Aksara, Jakarta.

Pasaribu, V. L. D., Elburdah, R. P., Sudarso, E., & Fauziah, G. (2020). Penggunaan Manajemen Waktu Terhadap Peningkatan Prestasi Belajar Di Smp Araisiyah. *Jurnal ABDIMAS Tri Dharma Manajemen*, 1(1), 84.

Pasaribu, V. L. D., Syafei, A. N., Farhan, A., Aufaizah, A., Irani, C., & Firtiayani, S. R. (2021). Pengaruh Disiplin Protokol Kesehatan Terhadap Pencegahan Penularan Virus Covid-19. *Jurnal Abdimas Tri Dharma Manajemen*, 2(2), 91-98.

Pasaribu, V. L. D., Susanti, F., & Hartuti, E. T. K. (2019). Memotivasi Siswa dan Siswi SMK Letris Indonesia di Dalam Menentukan Pilihan Untuk Melanjutkan Pendidikan Atau Bekerja

Setelah Lulus Sekolah. *Jurnal Pengabdian Dharma Laksana*, 1(2), 161-172.

Pasaribu, V. L. D., & Agrasadya, N. S. Krisnaldy.(2020). Meningkatkan Produktivitas Usaha Dimasa Pandemi Pada Ibu PKK RT 004/003 Kelurahan Sawah Baru Ciputat, Tangerang Selatan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 177-180.

Pasaribu, V. L. D., Dwiyatni, A., Sabina, C., Ridwan, M., Gunawan, D. D., & Noviani, B. C. (2021). Evaluasi Penerapan 3M Dimasa Pandemic Covid 19. *Jurnal Abdimas Tri Dharma Manajemen*, 2(2), 54-60.

Pasaribu, V. L. D., Agrasadya, A., Shabrina, N., & Krisnaldy, K. (2020). Menjadi Entrepreneur Muda Yang Memiliki Jiwa Leadership Untuk Menghadapi Masa Depan. *Abdi Laksana: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 1-9.

Pasaribu, V. L. D., & Agrasadya, N. S. Krisnaldy.(2020). Menjadi Entrepreneur Muda Yang Memiliki Jiwa Leadership Untuk Menghadapi Masa Depan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 177-180.

Pasaribu, V. L., Yunianti, H. L., Pratana, R., Sembayu, R., Purba, S. M., & Nurbayani, T. T. (2021). Manajemen Keuangan untuk Menghadapi dan Bertahan di Era Covid-19. *Jurnal Abdimas Tri Dharma Manajemen*, 2(2), 12-18.

Pasaribu, V. L. D., & Setyowati, R. (2021). Adaptasi Kehidupan New Normal pada Masa Pandemi Covid-19 di Yayasan Pondok Pesantren dan Panti Asuhan Nurul Ikhsan Kecamatan Setu, Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Lokabmas Kreatif: Loyalitas Kreatifitas Abdi Masyarakat Kreatif*, 2(2), 82-88.

Pasaribu, V. L. D., Oktrima, B., Prabowo, B., Arianto, N., & Haryoko, U. B. (2020). Progam Pendampingan Dan Penyelenggaraan Pendidikan Anak Pada Usia Dini Terhadap Prestasi Belajar Dilingkungan Rt 020 Rw 009. Kel Giri Peni. Kec Wates. Yogyakarta. *Jurnal LOKABMAS Kreatif*, 1(01).

Pasaribu, V. L. D., Satria, P., Sari, R. P., Valencya, I., & Setyowati, R. Nursahidin. Adaptasi Kehidupan New Normal Pada Masa Pandemi Covid-19 Diayasan Pondok Pesantren Dan Panti Asuhan Nurul Ikhsan Kecamatan Setu, Kota Tangerang Selatan. *Jurnal LOKABMAS Kreatif*, 2(02), 89-97.

Pasaribu, V. L. D., Sulaiman, S., Sutiman, S., Thaharudin, T., & Purnomo, B. Y. (2020). Pengenalan Letak Posyandu Terdekat Dikelurahan Pisangan Dengan Manajemen Pemasaran Revolusi 4.0 Untuk Meningkatkan Pengetahuan Masyarakat Letak Dan Fungsi Posyandu Terdekat Pada Kelurahan Pisangan. *Dedikasi Pkm*, 1(1), 105-110.

Pasaribu, V. D., Qomah, F. I., Sajida, S. R., Putri, D. O., Hidayat, M. K., & Senoaji, R. DARING ATAU KEGIATAN TATAP MUKA EFESIENSI MANA.

Pasaribu, V. L. D., & Agrasadya, N. S. Krisnaldy.(2020). Meningkatkan Produktivitas Usaha Dimasa Pandemi Pada Ibu PKK RT 004/003 Kelurahan Sawah Baru Ciputat, Tangerang Selatan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 177-180.

Fitriani, R. (2019). "Peran Desain Komunikasi Visual dalam Meningkatkan Efektivitas Promosi Produk Melalui Media Sosial."

Jurnal Desain Komunikasi Visual, 10(1), 45-56.

Kurniawan, S. (2020). "Digital Marketing: Strategi Pemasaran di Era Digital." Jurnal Pemasaran, 5(2), 112-125.

Latifah, S. (2018). Dasar-Dasar Desain Komunikasi Visual. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Putra, I. (2021). "Pemanfaatan Media Sosial dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat pada Kegiatan Pengabdian." Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat, 3(4), 77-89.

Sugiyono, S. (2019). Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta.

Widodo, W. (2018). Desain Komunikasi Visual dalam Dunia Digital. Malang: UMM Press.

DOKUMENTASI KEGIATAN

