

ALIH TEKNOLOGI KOMUNIKASI: APLIKASI KONTEN KREATIF MELALUI DRONE BAGI REMAJA KARANG TARUNA TANGERANG

Rizki Briandana, Sophan Wahyudi, Rustono Farady Marta

Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Bunda Mulia

Email : rizki.briandana@mercubuana.ac.id, sophan.wahyudi@mercubuana.ac.id, rmarta@bundamulia.ac.id

ABSTRAK

Penggunaan Drone atau *Unmanned Aerial Vehicle* di Indonesia sekarang ini telah menjadi tren dan membantu beragam kebutuhan penangkap gambar audio visual berbasis teknologi. Drone merupakan jenis pesawat tanpa awak yang diterbangkan dengan menggunakan *remote control*. Operator drone biasanya berada di darat dan melakukan *access* secara *remote*, dengan tujuan untuk melakukan *surveillance* karena drone sudah dibekali kamera yang bisa mengirim hasil penginderaan secara *real time*. Seiring dengan penggunaan drone di media dan banyaknya pameran-pameran tentang drone turut mengangkat popularitas penggunaan drone dan penggemarnya. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan tutorial atau alih teknologi komunikasi visual terkait penggunaan drone bagi remaja Karang Taruna di RW05 & RW 06 di Komplek Cantiga, Cipondoh yang diselenggarakan pada 22 Desember 2019. Hasil dari kegiatan diharapkan dapat memberikan manfaat dan pemahaman kepada khalayak bahwa dengan menggunakan drone dapat meningkatkan kreativitas dalam memproduksi sebuah konten video.

Kata kunci: alih teknologi, digital dan remaja, drone, komunikasi, konten kreatif

ABSTRACT

The use of drones or unmanned aerial vehicles in Indonesia has now become a trend and helps various needs for technology-based audio-visual image capture. The drone is a type of unmanned aircraft that is flown using the remote control. Drone operators are usually on the ground and access remotely, with the aim of conducting surveillance because drones are equipped with cameras that can send sensing results in real-time. Along with the use of drones in the media and the number of exhibitions about drones, the popularity of drone use and its fans has increased. This activity aims to provide tutorials or transfer of visual communication technology related to the use of drones for Youth Youth Organizations at RW05 & RW 06 in Cantiga Complex, Cipondoh which was held on December 22, 2019. The results of the activity are expected to provide benefits and understanding to the public that using drones can increase creativity in producing video content.

Keywords: communication, creative content, digital and youth, drones, technology transfer,

PENDAHULUAN

Analisis Situasi

Perkembangan teknologi saat ini memiliki pengaruh dan manfaat untuk masyarakat (Konieczna et al., 2014). Hal ini membuat kebutuhan masyarakat modern akan teknologi terbaru menjadi semakin tinggi, terlebih dengan banyaknya inovasi produk komputer dan gadget untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Beberapa masyarakat masih kurang paham akan fungsi teknologi sehingga hanya sekedar membeli dan mengikuti trend. Maka dari itu perlu adanya pembahasan secara mendetail tentang perkembangan mobile gadget agar masyarakat lebih selektif dalam memilih produk teknologi sesuai dengan kebutuhannya (Briandana et al., 2021). Sementara itu, dengan perkembangan dan penemuan revolusioner, teknologi secara terus menerus akan membuat daya konsumtif masyarakat tidak terbandung tanpa adanya filter (Best et al., 2014). Keadaan yang demikian, dimana sebuah teknologi mampu merubah sesuatu yang belum tentu dapat dilakukan menjadi sebuah kenyataan. Dari sinilah, semula dengan ditemukannya berbagai perangkat sederhana, mulai dari telepon, yang berbasis analog, maju dan berkembang terus hingga muncul berbagai perangkat elektronik lainnya (Briandana et al., 2020). Hingga akhirnya teknologi ini berintegrasi satu dengan lainnya. Teknologi komunikasi yang telah ada merupakan sebuah jawaban dari adanya perkembangan zaman (Astuti et al., 2020). Hal ini terjadi karena semakin berkembang maju sebuah peradaban manusia maka teknologi pun akan terus mengalami perkembangan untuk menyelaraskan pola peradaban manusia itu sendiri (Simamora et al., 2021).

Teknologi informasi dan komunikasi (TIK) berkembang begitu cepat dengan berbagai inovasinya (Mulyana et al., 2020). Inovasi-inovasi tersebut selain makin memudahkan penggunaannya harganya pun makin terjangkau. Teknologi komunikasi yang awalnya diciptakan satu alat untuk satu fungsi (*single device for single function*) kini berubah menjadi *single device for multi functions* (Rustono Farady Marta, Prasetya, et al., 2020; Siegle, 2008). Inilah yang disebut sebagai konvergensi. Konvergensi tersebut suka atau tidak suka membawa kita ke dimensi kehidupan dunia digital. Suatu dunia yang memerlukan perangkat-perangkat elektronik sebagai alat bantu utama (Septiarysa et al., 2021).

Perkembangan TIK yang kian dinamis tersebut juga membawa pengaruh dalam berbagai bidang kehidupan (Briandana & Dwiyas, 2020). Dalam bidang media massa misalnya digitalisasi

mendorong industri media untuk mengubah format layanannya dari single flatform menjadi multi flatform. Akses informasi pun menjadi lebih cepat, mudah dan efisien (Dwityas & Hesti, 2021).

Konvergensi dan teknologi digital juga mendorong temuan-temuan dan peluang-peluang baru dalam bidang penyiaran, periklanan dan pemasaran. Iklan-iklan hasil kreasi teknologi digital memungkinkan display iklan tampil lebih menarik, lebih hidup, personal dan interaktif yang pada gilirannya mampu menjangkau pasar yang lebih luas namun lebih tersegmentasi (Dwityas & Briandana, 2017).

Penggunaan Drone atau *Unmanned Aerial Vehicle* di Indonesia sekarang ini telah menjadi trend. Drone merupakan jenis pesawat tanpa awak yang diterbangkan dengan menggunakan *remote control*. Operator drone biasanya berada di darat dan melakukan *access* secara *remote*, dengan tujuan untuk melakukan *surveillance* karena drone sudah dibekali kamera yang bisa mengirim hasil penginderaan secara real time (Bandyopadhyay et al., 2016).

Fungsi drone bisa dikembangkan oleh siapa saja yang memiliki keahlian khusus, digunakan untuk apa dan seperti apa pengendaliannya (Bandyopadhyay et al., 2016). Belakangan ini drone masih dikendalikan secara manual atau menggunakan remote kontrol. Sekarang ini, drone bisa dikendalikan secara semi otomatisasi menggunakan sistem algoritma pada unit kontrol drone tersebut (Waibel et al., 2017). Tak hanya itu, drone juga dapat diprogram pada komputer yang terpasang pada drone tersebut. Dengan sistem kendali otomatis atau autopilot, maka drone dapat terbang dan kembali ke tempat semula tanpa bantuan manusia.

Melihat drone yang dapat digunakan untuk beragam tujuan, baik untuk kepentingan militer ataupun sipil, maka penggunaannya di Indonesia ataupun di negara lain perlu pembatasan dan pengaturan (Hildebrand, 2021). Penggunaan drone beberapa tahun terakhir ini mulai marak di Indonesia, antara lain untuk pengambilan gambar kondisi banjir di Jakarta oleh beberapa stasiun TV nasional.

Pemanfaatan drone di Indonesia memang masih sangat terfragmentasi. Ada yang memanfaatkan untuk hiburan semata, untuk produksi film, untuk riset, hingga untuk kebutuhan penanganan bencana (Gunawibawa & Oktiani, 2020). Hal tersebut memungkinkan hadirnya beragam celah yang mengancam berbagai hal, mungkin dimanfaatkan oleh pihak luar yang tidak bertanggung jawab, sehingga memungkinkan mengancam privasi hingga keamanan nasional. Dari situ aturan yang mengayomi penting untuk

dibuat, yang mampu memberikan perlindungan tanpa membatasi inovasi yang sedang mulai digencarkan (Kurniawati et al., 2021).

Pembatasan memang diperlukan, karena ruang udara juga menyangkut tentang keselamatan lalu lintas udara. Pelanggarannya pun harus ditindak tegas. *Awareness* pemerintah untuk segera menerbitkan aturan yang pas adalah upaya yang sangat baik (Lestari et al., 2021). Mengingat pemanfaatan drone masih bisa dikondisikan, jangan sampai belum ada regulasi yang mendampingi ketika pemanfaatan peralatan tersebut menghadirkan dampak negatif yang tidak diinginkan. Di sisi lain usulan aturan juga harus melibatkan berbagai pihak yang memiliki kepentingan terkait dengan pemanfaatan drone untuk kemajuan bangsa.

Permasalahan Mitra

Pemerataan digitalisasi kepada lapisan masyarakat dinilai masih kurang karena masih banyak masyarakat yang belum memahami dan mengetahui cara yang baik dalam menggunakan internet. Dengan mendukung program pemerintah setempat untuk membentuk kampung tematik, diharapkan penduduk kampung juga dapat berpartisipasi dalam mensukseskan program dengan mempublikasikan kampung setempat dengan menggunakan media sosial yang baik dan benar (Latukolan et al., 2021; Sari et al., 2021). Dalam hal ini remaja Karang Taruna di Komplek Cantiga memerlukan sebuah penyegaran dalam hal pengembangan kreativitas dalam konteks digitalisasi (BRIANDANA et al., 2021). Oleh itu teknologi digital dalam pengambilan gambar melalui drone dianggap sebagai sebuah solusi bagi remaja untuk pengembangan konten video kreatif.

Dalam konteks ini diharapkan remaja Karang Taruna dapat menjadikan penggunaan kamera drone ini sebagai sebuah ide baru dalam pengembangan kreativitas pada pembuatan video. Sehingga pengabdian kepada masyarakat ini dapat bermanfaat bagi remaja Karang Taruna di Komplek Cantiga.

Tujuan Kegiatan

Adapun tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat pada penggunaan drone bagi remaja Karang Taruna di lingkungan Tangerang Kota ini adalah:

- Sebagai tambahan wawasan dalam penggunaan teknologi dalam pengambilan gambar menggunakan drone.
- Menambah nilai kreativitas dalam pembuatan konten video.
- Memberikan motivasi bagi remaja agar terus berkreativitas dalam membuat konten.

Manfaat Kegiatan

Manfaat dari kegiatan ini adalah:

- Adanya pengetahuan mengenai penggunaan teknologi dalam pengambilan gambar menggunakan drone.
- Mampu membuat konten video yang menarik.
- Motivasi menjadi meningkat khususnya remaja untuk berkreativitas dalam membuat konten.

SOLUSI DAN TARGET LUARAN

Solusi

Kegiatan ini diharapkan memberikan pemahaman yang mendalam tentang penggunaan drone sehingga mampu mempraktekkan bagi diri mereka sendiri dan menularkan kepada teman-teman lainnya. Bagi yang telah mengikuti kegiatan ini dapat membuat liputan berita yang sehat (Astuti et al., 2020). Sehat dalam arti konten/isi tersebut tidak memuat pornografi, penghinaan dan penyebaran kebencian. Sedangkan inspiratif dalam arti memberikan motivasi dan pandangan hidup positif dan optimis.

Solusi atau pemecahan masalah yang ditawarkan pada program ini adalah untuk memberikan wawasan dan pengetahuan bagi remaja Karang Taruna mengenai penggunaan Drone untuk pengembangan kreativitas mereka.

Luaran

Luaran dari kegiatan ini adalah publikasi di media massa terkait dengan "Penggunaan Drone bagi Remaja Karang Taruna di Komplek Cantiga, Kota Tangerang".

Publikasi acara bersama Media Rakyat Merdeka (Rmco.id) :

<https://rmco.id/lihat-foto/megapolitan/25026/mercu-buana-gelar-pelatihan-jurnalistik-menggunakan-kamera-dslr-dan-drone>

Mercury Buana Gelar Pelatihan Jurnalistik Menggunakan Kamera DSLR dan Drone



Pemateri dan peserta saat pelatihan Jurnalistik menggunakan Kamera DSLR dan Drone (Pesawat Tanpa Awak) Program Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Mercu Buana, Jakarta, di Komplek Cantiga Tangerang Kota, Minggu (22/12/2019).

Foto By: SOPHAN WAHYUDI



Gambar 1. Publikasi media masa

METODE PELAKSANAAN

Lokasi Kegiatan

Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini dilakukan di Komplek Cantiga RW 05/06 Kota Tangerang.

Khalayak Sasaran

Khalayak sasaran dari kegiatan “Penggunaan Drone bagi Remaja Karang Taruna RW05 & RW06 di Komplek Cantiga, Tangerang Kota” ini adalah remaja atau generasi muda dengan rentang usia antara 15-21 tahun dengan jumlah 25 orang. Pembatasan jumlah peserta dilakukan agar dapat membantu berjalannya proses pengajaran dan diskusi kelompok dengan baik, mengingat dalam pengabdian ini sangat tergantung kepada alat praktek yaitu drone.

Jenis Kegiatan

Dalam mengatasi permasalahan yang terjadi pada masyarakat mitra sebagaimana yang telah diuraikan sebelumnya, maka dalam Program Kemitraan Masyarakat ini ditawarkan beberapa metoda pendekatan yang dapat membantu dalam menyelesaikan masalah yang ada yaitu dengan melakukan Metode Presentasi mengenai konsep dasar drone, standard operational penggunaan drone dan praktek merekam menggunakan drone.

Tahapan Kegiatan

Kegiatan Pelaksanaan Program Kemitraan Masyarakat terbagi menjadi tiga tahap, yaitu persiapan, pelaksanaan, dan tahap monitoring. Berikut adalah rincian tiap tahapan yang akan dilaksanakan:

(a) Tahap Persiapan

Penyusunan program sosialisasi ini dilakukan dengan melakukan survey awal ke Komplek Cantiga. Program ini meliputi semua hal-hal yang bersifat teknis, manajerial dan penjadwalan (time schedule).

Pembuatan bahan presentasi Presentasi ini untuk menyampaikan informasi dan pengetahuan tentang ilmu yang berkaitan dengan digitalisasi. Presentasi disertai dengan ditampilkan gambar sehingga membuat peserta lebih memahami dan menarik.

Persiapan sarana dan prasarana pelatihan. Persiapan ini meliputi penyediaan sarana dan prasarana tempat sosialisasi dan pelatihan.

Koordinasi lapangan. Koordinasi lapangan akan dilakukan oleh Tim. Sosialisasi program bagi remaja di Komplek Cantiga terkait pelaksanaan kegiatan ini.

(b) Tahap Pelaksanaan

Tahap pelaksanaan dalam kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diantaranya adalah:

Pembahasan materi mengenai sejarah drone, konsep-konsep pengambilan gambar aerial Memberikan pengetahuan tentang standard operational procedure penggunaan drone.

Mengadakan sesi diskusi sebagai bentuk sharing kepada peserta untuk dapat lebih memahami konsep penggunaan drone.

Praktek menerbangkan drone dan merekam dari sudut atau helicopter angle.

(c) Tahap Evaluasi

Tahap Monitoring dan Evaluasi. Monitoring dilakukan secara intensif oleh tim pelaksana setiap kegiatan berlangsung untuk memastikan agar pelaksanaan kegiatan dapat berjalan sesuai rencana. Evaluasi dilakukan sejalan dengan monitoring, sehingga jika ada kendala akan segera diselesaikan. Pada tahapan ini penting untuk diambil umpan balik guna menentukan efektivitas informasi yang disampaikan, juga pada gilirannya memberi nilai tambah pada pembentukan konten kreatif yang menjadikan khalayak memiliki daya tarik menyimaknya (Viona et al., 2021). Evaluasi dilakukan pada tahap akhir dari kegiatan, melalui pengumpulan data berdasarkan pengamatan terhadap jalannya kegiatan sosialisasi. Pada tahap presentasi, evaluasi dilakukan dengan menyimpulkan pemahaman peserta. Hasil sosialisasi diukur dengan ketepatan dan keaktifan peserta dalam berbicara satu sama lain serta dapat mengimplementasikan teori yang telah diterangkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan Kegiatan

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat Praktek Penggunaan Drone sebagai Pengembangan Konten Kreatif pada 22 Desember 2019. Acara dimulai pada pagi hari, dihadiri oleh para remaja Putra dan Putri Karang Taruna di Komplek Cantiga Kota Tangerang. Rata-rata dari mereka adalah mahasiswa dan siswa-siswi SMA tingkat akhir yang membutuhkan bekal untuk bidang Ilmu Komunikasi khususnya mengenai praktek Penggunaan Drone sebagai Pengembangan Konten Kreatif di Era Digital. Murfianti et al. (2020) mengamati beragam media alternatif yang banyak digunakan dalam memaknai beragam situasi di masyarakat, selain itu Karolina et al., (2020) menambahkan media alternatif mampu menjembatani keterbatasan khalayak pengguna secara fisik.

Mengawali kegiatan pertama pada pengabdian ini adalah pemaparan materi yang

ditujukan untuk mengenal serta menumbuhkan minat masyarakat setempat untuk membuat konten video menggunakan drone, oleh pemateri Rizki Briandana, M.Comn., Ph.D dan dilanjutkan oleh presentasi mahasiswa Broadcasting yaitu Alfian Pratama.



Gambar 2. Foto kegiatan

Fungsi drone bisa dikembangkan oleh siapa saja yang memiliki keahlian khusus, digunakan untuk apa dan seperti apa pengendaliannya. Belakangan ini drone masih dikendalikan secara manual atau menggunakan remote kontrol. Sekarang ini, drone bisa dikendalikan secara semi otomatis menggunakan sistem algoritma pada unit kontrol drone tersebut. Tak hanya itu, drone juga dapat diprogram pada komputer yang terpasang pada drone tersebut. Dengan sistem kendali otomatis atau autopilot, maka drone dapat terbang dan kembali ke tempat semula tanpa bantuan manusia.

Kegiatan ini diikuti oleh remaja Karang Taruna Komplek Cantiga Tangerang sejumlah 25 orang yang diselenggarakan di aula Masjid Jami Al Wahab, Kota Tangerang.



Gambar 3. Foto Kegiatan

Selanjutnya pemateri dilanjutkan oleh mahasiswa Broadcasting Alfian yang menjelaskan dasar-dasar atau standar operasional procedure

penggunaan Drone Mavick 3. Marta, Rustanta, et al. (2020) menegaskan pentingnya suatu introduksi yang baik dalam memberikan suatu program literasi pada khalayak yang berada dalam konteks pengabdian kepada masyarakat, hal ini ditujukan untuk memberi pemahaman yang menyeluruh kepada peserta didik, kemudian pada gilirannya mampu memberi dampak pada perilaku komunikasinya (Marta & Christanto, 2015)



Gambar 4. Foto kegiatan

Fungsi drone bisa dikembangkan oleh siapa saja yang memiliki keahlian khusus, digunakan untuk apa dan seperti apa pengendaliannya (Haiyan, 2020). Belakangan ini drone masih dikendalikan secara manual atau menggunakan remote kontrol (Hildebrand, 2021). Sekarang ini, drone bisa dikendalikan secara semi otomatis menggunakan sistem algoritma pada unit kontrol drone tersebut. Tak hanya itu, drone juga dapat diprogram pada komputer yang terpasang pada drone tersebut. Dengan sistem kendali otomatis atau autopilot, maka drone dapat terbang dan kembali ke tempat semula tanpa bantuan manusia. Melihat drone yang dapat digunakan untuk beragam tujuan, baik untuk kepentingan militer ataupun sipil, maka penggunaannya di Indonesia ataupun di negara lain perlu pembatasan dan pengaturan. Penggunaan drone beberapa tahun terakhir ini mulai marak di Indonesia, antara lain untuk pengambilan gambar kondisi banjir di Jakarta oleh beberapa stasiun TV nasional. Pemetaan cepat kondisi daerah terdampak pasca bencana juga dilakukan untuk perencanaan evakuasi korban.

Pembahasan

Pelatihan penggunaan drone bukan semata-mata bermanfaat untuk kepentingan pribadi saja, melainkan kepentingan bersama jika dilakukan secara tim atau kolektif. Dalam hal ini peran atau konsep kreativitas sangat penting untuk menghasilkan gambar dengan estetika yang baik (Hepler, 2012). Kreativitas merupakan potensi yang

dimiliki setiap manusia dan bukan yang diterima dari luar diri individu (Dwityas et al., 2021). Kreativitas yang dimiliki manusia, lahir bersama lahirnya manusia tersebut. Dalam kehidupan ini kreativitas sangat penting, karena kreativitas merupakan suatu kemampuan yang sangat berarti dalam proses kehidupan manusia. Ciri kreativitas atau orang kreatif secara garis besar menurut para ahli dapat disimpulkan, yaitu: memiliki kemampuan dalam melihat masalah, memiliki kemampuan menciptakan ide atau gagasan untuk memecahkan masalah, terbuka pada hal-hal baru serta menerima hal-hal tersebut. Adapun tahapan kreativitas adalah sebagai berikut :

a) Tahap Persiapan

Merupakan tahapan awal yang berisi kegiatan pengenalan masalah, pengumpulan data informasi yang relevan. Kekuatan informasi menurut Marta & Suryani (2016) menjadi faktor deteminan, sekaligus melihat hubungan antara hipotesis dengan kaidah-kaidah yang ada, tetapi belum sampai menemukan sesuatu, baru menjajaki kemungkinan-kemungkinan. Sampai batas tertentu keseluruhan pendidikan, latar belakang umum dan pengalamanhidup turut menyumbang proses persiapan menjadi kreatif.

b) Tahap inkubasi

Masa inkubasi dikenal luas sebagai tahap istirahat, masa menyimpan informasi yang sudah dikumpulkan, lalu berhenti dan tidak lagi memusatkan diri atau merenungkannya. Kreativitas merupakan hasil kemampuan pikiran dalam mengaitkan berbagai gagasan, menghasilkan sesuatu yang bary dan unik.dalam proses mengaitkan ide, pikiran sebenarnya melakukan proses, termasuk berikut ini : Menjajarkan : mengambil satu gagasan dan mengadunya dengan ide lain, dari kontras muncul ide baru. Memadukan : meminjam sifat aspek dari dua ide dan menyatukannya untuk bersama-sama membentuk ide baru. Menyusun atau memilih : menggabungkan banyak ide untuk membentuk suatu sintesis dipuncak atau dasar, ide yang benar-benar baru, yang menyatukan seluruh elemen. Mengitari : dimulai dengan gambaran kabur ide baru, kemudian mempersempitnya pilihan untuk mendapatkan suatu konsep pokok yang manjur. Membayangkan : menggunakan imajinasi dan fantasi untuk menghasilkan ide baru dari ide lama

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Penggunaan Drone atau *Unmanned Aerial Vehicle* di Indonesia sekarang ini telah menjadi trend. Drone merupakan jenis pesawat tanpa awak yang diterbangkan dengan menggunakan *remote control*. Operator drone biasanya berada di darat dan melakukan *access* secara *remote*, dengan tujuan untuk melakukan surveillance karena drone sudah dibekali kamera yang bisa mengirim hasil penginderaan secara real time. Seiring dengan penggunaan drone di media dan banyaknya pameran-pameran tentang drone turut mengangkat popularitas penggunaan drone dan penggemarnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, S. I., Giri, L., & Hidayah, N. (2020). VIDEO WEB DRAMA SERIES FOR COMBATING DISINFORMATION. *Aspiration Journal*, 1(1), 1–30.
- Bandyopadhyay, S., Barnett, D. A., Kapoor, V., Law, V. Y., Lemson, K. C., Sengupta, T., Tyamagundlu, D., & Bilal, A. (2016). *Above-lock camera access*. Google Patents.
- Best, P., Manktelow, R., & Taylor, B. (2014). Online communication, social media and adolescent wellbeing: A systematic narrative review. *Children and Youth Services Review*, 41, 27–36.
- Briandana, R., & Dwiyas, N. A. (2020). Conventional marketing communication tools for residential products in digital era. *Technium Social Sciences Journal*, 7, 193–205.
- Briandana, R., Fasta, F., Mihardja, E. J., & Qasem, A. (2021). Exploring Self Identity : An Analysis of Audience Reception of Vlogs Menyelidiki Identitas Diri : Analisis Penerimaan Khalayak Terhadap Konten Vlog. *ASPIKOM*, 6(2), 303–314. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.24329/aspikom.v6i2.921>
- Briandana, R., Pribadi, E., & Balaya, S. (2020). MAPPING THE CONVERGENCE TRENDS OF TELEVISION BROADCASTING MEDIA IN INDONESIA. *Bricolage : Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 6(02), 147. <https://doi.org/10.30813/bricolage.v6i02.2120>
- BRIANDANA, R., PUTRA, Y. M., & WARDANI, L. M. I. (2021). MEDIAPREUNERSHIP AS A BUSINESS OPPORTUNITY FOR YOUTH IN THE TANGERANG CITY. *ICCD*, 3(1), 112–116.
- Dwityas, N. A., & Briandana, R. (2017). Social media in travel decision making process.

- International Journal of Humanities and Social Sciences*, 7(7), 291–292.
- Dwityas, N. A., Fadli, K., Aprilia, F., & Briandana, R. (2021). Peran dan aktivitas komunikasi divisi account executive pada digital agency 1. *Commed : Jurnal Komunikasi dan Media*, 5(2), 188–202.
- Dwityas, N. A., & Hesti, S. (2021). Digital Consumer Insight untuk Membangun Promosi bagi UKM di Lingkungan Tangerang Kota. *Indonesian Journal for Social Responsibility*, 3(01), 21–28.
- Gunawibawa, E. Y., & Oktiani, H. (2020). Politik & Bencana Banjir Jakarta 2020 : Analisis Peta Percakapan #JakartaBanjir. *Expose: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 60. <https://doi.org/10.33021/exp.v3i1.989>
- Haiyan, Z. (2020). Drone media in the perspective of urban communication: A digitalized seeing method. In *Communicative Cities and Urban Space* (hal. 210–221). Routledge.
- Hepler, J. P. (2012). Documentary discovery and advocacy: A contextual and creative perspective. In *ProQuest Dissertations and Theses* (Nomor May). WAKE FOREST UNIVERSITY.
- Hildebrand, J. M. (2021). *Aerial Play Drone Medium, Mobility, Communication, and Culture*. Springer.
- Karolina, C. M., Maryani, E., & Sjuchro, D. W. (2020). The Communication Competence of Visual Reader at Visually Impaired's Cinema. *Jurnal Ilmiah Peuradeun*, 8(2), 225. <https://doi.org/10.26811/peuradeun.v8i2.488>
- Konieczna, M., Mattis, K., Tsai, J. Y., Liang, X., & Dunwoody, S. (2014). Global journalism in decision-making moments: A case study of Canadian and American television coverage of the 2009 United Nations framework convention on climate change in Copenhagen. *Environmental Communication*, 8(4), 489–507. <https://doi.org/10.1080/17524032.2014.909509>
- Kurniawati, L. S. M. W., Marta, R. F., & Amanda, M. (2021). Utilization of COVID-19 Digital Media Literacy through the New habit Marble Online Game in Early Children. *Journal Communication Spectrum*, 10(2). <https://doi.org/10.36782/jcs.v10i2.2142>
- Latukolan, J. J., Marta, R. F., & Engliana, E. (2021). When Words Matter: Language Choices and Brand Building on Two Global Coffee Shop Retail Brands in Indonesia. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, 4(2), 2899–2906. <https://doi.org/10.33258/birci.v4i2.1974>
- Lestari, R., Septiarysa, L., Marta, R. F., Agung, H., & Murfianti, F. (2021). DIGITIZING THE MEANING OF ENTHUSIASM IN #generasiberanipahit THROUGH MORRIS SEMIOTICS. *Jurnal Kata: Penelitian tentang Ilmu Bahasa dan Sastra*, 5(2), 297–309. <https://doi.org/10.22216/kata.v5i2.456>
- Marta, Rustono Farady, & Suryani, A. (2016). Dampak Kekuatan Informasi Film Ngenest terhadap Penilaian Komunitas Stand Up Indonesia di Jakarta. *Jurnal ASPIKOM*, 3(1), 77. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v3i1.101>
- Marta, Rustono Farady, & Christanto, H. (2015). PELAKSANAAN UJIAN NASIONAL (Studi Kasus pada Sistem Manual-2014 dan Online-2015 di SMPK 2 Penabur Jakarta). *Komunikasi*, IX(02), 81–94.
- Marta, Rustono Farady, Prasetya, A. A., Laurensia, B., Stevani, S., & Syarnubi, K. L. (2020). Imbalance Identity in E-Sports News Intersectionality on Covid-19 Pandemic Situation. *Jurnal ASPIKOM*, 5(2), 206. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v5i2.769>
- Marta, Rustono Farady, Rustanta, A., & Fernando, J. (2020). Literasi sistem jurnal berbasis daring dan google cendekia di kalangan akademisi starki. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 4(1), 83–96. <https://doi.org/10.25139/jkp.v4i1.2543>
- Mulyana, A., Briandana, R., & Rekarti, E. (2020). ICT and Social Media as a Marketing Communication Platform in Facilitating Social Engagement in the Digital Era. In *International Journal of Innovation, Creativity and Change*. (Vol. 13, Nomor 5).
- Murfianti, F., Marta, R. F., & Rahyadi, I. (2020). Confronting Media Prosumer People With Manipulated Political Memes In Indonesia 's Post Truth Era. *European Journal of Molecular & Clinical Medicine*, 07(01), 3772–3783.
- Sari, N., Marta, R. F., Angreani, N., Harry, H., & Perkasa, M. I. A. (2021). Menakar Loyalitas Konsumen berdasarkan Persepsi Nilai dan Kepercayaan Merek Geprek Benu. *Soetomo Communication and Humanities*, 2(2).
- Septiarysa, L., Marta, R. F., & Agung, H. (2021). Anotasi Rasa Empati selama Pandemi COVID-19 pada Konten Digital Pariwara Youtube Rosalia Indah. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 5(5), 451–468. <https://doi.org/https://doi.org/10.25139/jkp.v5i5.4125>
- Siegle, D. (2008). Technology: Lights... Camera... Action Freeze: Harnessing the Motivational Power of Music Videos. *Gifted Child Today*,

31(2), 14–18.

- Simamora, S. L., Andika, D., Briandana, R., & Widyastuti. (2021). Shift of Pikukuh Karuhun Values due to Communication Technology Exposure to Baduy Society. *Nyimak Journal of Communication*, 5(2), 203–215. <https://doi.org/DOI:10.31000/nyimak.v5i2.4144>
- Viona, V., Yohanes, K., Mega, L. S., Kurniawati, W., Farady Marta, R., & Isnaini, D. M. (2021). Narasi Shopee Dalam Mengembangkan Ekonomi Kreatif Berbasis Teknologi E-Commerce Di Era Modern. *AGUNA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2), 46–65. <http://ejournal.amikompurwokerto.ac.id/index.php/AGUNA>
- Waibel, M., Keays, B., & Augugliaro, F. (2017). *Drone shows: Creative potential and best practices*. ETH Zurich.