

PELATIHAN DAN PENDAMPINGAN TEKNIK FOTOGRAFI UNTUK CONTENT MARKETING DIGITAL

I Gede Agus Pertama Yudiantara¹, Putu Yunarta Pradnyana Putra²

^{1,2} Jurusan Ekonomi dan Akuntansi, FE, Undiksha

Email: agus.yudiantara@undiksha.ac.id

ABSTRAK

Tujuan pelatihan dan pendampingan ini adalah untuk memberikan suatu edukasi bagi siswa-siswa SMKN 2 Seririt untuk mengetahui dan memahami teknik fotografi untuk produk yang menjadi konten digital marketing. Metode yang dilakukan adalah dengan penyesuaian materi dan penyesuaian teknik fotografi sesuai dengan *smartphone* yang dimiliki oleh siswa. Hasilnya ditemukan bahwa perlu adanya penguasaan mode dalam *smartphone* siswa sehingga nantinya menghasilkan suatu foto yang hidup dan memberikan pesan akan produk tersebut. Selain itu penguasaan cahaya dan penempatan produk juga penting. Kedepan perlu adanya komersialisasi sehingga dihasilkan suatu konten digital marketing yang dapat langsung dirasakan manfaatnya.

Kata kunci: pelatihan dan pendampingan, fotografi, digital marketing

ABSTRACT

The purpose of this paper is to provide education for students of SMKN 2 Seririt to know and understand photography techniques for products that will become digital marketing content. The method used is to adapt the material and adjust the photography technique according to the smartphone the student owns. The results found that it was necessary to understand the modes on students' smartphones so that they would produce vivid photos and convey messages about the product. Apart from that, control of light and product placement is also important. In the future, there is a need for commercialization to make digital marketing content can be produced that can be directly benefited.

Keywords: training and mentoring, photography, digital marketing.

PENDAHULUAN

Penjualan yang dilakukan secara konvensional memiliki keterbatasan, maka strategi yang dilakukan oleh perusahaan adalah penjualan secara online. Strategi penjualan online memerlukan suatu konsep supaya penjualan online tersebut dapat diterima oleh calon pembeli atau pembeli karena pembeli dan penjual tidak beretemu langsung tetapi lebih melihat dari visual produk tersebut. Visual yang dimaksud adalah gambar atau foto atau video atau siaran langsung yang ditampilkan oleh penjual melalui suatu media biasanya media sosial. Karena dipajang di media sosial, bukan e-commerce, seringkali pengguna media sosial tidak memperhatikan pengguna yang sedang menawarkan produk. Hal ini karena lebih menarik status atau story seseorang ataupun potongan video yang dimunculkan pada media sosial.

Karena demikian maka dalam penjualan online melalui media sosial memerlukan teknik

pengambilan foto atau video yang tepat, agar visual dalam produk tersebut menarik dan pesan yang ingin disampaikan penjual tersampaikan kepada calon pembeli atau penjual. Hal ini karena visual tersebut menimbulkan kesan tersendiri (Dharsito, 2015 dan Karyadi, 2017). Teknik penjualan yang seperti ini memberikan dampak pada harga jual yang lebih fleksibel, karena dapat menyesuaikan dengan pangsa pasar yang lebih tepat.

Saat ini penjualan online merupakan langkah yang memang harus menjadi pilihan bagi penjual untuk mampu menghadapi persaingan dengan penjual yang lain (Srisadono, 2018). Hampir semua orang menggunakan *smartphone* yang didalamnya dibangun aplikasi media sosial. Saat ini, media sosial bukan hanya tempat menghubungkan orang dengan orang yang sudah lama tidak bertemu, untuk bertemu lagi dalam media virtual. Namun, media sosial dirancang oleh perancang media sosial untuk bisa penggunaanya dapat

melaksanakan kegiatan yang produktif, seperti kegiatan jual beli. Media sosial yang digunakan kebanyakan adalah Whatsapp, Facebook, Telegram dan Instagram.

Banyak menu yang sudah disiapkan oleh media sosial, sebagai tempat untuk melaksanakan kegiatan yang produktif atau jual beli tersebut. Seperti pada Facebook ada menu shopping yang bisa digunakan oleh pengguna Facebook untuk melaksanakan proses jual beli. Namun demikian, frekuensi pengguna untuk melihat menu tersebut masih kurang dibandingkan dengan pengguna untuk melihat menu status atau story seseorang. Hal ini karena menu tersebut masih belum spesifik dan belum dalam bentuk tautan yang memudahkan pengguna untuk melihat produk tersebut secara spesifik.

Salah satu media yang dapat digunakan untuk melaksanakan media penjualan secara online melalui media sosial adalah "Imooji" yang merupakan bantuan media penjualan berbasis secara online dimana hasil media berupa tautan yang dapat dikirimkan melalui Whatsapp, Telegram, Intgram maupun facebook. Media ini sangatlah mudah dan sangat membantu penjual karena tautan tersebut dapat dikirimkan melalui kepada semua calon pembeli dan pembeli.

Media ini sudah disampaikan kepada Guru-Guru SMKN 2 Seririt pada Pengabdian Kepada Masyarakat tahun 2022. Dalam kegiatan tersebut, terungkap bahwa media tersebut sangat membantu Guru-Guru SMKN 2 Seririt untuk mengenalkan media penjualan yang lain dalam pembelajaran kewirausahaan. Kewirausahaan bagi SMKN 2 Seririt bukan hanya sebuah mata pelajaran tetapi juga merupakan jiwa dari sekolah tersebut, karena salah satu tujuan sekolah tersebut adalah menghasilkan wirausahawan muda baru. Namun, dalam kegiatan tersebut, terungkap juga bahwa kekuatan "Imooji" ada pada foto atau video yang ditampilkan pada tema yang akan digunakan dalam penjualan tersebut, yang akan lebih menarik ditampilkan pada Whatsapp, Facebook, Telegram maupun Instragram (Yudiantara, dkk., 2022).

Hal tersebut yang mendasari Tim Pengabdian akan melaksanakan kegiatan pengabdian kembali dilaksanakan di SMKN 2 Seririt. Tujuannya agar media Imooji yang sudah dilatihkan dan didampingi pembuatannya dapat dimaksimalkan dengan pelatihan dan

pendampingan teknik pembuatan foto atau video atau fotografi yang akan ditampilkan pada media Imooji dengan tampilan pada Whatsapp, Facebook, Telegram maupun Instragram yang lebih menarik. Diharapkan hasil foto atau video dapat lebih menjual, dimana nantinya pesan yang disampaikan dapat langsung tersampaikan kepada calon pembeli atau pembeli.

Tim Pengabdian tidak menggunakan guru-guru sebagai peserta dalam kegiatan ini. Namun, menggunakan siswa-siswa SMKN 2 Seririt yang tergabung dalam ekstra fotografi maupun siswa-siswa yang sudah memiliki usaha di rumahnya masing-masing, tetapi pangsa pasar masih terbatas baik dari sisi cakupan pemasaran maupun cara media pemasaran. Hasil obeservasi awal, bahwa semua siswa memiliki *smartphone*, tetapi penggunaannya lebih besar untuk bermain *game* maupun untuk foto *selfie*, maupun untuk kegiatan lain yang bersifat konsumtif. Padahal kamera dan memori dari siswa SMKN 2 Seririt rata-rata spesifikasi tinggi.

Siswa-siswa yang sudah memiliki usaha sudah melakukan promosi melalui media sosial yang sudah disebutkan sebelumnya. Namun, kebanyakan hanya menggunakan media status atau *media story*. Pesan yang disampaikan melalui menu tersebut belum mengena sehingga hanya menarik bagi orang yang membutuhkan saja, bukan menarik kepada calon pembeli. Tentu saja, teman di media sosial akan menjadi pembeli potensial apabila pesan yang disampaikan dapat mengena kepada calon pembeli. Karena itu perlu foto atau video dengan teknik tertentu yang harus dibuat dengan suatu pelatihan dan pendampingan sehingga siswa-siswa dapat membuat hal tersebut lebih menarik dan pesannya tersampaikan melalui media sosial.

Selain itu, perlunya dilakukan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini terutama kepada siswa-siswa SMKN 2 Seririt agar dapat mengoptimalkan jiwa kewirausahaan SMKN 2 Seririt, membantu terwujudnya tujuan sekolah yang ingin melahirkan wirausahawan-wirausahawan muda baru. Hal ini juga karena (1) siswa-siswa SMKN 2 Seririt memiliki potensi teknologi yang seharusnya diarahkan pada kegiatan yang lebih produktif; (2) Guru-Guru SMKN 2 Seririt dapat mengoptimalkan pembelajaran kewirausahaan yang lebih aplikatif karena

potensi siswanya sehingga tujuan sekolah lebih cepat tercapai.

Perlu untuk diketahui bahwa *Pertama*, siswa-siswa SMKN 2 Seririt merupakan siswa-siswa yang kreatif dan memiliki jiwa wirausaha sesuai dengan karakter sekolahnya (kejuruan). Karena itu banyak produk-produk yang sudah dihasilkan oleh siswa-siswa SMKN 2 Seririt, tetapi belum maksimal dalam melakukan pemasaran (promosi). Promosi yang dilakukan menggunakan media sosial tetapi bentuknya tidak menarik atau melakukan promosi di media sosial dalam bentuk umum seperti story di Whatsapp, atau status @infosingaraja di instagram, maupun *market place* di facebook sehingga konsumen mendapatkan informasi yang terbatas atau keengganan dalam membaca promosi tersebut.

Hal ini karena foto atau video yang dihasilkan kurang mengena kepada calon pembeli atau pembeli yang menganggap hal tersebut hanya sebuah iklan sehingga tidak perlu diperhatikan lebih serius. Karena itu perlu adanya pelatihan dan pendampingan untuk fotografi sehingga bisa menghasilkan foto atau video pemasaran atau pengiklanan digital melalui yang ditempelkan di brosur digital yang secara langsung kepada konsumen melalui platform aplikasi "Imooji".

Kedua, kegiatan ini sangat perlu untuk dilakukan karena media "Imooji" ini sudah disampaikan kepada Guru-Guru SMKN 2 Seririt pada Pengabdian Kepada Masyarakat tahun 2022 dan tentu saja media ini sudah disampaikan oleh guru-guru pengajar mata pelajaran kewirausahaan dalam kelas kewirausahaan. Siswa-siswa tentu saja sudah mencoba mempelajari aplikasi Imooji tersebut. Namun terungkap juga bahwa kekuatan "Imooji" ada pada foto atau video yang ditampilkan pada tema yang akan digunakan dalam penjualan tersebut, yang akan lebih menarik ditampilkan pada Whatsapp, Facebook, Telegram maupun Instragram. Siswa-siswa SMKN 2 Seririt tentu saja saat ini memiliki *smartphone* yang sudah berkualitas terkini baik kamera maupun memorinya. Apabila pelatihan dan pendampingan ini dilaksanakan maka akan menjadikan *smartphone* mereka menjadi lebih produktif dan menghasilkan manfaat ekonomi.

METODE

Adapun metode kegiatan yang dilakukan pada pengabdian kepada masyarakat ini adalah, *pertama*, tahap persiapan yang terdiri dari persiapan materi pelatihan, administrasi surat-menyerurat, koordinasi dengan pihak Undiksha dengan Pihak SMKN 2 Seririt. *Kedua*, tahap pelatihan teknik fotografi. Metode yang digunakan pada pengabdian kepada masyarakat ini adalah dengan memberikan pelatihan berupa pengenalan dan pelatihan teknik fotografi yang akan diimplementasikan dalam aplikasi imooji.. Pelatihan dilakukan secara luring. Hal ini karena mereka membutuhkan pelatihan langsung sehingga siswa-siswa bisa langsung mengerti bagaimana memaksimalkan foto di platform imooji. Jadi pelatihan harus dilakukan secara langsung atau tatap muka.

Ketiga, selanjutnya metode pendampingan dilakukan dengan membantu siswa-siswa memaksimalkan hasil foto di platform imooji. Tim Pengabdian akan melakukan pendampingan secara mandiri kepada siswa-siswa sesuai dengan hasil foto di usaha yang sudah mereka miliki. Hal ini untuk mengintensifkan pendampingan, sehingga masing-masing siswa mendapatkan pendampingan yang maksimal baik saat pendampingan ini.

Keempat, tahap monitoring yang dilakukan oleh pihak LPPM Undiksha untuk memonitor jalannya kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dilakukan. *Kelima*, merupakan tahap Tim Pengabdian menyusun laporan dan mempublikasikan pengabdian ini dalam suatu seminar nasional.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tim Pengabdian menyampaikan bahwa sasaran yang akan dicapai adalah para siswa yang dalam kesehariannya memiliki usaha atau orang tuanya memiliki usaha, tetapi mereka memiliki kebingungan atau kesusahan dalam melakukan promosi karena kesulitan menyampaikan tampilan produknya. Padahal mereka rata-rata memiliki telepon seluler yang sudah dilengkapi dengan kamera dengan *mega pixel* yang sudah cukup besar. Perlu untuk

diketahui bahwa hal ini sebenarnya ada potensi yang sangat potensial, tetapi potensi ini belum mereka bisa maksimalkan.

Karena itu, Tim Pengabdian melakukan penyesuaian materi dan teknis penyesuaian materi, teknis penyesuaian materi dan teknis penyampaian materi sesuai dengan khalayak sasaran. Perlu untuk diketahui bahwa Tim Pengabdian sudah melakukan pelatihan dan pendampingan dalam penyusunan brosur digital untuk trainer yaitu Guru-Guru SMKN 2 Seririt. Hal inilah yang menyebabkan Tim Pengabdian perlu menyusun materi agar sesuai dengan peserta PKM. Selain itu, Tim Pengabdian juga membagi kegiatan menjadi kegiatan pelatihan dan kegiatan pendampingan.

Fokus penyampaian materi yang disampaikan oleh Ketua Tim Pengabdian adalah kondisi perkembangan bisnis dinamis yang terjadi saat ini yang harus dihadapi oleh pengusaha. Kedinamisan yang terjadi saat ini, karena perkembangan konsumen yang ada saat ini menggunakan teknologi, atau teknologi digital untuk memenuhi kebutuhannya. Karena itu, pengusaha perlu kedinamisan untuk menghadapi hal demikian. Ketua Tim Pengabdian menyampaikan bahwa salah satu media promosi produk yang cukup efektif saat ini adalah melalui platform imooji. Namun platform tersebut, sangat membutuhkan foto yang baik karena dari foto tersebut akan bercerita dan berbicara apa dan bagaimana produk tersebut.

Apalagi saat ini, konsumen sangat termanjakan oleh teknologi digital. Karena hampir semua konsumen menggunakan *smart phone* dan hampir setiap waktunya dalam setiap aktivitas tidak terlepas dari *smart phone* ini. Karena itu wirausahawan perlu memikirkan bagaimana menghadapi hal ini supaya produknya dikenal oleh konsumen, bisa dipasarkan dan konsumen dapat dengan mudah untuk memesan atau membeli produknya. Karena wirausahawan harus dapat beradaptasi dengan keadaan ini. Apakah para wirausahawan harus membuat atau menciptakan teknologi. Tentu saja tidak, karena sudah banyak platform yang disediakan baik yang gratis ataupun yang berbayar yang

dapat digunakan oleh wirausahawan dalam aktivitas usahanya. Begitu hal ini disampaikan banyak ada suatu ketertarikan dari peserta terutama siswa yang mengetahui hal ini. Karena selama ini lebih banyak berjualan secara live melalui tik tok shop ataupun facebook. Apalagi saat ini ada isu yang menyatakan bahwa penggunaan akun-akun tersebut untuk aktivitas bisnis akan segera dilarang.

Setelah Ketua Tim Pengabdian memberikan pembekalan, dilanjutkan dengan nara sumber yaitu untuk memberikan materi fotografinya. Menurut nara sumber apabila menggunakan media presentasi maka hal itu akan memberikan kejumuan dalam proses pelatihan ini. Karena itu nara sumber memberikan materi sekaligus memberikan pelatihan. Dikarenakan Beliau adalah seorang fotografer profesional maka Beliau lebih banyak memberikan praktek daripada teori walaupun latar belakang Beliau adalah akademisi.

Dalam pelatihan yang disampaikan oleh Pemateri, peserta sangat antusias karena ada beberapa teknik fotografi produk yang belum siswa kuasai atau yang baru pernah siswa dengar sehingga mereka sangat antusias. Seperti apa yang disampaikan oleh Kadek Yoga

“Swastiastu Bapak, saya Kadek Yoga, kalo foto alam itu sangat penting untuk menentukan waktunya, tapi klo untuk foto produk apa perlu ya kita menentukan waktunya”

Pemateri memberikan jawaban

“Waktu memang perlu tetapi karena memerlukan cahaya. Dengan cahaya yang tepat tampilan produk akan lebih kelihatan. Namun, kalau produk tersebut di take di alam maka waktu pemotretan sangat diperlukan. Karena akan memberikan kesan tertentu pada produk tersebut, tetapi tentu saja tergantung dari produk yang diinginkan.

Pemaeri merespon pertanyaan tersebut



Gambar 1.

Nara Sumber Memberikan Materi

Karena pemateri merupakan profesional fotografer, maka peserta sangat dapat mengetahui bagaimana penyampaian yang disampaikan oleh pemateri. Hal ini karena pemateri memberikan praktek langsung dimana teori yang diberikan pada saat praktek tersebut. Seperti apa yang ditanyakan oleh peserta tentang perbedaan foto alam dan foto produk. Pemateri dapat memberikan respon, dan sampai dijawab terkait bagaimana waktu pengambilan foto produk. Namun, demikian teknik pengambilan foto alam juga dapat dipadupadankan dengan pengambila foto produk yang dapat menyebabkan foto produk lebih dapat hidup apalagi ditampilkan dalam suatu platform atau media sosial.

Gusti Ayu Ratih juga bertanya,

“Kalau begitu berarti cahaya sangat penting untuk foto produk. Berarti kapan ya, menggunakan cahaya sama apa ada alat bantuan cahaya yang pas kalo kita mau foto di tempat yang kurang cahayanya?”

“Ya seperti yang disampaikan sebelumnya cahaya itu sangat penting. Kenapi demikian? Perlu untuk diketahui bahwa mata manusia bisa melihat karena ada cahaya. Produk kan benda, kalau dia dapat cahaya pasti bisa memunculkan apa keunggulan produk itu, tampilan produk dan pesan yang disampaikan produk itu. Na, mata bisa melihat keunggulan produk itu kalau cahayanya pas. Apalagi di imooji, produk yang pencahayaannya tepat dapat memunculkan bagaimana keunggulan produk.”



Gambar 2

Pemateri Memberikan Materi Cahaya Pada Teknik Fotografi

Peserta bertanya terkait dengan cahaya, dan pemateri memberikan respon bahwa cahaya itu sangatlah penting dalam pengambilan foto. Hal ini karena cahaya akan dapat menghidupkan produk tersebut. Bila foto yang diambil sudah hidup maka mata yang memandang foto tersebut akan terasa hidup. Begitu juga foto yang ditampilkan di platform imooji akan lebih hidup sehingga pesan yang ingin disampaikan oleh produk dan wirausahawan yang menjual

produk tersebut pada platform imooji akan lebih terasa.

Lalu pemateri memberikan teknik pengambilan foto produk dengan cahaya yang tepat. Bila itu dilakukan di luar ruangan akan lebih mudah. Karena itu pemateri memberikan teknik tersebut di dalam ruangan. Peserta tidak hanya melihat di bangku peserta dan diam saja. Namun, pemateri mengajak langsung praktek untuk membuktikan teknik yang tepat untuk foto produk di dalam ruangan dengan cahaya yang minim tetapi dapat menghasilkan foto produk yang lebih baik.



Gambar 3.

Pemateri Memberikan Teknik Fotografi Pada Produk

Pemateri sampai membawa alat yang menunjukkan bagaimana hasil foto yang baik bila menggunakan alat yang sesuai dan dengan cahaya yang tepat. Memfoto orang saja tampilan foto memang menjadi sangat bagus begitu juga dengan memfoto produk. Namun yang menarik disini Pemateri memberikan teknik fotografi dengan media pengambilan foto adalah *smartphone* yang memang dimiliki oleh adik-adik siswa.

Pemateri menyampaikan

*“Sebenarnya setiap *smartphone* adik-adik sudah dilengkapi dengan mode yang bisa adik-adik gunakan untuk fotografi untuk produk dan hasilnya bagus”*

I Putu Tegar lalu bertanya

“Bagaimana caranya Pak, karena saya kira HP kita itu tidak secanggih HP I-Phone atau HP samsung Ultra U. Kalau menggunakan HP itu jelas jelas bagus hasilnya Pak”

Pemateri menjawab

“Tidak semua begitu dik. Di menu kamera banya mode yang bisa kita gunakan, selain cahaya yang penting yang sudah saya sampaikan sebelumnya. Mode itu ada di HP secara umum. Na, cuma bagaimana kita memanfaatkan menu itu supaya hasil foto kita menjadi baik”.

Artinya bahwa mode menu yang ada pada kamera *smartphone* yang dimiliki oleh adik-adik siswa-siswa SMKN 2 Seririt sebenarnya sudah mendukung untuk foto produk. Namun, untuk penggunaan mode perlu adanya pemberian informasi dan tentu saja pendampingan pelatihan teknik.



Gambar 4.

Praktek Langsung Teknik Fotografi untuk Produk yang akan Digunakan pada Platform

Pada saat pendampingan pelatihan teknik dengan langsung menggunakan media produk dan *smartphone* peserta juga sangat antusias. Pemateri memberikan pendampingan dengan mengarahkan satu demi satu bagaimana penggunaan mode pada *smartphone*, bagaimana menempatkan produk dan bagaimana menempatkan cahaya tentu saja dengan suatu teknik fotografi tertentu yang baik sehingga dihasilkan suatu foto produk yang hidup, berarti dan menceritakan sesuatu dari produk tersebut. Apabila diletakkan dalam suatu platform seperti imooji konsumen akan langsung dapat mengerti dan memahami produk tersebut.

SIMPULAN

Kegiatan ini sudah berjalan dengan sangat lancar dan baik baik dari proses persiapan materi yang sesuai dengan peserta dan pemateri yang dapat memahami kondisi peserta yaitu siswa sehingga materi pelatihan dan pendampingan ini dapat berjalan dengan lancar dan mendapat apresiasi baik dari pihak sekolah maupun pihak siswa.

Dalam pelatihan yang dilakukan ditemukan bahwa siswa sudah memiliki konsep yang kuat dalam fotografi secara umum, tetapi bagaimana menggunakan konsep tersebut dalam fotografi perlu mendapatkan pembinaan yang lebih intensif lagi. Begitu juga dalam pendampingan ditemukan bahwa siswa belum dapat menggunakan mode dalam *smartphone* yang dimiliki oleh masing-masing siswa dimana mode tersebut sebenarnya dapat digunakan untuk menghasilkan foto produk yang baik untuk ditampilkan dalam digital marketing termasuk dalam platform imooji.

Kedepan perlu adanya suatu pelatihan dan pendampingan lanjutan terutama dalam penentuan harga jual yang sesuai yang perlu ditampilkan untuk produk yang dijual termasuk dalam laporan atas hasil penjualan. Mengapa demikian? Karena teknik penggunaan imooji sudah dikuasai dan teknik fotografi sudah dipahami sehingga yang diperlukan adalah

bagaimana pelaporannya dan Undiksha dapat mengambil peran tersebut untuk menjadikan siswa-siswa SMKN 2 Seririt lebih siap menjadi wirausahawan. Kedepan perlu adanya komersialisasi sehingga dihasilkan suatu konten digital marketing yang dapat langsung dirasakan manfaatnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfiyah, L., & Isa, W. (2020). Strategi Adaptasi Perusahaan Biro Tour and Travel dalam Menghadapi Pandemi Covid-19 (Studi Kasus pada Perusahaan Tour and Travel Haji dan Umrah PT. Amanu Izzah Zamzam Sakinah di Kota Surakarta). *Akademika*, 16(2), 113-127.
- Arini, I. A. D., Paramita, I. B. G., & Triana, K. A. (2020). Ekspektasi, Realisasi Dan Negosiasi Tourism Reborn Di Masa Pandemi Dalam Pariwisata Bali. *CULTOURE: Culture Tourism and Religion*, 1(2), 101-112.
- Dewi, N. P. M., & Utari, T. (2014). Pengaruh modal, tingkat pendidikan dan teknologi terhadap pendapatan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di Kawasan Imam Bonjol Denpasar Barat. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*, 3(12), 444-496.
- Dharsito, W. (2015). *Dasar Fotografi Digital 2: Komposisi dan Ketajaman*. Elex Media Komputindo.
- Harto, B., Rinaldi, K., & Sulistya, A. (2021). Rencana Strategis Bisnis Jualan Online di Masa Pandemi Covid-19: Online Selling Business Strategic Plan in the Covid-19 Pandemic Period. *Engineering and Technology International Journal*, 3(03), 188-192.
- Karyadi, B. (2017). *Fotografi: Belajar Fotografi*. NahlMedia.
- Katrin, K., & Vanel, Z. 2020. Strategi Pemasaran Komunikasi *Digital Marketing Platform (Cashback)* Untuk

- Meningkatkan Daya Beli Konsumen. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1).
- Kereh, F., Tumbel, A. L., & Loindong, S. S. (2018). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Motor Yamaha Mio Pada Pt. Hasjrat Abadi Outlet Yamaha Sam Ratulangi. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(2).
- Kotler, P., & Amstrong, G. 2004. *Principles of Marketing, 10th Edition*. Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Education Inc.
- Nursatyo., & Rosliani, D. 2018. Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Situs Pembanding Harga Telunjuk.com. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2), 46-67.
- Oktaviani, F & Rustandi, D. 2018. Implementasi *Digital Marketing* Dalam Membangun *Brand Awareness*. *PROfesi Humas: Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 3(1), 1-20.
- Pradiani, T. 2017. Pengaruh Sistem Pemasaran *Digital Marketing* Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan. *Jibeka*, 11(2), 46-53.
- Putri, S.D., & Fithrah, D.S. 2017. Pengaruh *Online Marketing Campaign #Samyangchallenge* Terhadap *Consumer Behavior Digital Natives* Pengguna Youtube Indonesia. *PROfesi Humas: Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 1(2), 132-141.
- Ridwan, I.M. 2019. Penerapan *Digital Marketing* Sebagai Peningkatan Pemasaran Pada UKM Warung Angkringan “WAGE” Bandung. *Jurnal Abdimas BSI*, 2(1), 137-142.
- Septiningrum, L. D. (2021). Manajemen Strategi Untuk Meningkatkan Penjualan Food And Beverage Di Era Pandemi Covid 19. *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah*
- Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*, 8(1).
- Srisadono, W. (2018). Strategi perusahaan e-commerce membangun brand community di media sosial dalam meningkatkan omset penjualan. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 1(1), 167-179.
- Strauss, J., & Frost, R. 2009, *E- Marketing, 5th Edition*. New Jersey: Prentice-Hall, Inc., Upper Saddle.
- Yudantara, I. G. A. P., Musmini, L. S., & Putra, P. Y. P. (2022). Pelatihan Dan Pendampingan Menjadi Trainer Brosur Digital Bagi Guru SMKN 2 Seririt. *Proceeding Senadimas Undiksha*, 1556.