

LITERASI DIGITAL PRODUKSI PROFIL VIDEO UNTUK KARANG TARUNA DI DESA KOLEANG

Roni Jayawinangun, Dipo Krishyudi Ono, Dini Valdiani, Prameswari Handayani
Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pakuan, Indonesia
Email korespondensi: roni.jayawinangun@unpak.ac.id

ABSTRACT

COVID-19 has an impact on all sectors of human activity, especially the tourism sector. One of the efforts to support tourist destinations is through video profiles and published using sosial media. The purpose of this activity is to help Koleang Village with its tourism potential through digital literacy, production of video profiles and social media for youth youth organizations in Koleang Village, Jasinga District, Bogor Regency. This activity has an impact on the participants, namely the youth of Koleang Village in increasing their knowledge and skills in making video profiles through making storyboards, taking pictures and editing images using smartphones and uploading via sosial media, while for Koleang Village itself, this video profile will help promote the location. Koleang Village itself and also tourist destinations in Koleang Village, namely Situ Kandongdong and also Koleang bamboo crafts.

Keywords: *digital literacy; sosial media; the youth village; video profile*

ABSTRAK

COVID-19 berdampak pada seluruh kegiatan manusia, khususnya adalah sektor pariwisata. Salah satu upaya untuk mendukung destinasi wisata adalah melalui profil video dan dipublikasikan menggunakan media sosial. Tujuan kegiatan ini adalah membantu Desa Koleang dengan potensi wisatanya melalui literasi digital produksi profil video dan Media Sosial kepada para pemuda Karang Taruna Desa Koleang Kecamatan Jasinga Kabupaten Bogor. Kegiatan ini berdampak kepada peserta yaitu pemuda Karang Taruna Desa Koleang dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan membuat profil video melalui pembuatan *storyboard*, pengambilan gambar dan pengeditan gambar menggunakan ponsel pintar serta mengunggah melalui media sosial. Bagi Desa Koleang sendiri dengan adanya profil video ini akan membantu mempromosikan lokasi Desa Koleang sendiri dan juga destinasi wisata yang ada di Desa Koleang, yaitu Situ Kandongdong dan juga kerajinan bambu Koleang.

Kata Kunci : *literasi digital; media sosial; pemuda desa; profil video*

KETERANGAN ARTIKEL (diisi oleh redaksi)

Riwayat Artikel: diterima: 15 April 2022; direvisi: 8 Juni 2022; disetujui: 10 Juni 2022

Copyright©2021. Rudence: Rural Development For Economic Resilience

PENDAHULUAN

Di era digital ini, perkembangan teknologi informasi semakin berkembang pesat. Teknologi informasi berbasis internet menjadi kebutuhan yang sangat penting bagi manusia. Internet bukan lagi menjadi konsumsi masyarakat perkotaan, tetapi juga sudah merambah ke pedesaan. Akses dan keterjangkauan internet oleh masyarakat desa khususnya pemuda menjadi hal yang penting (Jayawinangun & Nugraha, 2018), karena dapat mendorong pemuda desa menjadi lebih terbuka akan informasi. Melalui digital, banyak yang dapat dilakukan seperti proses pembelajaran (Indrawati et al., 2021) dan juga dapat digunakan untuk memperkenalkan objek atau destinasi pariwisata kepada para wisatawan untuk melakukan kunjungan wisata

dan akan membantu masyarakat dalam pengelolaan sumber daya sebagai sumber pendapatan masyarakat (Sasmito et al., 2021). Oleh karena itu penting untuk dilakukannya pendidikan literasi digital, karena pendidikan literasi digital merupakan solusi untuk kemajuan bangsa (Silvana & Darmawan, 2018).

Pemilihan Desa koleang dikarenakan salah satu wilayah di Kabupaten Bogor yang memiliki potensi pariwisata yang menjanjikan, namun dibutuhkan pengelolaan yang lebih terintegrasi dari semua pihak yang berada di Desa Koleang (Amalia & Sulaiman, 2016). Desa Koleang juga menjadi 1 dari 27 Desa Pusat Pertumbuhan di Kabupaten Bogor (Kabupaten Bogor, 2018). Karakteristik pariwisata di Desa Koleang cukup berbeda dari kebanyakan wilayah pariwisata di Kabupaten Bogor. Wilayahnya yang berada di kaki Gunung Salak membuat wilayahnya tidak berupa hamparan tetapi berupa tanah berundak-undak, sehingga pengelolaannya pun berbeda. Selain itu, kondisi wilayah yang berada di area kaki gunung membuat lokasi tempat tinggal masyarakat terpisah dengan pusat-pusat pariwisatanya. Salah satu contoh yang sering kali ditemui oleh pengelola wisata di Desa Koleang adalah promosi wisata yang cakupannya terbatas dan tidak dikelola secara optimal. Beberapa potensi yang dapat dikembangkan di Desa Koleang adalah wisata Situ Kandondong dan kerajinan bambu Koleang. Minimnya promosi yang dilakukan oleh Desa Koleang berdampak pada kurang mengetahuinya para wisatawan terkait tempat wisata dan hal unik yang ada di Desa Koleang. Media Digital resmi Desa Koleang belum optimal dalam mempromosikan keunggulan Desa ditandai dengan kurang aktifnya *website* dan juga media sosial yang ada. Berdasarkan permasalahan tersebut, maka tim Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) FISIB Universitas Pakuan melakukan kerjasama dengan Pemerintah Desa Koleang untuk meningkatkan kemampuan pemuda Karang Taruna untuk dapat membuat video yang nanti dapat digunakan Desa sebagai profil video dan menyebarkannya melalui media sosial.

Alasan video sebagai media promosi adalah video memiliki kemampuan untuk menyampaikan informasi secara lengkap yang mencakup 5 unsur multimedia (gambar, animasi, suara, teks dan video). Profil video juga penting sebagai media dapat meningkatkan citra dan memberikan informasi kepada pihak lain (Hidayat et al., 2016). Alat lain yang digunakan adalah *smartphone* atau ponsel cerdas dengan pertimbangan kepemilikan dan juga kemudahan pemakaian serta hasil yang mana video kamera ponsel tidak jauh berbeda dibandingkan dengan kamera DSLR (Octaviani et al., 2021).

Media sosial merupakan sarana komunikasi yang dapat berfungsi untuk menginformasikan, membujuk dan mengingatkan konsumen baik langsung maupun tidak langsung tentang produk yang dijual (Kotler & Keller, 2011). Konteks produk pada laporan ini adalah tempat wisata. Jejaring sosial digunakan sebagai sarana penyebaran informasi tentang tempat wisata baru untuk membangkitkan minat wisatawan terhadap suatu kawasan wisata melalui program video yang menampilkan gambar-gambar yang menarik dan informatif. Menurut Moriansyah (2015), jejaring sosial dapat digunakan untuk memperoleh informasi atau rekomendasi dari jejaring atau komunitas yang menimbulkan keinginan untuk membeli produk. Media sosial dalam bentuk komunikasi digital dapat berkontribusi sebagai sarana promosi daerah (Siregar & Jayawinangun, 2019).

Berdasarkan pemaparan tersebut, maka tim PkM FISIB Universitas Pakuan melakukan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Koleang dalam rangka meningkatkan keterampilan pemuda karang taruna melalui literasi digital pembuatan video profile dan media sosial menggunakan ponsel pintar untuk membantu meningkatkan promosi potensi Desa Koleang.

METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan program literasi digital produksi video profil dan sosial media untuk pemuda Karang Taruna di Desa Koleang ini diselenggarakan oleh tim pengabdian dari FISIB Universitas Pakuan dimulai dari tanggal 31 Juli 2021 sampai dengan 20 September 2021. Rangkaian kegiatan ini disusun secara ilmiah sebagaimana tertulis dalam Tabel 1.

Tabel 1. Kegiatan PkM di Desa Koleang

No.	Kegiatan	Aktivitas
1.	Pra Kegiatan	Berdiskusi dengan Patriot Desa untuk mengurus perizinan, menentukan jadwal, Tema Kegiatan dan menyampaikan rencana kegiatan
2.	Kegiatan Literasi	Pemberian materi di ruangan
3.	Praktik	Pengambilan Gambar Pengeditan Video Peunggahan Video pada media sosial

Dalam rangka mencari solusi dari permasalahan yang diidentifikasi dan disebutkan di atas serta untuk dapat melaksanakan bantuan tanpa hambatan, pendekatan atau metode yang berbeda digunakan sebagai kegiatan pendamping pada kesempatan ini. Metodenya adalah: 1) Ceramah, dipilihnya metode ini digunakan untuk menyampaikan hal penting untuk dipahami dan dikuasai oleh peserta. Metode ini mempertimbangkan bahwa metode membaca yang dikombinasikan dengan gambar, animasi dan presentasi dapat memberikan materi yang relatif lebih komunikatif; 2) Latihan, digunakannya metode ini untuk memberikan tugas kepada para pemuda untuk mempraktikkan penggunaan teknologi komunikasi dan informasi dalam rangka pencarian informasi pariwisata dan promosi pariwisata; 3) *Project based learning*, metode ini digunakan karena terbukti dapat membuat proses belajar lebih efektif (Prasetyaningtyas et al., 2021). Dengan metode ini juga untuk mengevaluasi praktik dari pembuatan video berupa pengambilan gambar dan juga penyuntingan gambar yang mana pada akhirnya akan menjadi profil video Desa Koleang; 4) Pendampingan, merupakan proses lanjutan dari kegiatan pemberian materi di kelas dengan pendampingan menggunakan media *WhatsApp* terkait permasalahan yang dihadapi peserta dalam membuat video.

HASIL KEGIATAN

Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat peningkatan literasi digital produksi profil video untuk Karang Taruna sebagai konten *website* Bumdes di Desa Koleang dibagi menjadi tiga kegiatan yaitu pra kegiatan, kegiatan literasi dengan pemberian materi di kelas dan juga praktik. Penjelasan lebih detail terkait aktivitas kegiatan pengabdian kepada masyarakat di Desa Koleang sebagai berikut ini.

Pra Kegiatan

Aktivitas pra kegiatan yang bertujuan sebagai survey awal tim ke lokasi dan juga untuk menyamakan persepsi dan juga teknis kegiatan dengan Patriot Desa untuk mengurus perizinan, menentukan jadwal, menentukan tema Kegiatan dan menyampaikan rencana kegiatan. Pada kegiatan ini diikuti oleh beberapa Dosen dan mahasiswa.

Kegiatan Literasi

Aktivitas literasi dengan pemberian materi di Kelas dilaksanakan pada hari Sabtu, Tanggal 21 Agustus 2021 di Kantor Desa Koleang dengan acara tatap muka dengan protokol kesehatan yaitu peserta dan tim PkM menggunakan masker yang bertempat di Kantor Desa Koleang dengan dihadiri dan dibuka oleh Sekretaris Desa (Gambar 1). Kegiatan ini berlangsung dari mulai pukul 09.00 - 17.00 dan dihadiri sebanyak 23 orang yang meliputi unsur Desa diwakili Sekretaris Desa, Bumdes, patriot desa, pemuda Karang Taruna dan juga tim Pengabdian kepada Masyarakat dari FISIB Universitas Pakuan. Susunan acara mulai dari sambutan dari pihak Desa yang diwakili oleh Sekretaris Desa dan juga ketua Bumdes Desa Koleang, dilanjutkan dengan menampilkan contoh profil video dan penyampaian materi terkait pembuatan profil video dengan menggunakan *smartphone* dan pemanfaatan media sosial.



Gambar 1. Sambutan dan Pembukaan oleh Sekretaris Desa Koleang

Pada sesi ini dijelaskan mengenai perkembangan dan penggunaan teknologi informasi dan komunikasi di pariwisata dan pedesaan, menjelaskan mengenai bagaimana pemanfaatan media sosial di telepon seluler dalam rangka pencarian informasi pariwisata dan penggunaan media sosial dalam mengembangkan pariwisata dan juga pembuatan *storyboard*. Pengenalan contoh profil video pariwisata yang dapat bermanfaat terhadap proses pengembangan pariwisata di Desa Koleang.

Proses penyampaian materi diawali oleh Roni Jayawinangun dengan melakukan perkenalan tim Pengabdian kepada Masyarakat FISIB dan memberikan materi terkait dengan teknologi informasi dan literasi digital khususnya dalam pembuatan profil video. Selain memberikan materi, pada sesi ini juga dibentuk kelompok peserta yang ditujukan untuk membuat video. Terdapat tiga kelompok dengan yang akan membuat video dengan total peserta aktif sebanyak 9 orang (Tabel 2).

Tabel 2. Nama Peserta

No	Nama
1.	Ismi Khaerunnisa
2.	Dede permana
3.	Muhamad sendy muqorrobin
4.	Bagus Sugiarto

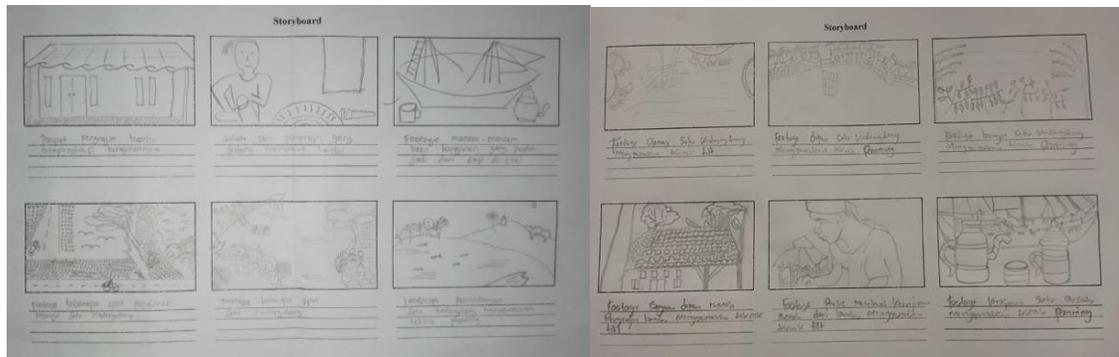
5. Master young yunusmin
6. Ismi Khaerunnisa
7. Siti Nurhasanah
8. Hana Fitriani
9. Ahmad sunandar



Gambar 2. Proses Penyampaian Materi

Pada sesi selanjutnya disampaikan materi mengenai pembuatan *storyboard* dan pengeditan video oleh Dipo Krishyudi Ono. *Storyboard* yang dibuat merupakan sketsa mengenai alur cerita video (Sari &

Wiratoro, 2015). Kelompok peserta diberikan cara membuat *storyboard* dan juga tutorial teknik pengambilan gambar dan pergerakan gambar. *Storyboard* hasil karya peserta dapat dilihat pada Gambar 3. Pada sesi ini dijelaskan mengenai aplikasi yang digunakan untuk mengedit video yaitu *InShot* beserta tutorial pemakaiannya.



Gambar 3. *Storyboard* hasil karya peserta

Praktik Pengambilan Gambar

Pada sesi selanjutnya setelah penyampaian materi adalah praktik lapangan berupa pengambilan gambar. Lokasi yang dijadikan objek pengambilan gambar adalah di sekitar Kantor Desa Koleang dan juga Situ Kadondong. Peserta diajak oleh tim untuk mempraktikkan materi yang sudah didapat pada sesi sebelumnya dengan menggunakan *smartphone* masing-masing. Hasil pengambilan gambar tersebut merupakan input untuk pembuatan video secara keseluruhan. Setiap peserta mengambil gambar dengan menyesuaikan dengan *storyboard* yang sudah dibuat sebelumnya. Kegiatan ini didampingi oleh tujuh mahasiswa. Ketujuh mahasiswa ini merupakan mahasiswa prodi Ilmu Komunikasi dengan konsentrasi penyiaran, sehingga mereka sudah dibekali ilmu dasar-dasar videografi. Selain itu mahasiswa ini juga diberikan tanggung jawab berdasarkan pembagian kelompok peserta. Mahasiswa juga akan dinilai dalam mendampingi setiap kelompoknya, yang pada akhir kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini akan dinilai kualitas video yang dihasilkan. Praktik pengambilan gambar di lapangan dapat dilihat pada Gambar 4 berikut.



Gambar 4. Praktik Pengambilan Gambar di Lapangan

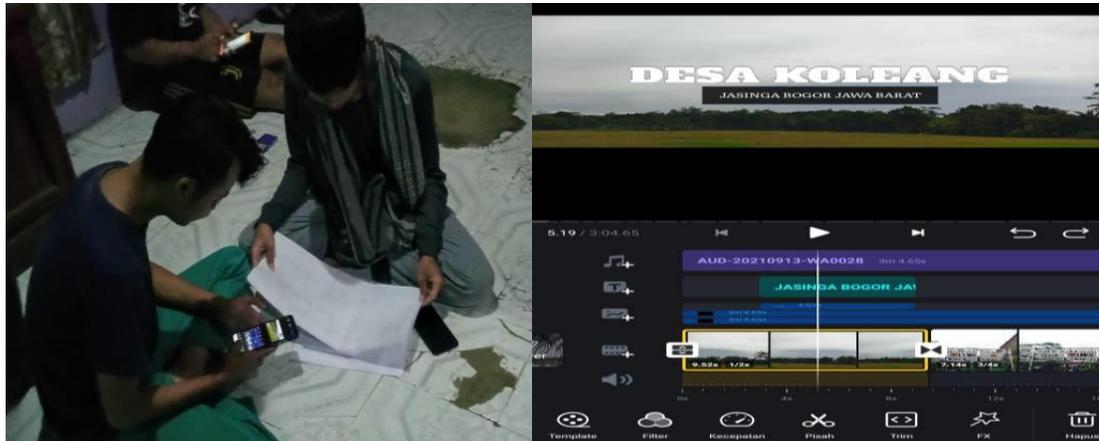
Pengambilan gambar di lapangan mandiri dilakukan oleh peserta mulai dari tanggal 21 Agustus 2021 sampai dengan 5 September 2021. Tim melakukan pendampingan ke lapangan untuk memantau dan juga melakukan tambahan *shoot* gambar pada tanggal 4 dan 5 September 2021 di Situ Kandongdong dan lokasi kerajinan bambu Koleang. Kegiatan ini dimulai pukul 09.00 - 17.00. Fokus pada kegiatan ini adalah mengumpulkan gambar sebanyak-banyaknya di lokasi. Adapun kegiatan ini peserta didampingi oleh mahasiswa FISIB Universitas Pakuan. Mahasiswa juga mendampingi cara menggunakan kamera dan juga mengambil video sebagai input untuk video setiap kelompok. Proses pengambilan gambar di lapangan dapat dilihat pada Gambar 5 berikut.



Gambar 5. Proses Pengambilan Gambar di Lapangan

Praktik *Editing* Video

Proses selanjutnya adalah melakukan pengeditan video dengan menggunakan *smartphone* masing-masing kelompok peserta mulai dari tanggal 5 September 2021 sampai dengan 18 September 2021. Peserta dibekali modul pembuatan video oleh Tim Pengabdian Kepada Masyarakat sehingga dapat memudahkan proses dalam membuat video, selain itu tim juga melakukan pendampingan via grup *WhatsApp* untuk setiap kelompok. Proses *editing* video ini merupakan kerjasama antar peserta dan juga mahasiswa sebagai pendamping. Praktik proses *editing* video dapat dilihat pada Gambar 6.



Gambar 6. Proses *Editing* Video

Unggah Video

Hasil dari proses pengeditan pada kegiatan sebelumnya, dilanjutkan dengan mengunggah video melalui media sosial *Instagram* resmi Desa Koleang (@desakoleang) pada tanggal 20 September 2021. Video yang dihasilkan dari pelatihan ini sebanyak 3 sesuai dengan jumlah kelompok. Secara umum durasi video adalah 2 sampai 4 menit, hal ini bertujuan untuk membuat penonton tidak bosan (Permana et al., 2017). Video satu berdurasi 4 menit 7 detik dengan objek video yaitu pengrajin Bambu dan Situ Kadongdong dengan link video https://www.instagram.com/tv/CUCORs3Jvof/?utm_medium=copy_link. Video kedua berdurasi 2 menit 37 detik mengambil objek yaitu Kantor Desa, Situ Kadongdong dan kerajinan Bambu dengan video dapat dilihat pada link berikut https://www.instagram.com/tv/CUCP7faJQp/?utm_medium=copy_link. Video ketiga berdurasi 3 menit 3 detik juga mengambil objek Kantor Desa, Situ Kadongdong dan kerajinan Bambu dengan link video https://www.instagram.com/tv/CUCQ-D3JBol/?utm_medium=copy_link. Rekapitulasi hasil video setiap kelompok dapat dilihat pada Tabel 3 berikut.

Tabel 3. Hasil Video Peserta

Kelompok	Objek	Durasi	Tampilan awal Video
Kelompok 1	Pengrajin Bambu dan Situ Kadongdong	4 menit 7 detik	

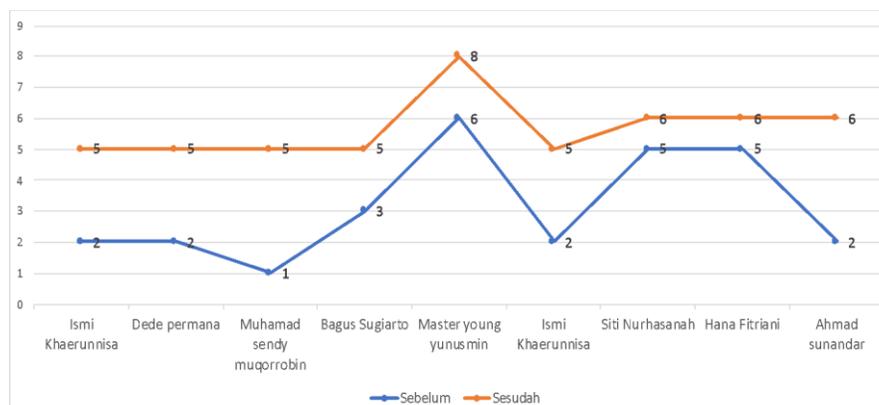
Kelompok 2 Kantor Desa, Situ 2 menit 37
 Kadongdong dan detik
 kerajinan Bambu

Kelompok 3 Kantor Desa, Situ 3 menit 3
 Kadongdong dan detik
 kerajinan Bambu



Dampak dan Respon Peserta

Manfaat atau dampak dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diukur menggunakan *self assessment* dengan menggunakan skala 1 sampai 10 dan juga pengisian instrument evaluasi/ *feedback* PkM dari para peserta menggunakan kuesioner yang diberikan sebelum pelatihan (tanggal 21 Agustus 2021) dan sesudah pelatihan (tanggal 20 September 2021). Adapun peningkatan yang dirasakan oleh peserta adalah kemampuan dalam mengedit video khususnya dengan menggunakan ponsel pintar. Dari 9 peserta diketahui semua peserta mengalami peningkatan kemampuan dalam melakukan pengeditan video. Sebagian besar (modus) peserta menilai kemampuan mereka sebelum pelatihan pada nilai 2. Namun ada beberapa peserta yang sudah memiliki kemampuan mengedit sebelumnya, sehingga menjawab kemampuannya pada nilai 5 dan 6. Hasil penilaian sesudah pelatihan, diketahui bahwa peserta merasakan peningkatan kemampuan dalam mengedit video dengan nilai modus 5. Hal ini menunjukkan manfaat yang diberikan dari kegiatan PkM ini. Lebih jelas nilai *self assessment* peserta pelatihan dapat dilihat pada Gambar 7.



Gambar 7. Penilaian Keterampilan Edit Video Sebelum dan Sesudah Pelatihan

Untuk menguatkan hasil yang dicapai dari kegiatan ini, tim PkM melakukan uji beda hasil sebelum dan sesudah pelatihan dengan menggunakan Uji Wilcoxon dengan *software* SPSS. Dari hasil Uji Wilcoxon didapat dua hasil yaitu *rank* dan *test statistic*. Pada kolom *rank*, didapat baris yang menunjukkan nilai *negative rank* atau selisih negatif antara hasil penilaian kemampuan peserta sebelum dan sesudah adalah 0. Hal ini menunjukkan tidak adanya penurunan dari nilai sebelum dan sesudah tes atau dalam arti lain semua peserta mengalami kenaikan nilai sebelum dan sesudah pelatihan. Nilai *positive rank* atau selisih positif adalah hasil antara penilaian kemampuan sebelum dan sesudah tes. Keseluruhan data positif yang artinya semua peserta mengalami peningkatan kemampuan dalam mengedit video dari nilai sebelum dan sesudah. Rata-rata peningkatan sebesar 5, sedangkan jumlah rangking positif sebesar 45. Pada baris *Ties* adalah kesamaan nilai sebelum dan sesudah, di sini nilainya adalah 0 yang artinya tidak ada nilai yang sama sebelum dan sesudah pelatihan. Hasil Uji Wilcoxon, diketahui bahwa nilai *Asymp.sig. (2-tailed)* adalah 0.007 atau lebih kecil dari 0.05, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh pelatihan terhadap kemampuan mengedit video dengan perbedaan nyata penilaian *self assessment* kemampuan mengedit video sebelum dan sesudah pelatihan. Hasil uji dapat dilihat pada Tabel 4 berikut ini.

Tabel 4. Hasil Uji Beda Wilcoxon

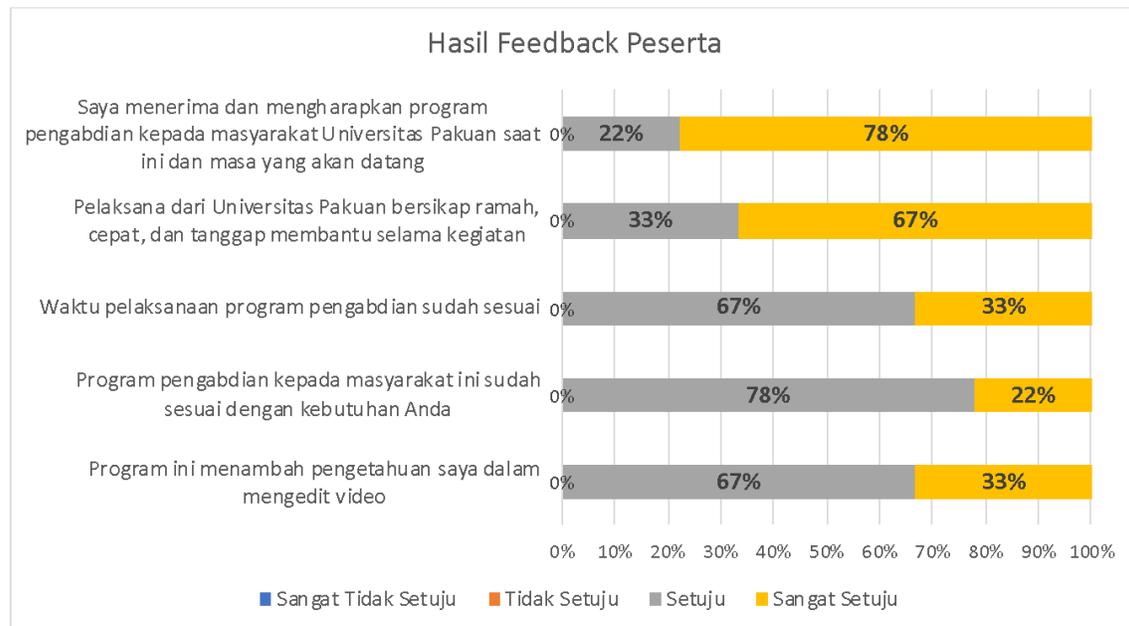
	Rank	N	Test Statistics ^a			
			Mean Rank	Sum of Ranks	Z	Asymp. Sig. (2-tailed)
Sesudah Pelatihan Edit Video	Negative Ranks	0 ^a	.00	.00	-2.682 ^b	.007
	Positive Ranks	9 ^b	5.00	45.00		
	Ties	0 ^c				
	Total	9				

- a. Sesudah < pre test
- b. Sesudah > pre test
- c. Sesudah = pre test

- a. Wilcoxon Signed Ranks Test
- b. Based on negative ranks.

Pada hasil *feedback* peserta mengacu pada pedoman Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Pakuan (Iryani et al., 2021) diketahui bahwa tidak ada peserta yang menjawab sangat tidak setuju dan tidak setuju pada semua butir pernyataan umpan balik. Hal ini mengindikasikan bahwa kegiatan PkM ini bermanfaat bagi seluruh peserta. Adapun pernyataan dengan nilai sangat setuju paling besar terkait dengan program lanjutan untuk kegiatan di masa mendatang dari FISIB (78%), diikuti sikap ramah, cepat dan tanggap

dari tim selama kegiatan (67%), waktu pelaksanaan (33%), menambah pengetahuan (33%) dan terakhir adalah sesuai kebutuhan (22%). Lebih jelas mengenai hasil *feedback* dapat dilihat pada Gambar 8.



Gambar 8. Hasil *feedback* Peserta PkM

KESIMPULAN

Kesimpulan dari kegiatan yang dilakukan adalah pentingnya literasi digital dalam bentuk profil video sebagai konten promosi. Hasil dari kegiatan ini berdampak kepada peserta dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan membuat profil video melalui pembuatan *storyboard*, pengambilan gambar dan pengeditan gambar menggunakan ponsel pintar serta mengunggah melalui media sosial Desa Koleang. Bagi Desa Koleang sendiri dengan adanya profil video ini menambah media promosi yang dapat membantu mempromosikan lokasi Desa Koleang sendiri dan juga destinasi wisata yang ada di Desa Koleang, yaitu Situ Kandongdong dan juga kerajinan bambu Koleang.

Ucapan Terima Kasih. Kami ucapkan terima kasih kepada pihak yang membantu dalam pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini, yaitu LPPM Universitas Pakuan, FISIB Universitas Pakuan, Pemerintah Desa dan BumDes Desa Koleang serta Patriot Desa Koleang.

DAFTAR PUSTAKA

Amalia, F. R., & Sulaiman, S. A. (2016). *Desa Koleang Selangkah Lebih Maju* [Online]. Pusat Pengabdian kepada Masyarakat (PPM) UIN Syarif Hidayatullah.

- Hidayat, W., Wandanaya, A. B., & Fadriansyah, R. (2016). Perancangan Video Profile Sebagai Media Promosi dan Informasi di SMK Avicena Rajeg Tangerang. *Journal CERITA*, 2(1), 56–69. <https://doi.org/10.33050/cerita.v2i1.537>
- Indrawati, F., Hikmah, N., & Mailizar, M. (2021). Peningkatan Pembelajaran Matematika Melalui Literasi Digital. *Jurnal PkM Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(5), 478–485. <https://doi.org/10.30998/jurnalpkm.v4i5.9291>
- Iryani, A., Tosida, E. T., & Artiningsih, T. P. (2021). *Panduan Pengabdian Kepada Masyarakat*. Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Pakuan.
- Jayawinangun, R., & Nugraha, Y. A. (2018). Penggunaan Internet dan Media Sosial Orang Muda di Pedesaan (Kasus Orang Muda di Desa Ciasmara Kecamatan Pamijahan Kabupaten Bogor). *Media Bahasa, Sastra, Dan Budaya Wahana*, 24(2), 66–79–79.
- Kabupaten Bogor, P. (2018). *Rencana Strategis Kecamatan Parung Kabupaten Bogor Tahun 2018-2023*. PPID Kabupaten Bogor. https://ppid.bogorkab.go.id/media/RENSTRA_2018-2023_KEC_PARUNG_79-20022020030153.pdf
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2011). *Marketing Management* (14th Edition). Pearson Prentice Hall.
- Moriansyah, L. (2015). Pemasaran Melalui Media Sosial: Antecedents dan Consequences. *JURNAL PENELITIAN KOMUNIKASI DAN OPINI PUBLIK*, 19(3), Article 3. <https://doi.org/10.33299/jpkop.19.3.346>
- Octaviani, K. Z., Kusumanugraha, S., & Trihanondo, D. (2021). *Fenomena Pemakaian Ponsel Cerdas sebagai Media Fotografi di Era Milenium (Studi Kasus: Kota Banjar)* (E-Proceedings of Art & Design, pp. 780–790). Perpustakaan Universitas Telkom. <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/epublication/id/37.html>
- Permana, A. A. J., Kertiasih, N. K., & Budhayasa, I. P. (2017). Video Profile Sebagai Sarana Promosi Efektif Dalam Menunjang Eksistensi Program Studi Manajemen Informatika. *Jurnal Sains dan Teknologi*, 6(2), 238–247.
- Prasetyaningtyas, W. E., Pentury, H. J., & Anggraeni, A. D. (2021). Implementing 21st Century Skills in Project Based Learning to Develop Young Learners Literacy. *Jurnal PkM Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(3), 266–274. <https://doi.org/10.30998/jurnalpkm.v4i3.6901>
- Sari, A. D. A. P., & Wiratoro, P. P. (2015). Pembuatan Video Profile Sebagai Media Informasi Promosi Pariwisata dan Kerajinan Batik di Desa Krebet Kabupaten Bantul. *SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER*, 7.
- Sasmito, D. A., Putra, W. P., & Sofyan, L. B. M. (2021). Nganjuk.Hitz: Sistem Informasi Pariwisata Berbasis 360-degree Tourism Web Guna Mengembangkan Destinasi Wisata di Kabupaten Nganjuk. *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 2(2), 75–87. <https://doi.org/10.37680/amalee.v2i2.676>
- Silvana, H., & Darmawan, C. (2018). Pendidikan Literasi Digital di Kalangan Usia Muda di Kota Bandung. *PEDAGOGIA : Jurnal Ilmu Pendidikan*, 16(2), 146–156. <https://doi.org/10.17509/pdgia.v16i2.11327>
- Siregar, M. R. A., & Jayawinangun, R. (2019). Komunikasi Kota Hexagon di Media Sosial. *Jurnal Sosial Humaniora*, 10(2), 120–127. <https://doi.org/10.30997/jsh.v10i2.1978>