

## PELATIHAN FOTO DAN VIDEO UNTUK PEMASARAN DIGITAL UMKM KABUPATEN BOGOR

### *Photo and Video Training for Digital Marketing of Msmes in Bogor Regency*

Aprilianti Pratiwi<sup>1\*</sup>  
Basar Ananta Farrel Silitong<sup>1</sup>  
Monik Artamevia<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Universitas Pancasila, Jakarta

\*email:

[apriyantipratiwi@univpancasila.ac.id](mailto:apriyantipratiwi@univpancasila.ac.id)

### Abstrak

Sebagai salah satu penghasil lapangan pekerjaan di Indonesia, sudah sepantasnya pelaku UMKM memiliki banyak keterampilan. Salah satu keterampilan yang wajib dimiliki oleh pelaku UMKM adalah foto dan video dengan menggunakan telepon pintar. Tujuan kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah untuk memberikan keterampilan teoritis dan praktis mengenai fotografi dan videografi dengan menggunakan telepon pintar bagi pelaku UMKM di Kabupaten Bogor yang tergabung dalam Komunitas Teras Ciapus. Metode yang digunakan pada kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah pelatihan yang terdiri dari tiga tahapan, yaitu sosialisasi, praktik dan evaluasi. Pelatihan ini mampu meningkatkan pemahaman teoritis dan praktis peserta mengenai foto dan video. Hal ini dapat dilihat dari adanya peningkatan hasil *pre-test* dan *post-test* yang dilakukan. Setelah pelatihan ini dilakukan, diharapkan anggota Komunitas Teras Ciapus memiliki keterampilan foto dan video yang baik serta mampu menerapkannya untuk kebutuhan pemasaran digital.

### Kata Kunci:

Foto dan video  
Kabupaten Bogor  
Pelatihan  
UMKM

### Keywords:

Bogor Regency  
MSME  
photo and video  
training

### Abstract

*As one of the job generators in Indonesia, it is appropriate for MSME actors to have many skills. One of the skills that must be possessed by MSME actors is photos and videos using smartphones. The purpose of this community service activity is to provide theoretical and practical skills regarding photography and videography using smartphones for MSME actors in Bogor Regency who are members of the Ciapus Core Community. The method used in this community service activity is training which consists of three stages, namely socialization, practice and evaluation. This training is able to improve theoretical and practical understanding of photos and videos. This can be seen from the increase in the results of the pre-test and post-test carried out. After this training is carried out, it is hoped that members of the Ciapus Teras Community have good photo and video skills and be able to apply them for digital marketing needs.*



© year The Authors. Published by Penerbit Forind. This is Open Access article under the CC-BY-SA License (<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>). Link: <https://jurnal.forindpress.com/index.php/jamas>

Submit: 13-02-2025

Accepted: 24-02-2025

Published: 25-02-2025

## PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) menjadi salah satu pilar utama dalam perekonomian global sebagai penggerak utama pertumbuhan ekonomi dan pencipta lapangan pekerjaan. Meskipun ukurannya relatif kecil dibandingkan dengan perusahaan besar, UMKM secara kolektif menyumbang sebagian besar dari total lapangan pekerjaan di banyak negara dan mengurangi ketimpangan sosial (Vinatra et al., 2023).

Menurut data dari International Labour Organization (ILO), UMKM memberikan kontribusi signifikan

terhadap lapangan pekerjaan di seluruh dunia. Sebagai contoh, di negara-negara berkembang, UMKM dapat menyediakan hingga 60-70% lapangan pekerjaan dalam sektor formal, sementara di negara-negara maju, UMKM dapat menciptakan sekitar 50% lapangan pekerjaan dalam sektor swasta (ILO, 2024). Data ini menunjukkan bahwa UMKM memiliki keunggulan dalam menciptakan lapangan pekerjaan karena fleksibilitasnya dalam menyesuaikan dengan kebutuhan pasar lokal, serta kemampuannya untuk merespons perubahan ekonomi dengan cepat.

Melalui inisiatif dan dukungan yang tepat dari pemerintah, lembaga keuangan, dan organisasi non-pemerintah, UMKM dapat lebih ditingkatkan perannya dalam menciptakan lapangan pekerjaan serta memberikan dampak positif yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan (Retor et al., 2023). Dengan demikian, pengembangan UMKM bukan hanya merupakan strategi untuk memperkuat basis ekonomi lokal, tetapi juga sebagai cara yang efektif untuk mengatasi masalah pengangguran dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat melalui penciptaan lapangan pekerjaan yang berkelanjutan.

Pada era digital saat ini, media sosial dan platform daring telah menjadi sarana utama bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk memperluas jangkauan pasar mereka (Pratiwi et al., 2023) (Pratiwi, Utami, et al., 2024) (Natania & Dwijayanti, 2024). Foto dan video yang berkualitas tinggi menjadi kunci untuk menarik perhatian konsumen, meningkatkan kepercayaan, serta memperkuat citra merek UMKM.

UMKM sering kali menghadapi tantangan dalam menghasilkan konten visual yang menarik karena keterbatasan pengetahuan dan keterampilan teknis, terutama dalam hal fotografi dan produksi video (Pratiwi et al. 2024). Hal ini dapat menjadi hambatan serius dalam upaya mereka untuk bersaing di pasar yang semakin kompetitif. Keterbatasan pengetahuan dan keterampilan teknis khususnya dalam aspek fotografi juga menjadi kendala-kendala yang tengah dialami oleh anggota Komunitas UMKM Teras Ciapus. Anggota komunitas ini didominasi oleh Gen X (13 orang) dan Gen Baby Boomers (8 orang) (Retor et al., 2022). Generasi Baby Boomers dikenal sebagai generasi yang lahir setelah Perang Dunia II dan biasanya memiliki karakteristik pengalaman kerja yang luas namun mungkin kurang terbiasa dengan teknologi digital modern (Tapscott, 2009). Sementara Gen X adalah generasi yang lahir setelah Baby Boomers dan sering kali merupakan pengguna awal teknologi digital, meskipun

mungkin perlu meningkatkan keterampilan teknis tertentu, seperti fotografi.

Berdasarkan apa yang dialami oleh Komunitas UMKM Teras Ciapus maka terdapat kebutuhan yang jelas untuk memberikan pelatihan atau pendidikan yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Pelatihan ini harus disesuaikan dengan karakteristik generasional mereka, dengan memperhatikan bahwa Baby Boomers mungkin memerlukan pendekatan yang berbeda dibandingkan dengan Gen X dalam hal belajar teknologi dan fotografi. Dengan demikian, program pelatihan yang efektif dapat membantu mengatasi keterbatasan ini dan meningkatkan kemampuan mereka dalam menggunakan fotografi sebagai alat pemasaran yang efektif untuk UMKM mereka.

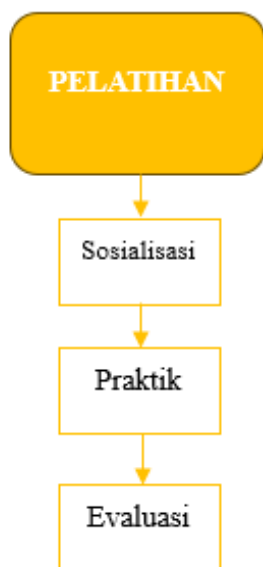
Melalui pelatihan yang tepat, UMKM dapat belajar bagaimana mengoptimalkan penggunaan peralatan fotografi dan video yang mereka miliki, bahkan dengan menggunakan perangkat yang sederhana sekalipun. Menguasai teknik-teknik dasar seperti pencahayaan, *framing*, editing sederhana, dan *visual storytelling* dapat memberikan UMKM keunggulan kompetitif yang signifikan. Selain itu, kemampuan untuk menghasilkan konten visual yang kreatif dan profesional dapat membantu UMKM untuk meningkatkan visibilitas mereka di platform *online*, menciptakan koneksi emosional dengan pelanggan potensial, serta meningkatkan penjualan dan loyalitas pelanggan. Dengan demikian, pelatihan foto dan video untuk UMKM bukan hanya tentang meningkatkan keterampilan teknis mereka, tetapi juga tentang memberdayakan mereka untuk mengambil keuntungan penuh dari potensi pemasaran digital. Ini merupakan langkah strategis yang mendukung pertumbuhan bisnis mereka dalam era digital yang terus berkembang pesat.

Sejumlah pelatihan terdahulu untuk UMKM di Kecamatan Tamansasi, Kabupaten Bogor sebetulnya sudah banyak dilakukan. Misalnya pada pelatihan keamanan pangan (Pratiwi, Sumiati, et al., 2024) dan

pelatihan serta pendampingan pembuatan konten digital dengan teknik bercerita (Pratiwi et al., 2025). Mengingat pentingnya elemen foto dan video untuk mendukung pembuatan konten digital, maka penting untuk dilakukan kegiatan pendampingan pelatihan foto dan video dengan menggunakan telepon pintar untuk pemasaran digital bagi anggota Komunitas UMKM Teras Ciapus.

### METODE PELAKSANAAN

Metode yang digunakan dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah pelatihan. Proses yang akan dilalui pada kegiatan ini yaitu melakukan sosialisasi, praktik dan evaluasi. Berikut gambar alur kegiatan pelatihan penggunaan telepon pintar untuk foto dan video bagi anggota Komunitas Teras Ciapus:



Gambar 1. Alur Kegiatan Pelatihan Foto dan Video Komunitas Teras Ciapus

Tahap pertama pada kegiatan pengabdian masyarakat ini adalah sosialisasi. Tim meminta bantuan fasilitator profesional untuk menjadi pemateri dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini. Selanjutnya dilanjutkan tahapan kedua yaitu praktik. Pada tahap ini peserta diajak untuk mempraktikkan pengambilan foto dan video dengan perangkat telepon pintar masing-masing. Terakhir kegiatan evaluasi yang bertujuan untuk

mengukur sejauh mana materi dapat diterima oleh masing-masing peserta.

Tidak ada kriteria khusus seperti usia dan tingkat pendidikan agar dapat mengikuti kegiatan ini. Adapun kriteria yang menjadi syarat agar dapat mengikuti kegiatan ini adalah anggota komunitas UMKM Teras Ciapus. Dikarenakan pada saat kegiatan pelatihan ini dilakukan berbarengan dengan kegiatan KKN (Kuliah Kerja Nyata) Mahasiswa, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Pancasila, maka peserta yang ikut dalam kegiatan ini juga dihadiri oleh sejumlah peserta lain yang merupakan UMKM desa wisata di Kecamatan Tamansari, Kabupaten Bogor.

Berikut daftar nama peserta Pelatihan Foto dan Video UMKM di Kecamatan Tamansari, Kabupaten Bogor:

Tabel 1. Daftar Nama Peserta Pelatihan Foto dan Video untuk UMKM di Kecamatan Tamansari, Kabupaten Bogor

| Nama              | Alamat           |
|-------------------|------------------|
| Lesman Wijaya     | Desa Tamansari   |
| Irfan             | Desa Sukajadi    |
| Yudi              | Desa Sukajadi    |
| Sofyan Hadi       | Desa Sukajaya    |
| Fahrul            | Desa Tamansari   |
| Altayani          | Desa Sukajadi    |
| Puput             | Desa Tamansari   |
| Dede Amanah       | Desa Sirnagalih  |
| Siti Robiah       | Desa Sirnagalih  |
| Yaya              | Desa Sirnagalih  |
| Iis Susliawati    | Desa Sukajadi    |
| Siti Rosidah      | Desa Tamansari   |
| Deden Supandi     | Desa Pasir Eurih |
| Dian Diartini     | Desa Pasir Eurih |
| Adeh Erlina       | Desa Pasir Eurih |
| Imron             | Desa Sukajadi    |
| Gan-Gan Permata   | Desa Sukajadi    |
| Ezekel            | Desa Tamansari   |
| Alifan Satya      | Desa Sukajadi    |
| Neneng Ratna Dewi | Desa Tamansari   |
| Farida            | Desa Tamansari   |

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Kegiatan pelatihan foto dan video untuk UMKM di Kecamatan Tamansari, Kabupaten Bogor ini dilaksanakan pada Senin, 9 September 2024, pukul 13.30 WIB hingga selesai. Kegiatan ini dilaksanakan di Kantor Kecamatan Tamansari. Kabupaten Bogor, Jawa

Barat. Sebelum kegiatan pelatihan ini dilaksanakan, tim melakukan koordinasi terlebih dahulu dengan Ketua Komunitas UMKM Teras Ciapus mengenai pelaksanaan kegiatan ini. Ketua Komunitas UMKM Teras Ciapus, Altayani, membantu tim untuk menginformasikan mengenai kegiatan pelatihan foto dan video ini kepada para anggotanya.

Pada kegiatan pelatihan fotografi dan videografi untuk anggota komunitas UMKM Teras Ciapus ini dibagi menjadi tiga sesi, yaitu sesi sosialisasi, sesi praktik and evaluasi.

### **Sosialisasi**

Pada sesi sosialisasi pelatihan foto dan video ini membagikan materi tentang teknik dasar fotografi dan videografi untuk UMKM. Fasilitator yang menyampaikan materi pada sesi sosialisasi ini adalah dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Pancasila, Dian Nurdiansyah, M.I.Kom. Materi yang dibawakan oleh fasilitator pada kegiatan ini diantaranya adalah definisi fotografi dan videografi, pentingnya fotografi dan videografi bagi pelaku UMKM di era teknologi, *lighting*, *background*, *angle*, *shot*, *zoom in*, *zoom out*, *storyboard* serta *editing* foto dan video.

Pada sesi ini, peserta diberikan pemahaman mengenai bagaimana visual yang menarik dapat meningkatkan daya tarik produk serta membangun citra profesional bagi usaha mereka. Selain teori dasar, fasilitator juga menampilkan contoh-contoh visual produk yang efektif serta membandingkannya dengan visual yang kurang optimal, sehingga peserta dapat memahami pentingnya kualitas foto dan video dalam strategi pemasaran digital.



Gambar 2. Fasilitator Menyampaikan Materi

Setelah sesi pemaparan materi, peserta diajak untuk langsung mempraktikkan teknik yang telah dipelajari dengan menggunakan perangkat yang mereka miliki, seperti ponsel pintar dan kamera digital. Dalam praktik ini, peserta diajarkan cara menentukan pencahayaan yang tepat, memilih latar belakang yang sesuai, serta mengatur komposisi dan *angle* agar produk terlihat lebih menarik. Selain itu, mereka juga berlatih dalam menyusun *storyboard* sederhana sebagai dasar pembuatan video promosi yang lebih terstruktur.

Untuk memperdalam pemahaman peserta, sesi ini juga mencakup latihan editing foto dan video menggunakan aplikasi yang mudah diakses oleh pelaku UMKM. Fasilitator memperkenalkan berbagai fitur dasar dalam aplikasi editing, seperti penyesuaian warna, cropping, penambahan teks, dan penggunaan filter untuk memperbaiki tampilan visual produk. Pendekatan berbasis praktik ini bertujuan agar peserta tidak hanya memahami teori, tetapi juga mampu menerapkan keterampilan yang telah mereka pelajari dalam kegiatan pemasaran sehari-hari.

### **Praktik**

Sesi kedua dalam tahapan pelatihan adalah praktik. Pada sesi ini fasilitator mempersilahkan peserta untuk mempraktikkan secara langsung materi teknik dasar foto dan video yang telah disampaikan. Terdapat dua

peserta yang memberanikan diri untuk mempraktikkan pengambilan gambar dengan format foto dan video sesuai arahan dari fasilitator. Kedua peserta tersebut adalah Ros dan Irfan.



**Gambar 3.** Praktik Pengambilan Foto dan Video

Pada Gambar 3 menampilkan Irfan, salah satu pengusaha UMKM di Kecamatan Tamansari sedang melakukan praktik pengambilan video. Pemateri terlihat mendampingi dan memberikan arahan terkait angle dan pencahayaan pada gambar yang diambil oleh Irfan.

Pada sesi ini juga peserta melakukan tanya jawab dengan para fasilitator terkait kedua materi yang disampaikan.

**Evaluasi**

Terakhir adalah sesi evaluasi. Pada sesi ini tim membandingkan hasil *pre-test* dan *post-test* yang diisi oleh peserta pada kegiatan pelatihan ini. Sebelum acara dimulai, tim meminta semua peserta untuk mengisi *pre-test* pada laman *Google Form* terkait tema yang dibagikan. Setelah acara selesai, tim kembali meminta para peserta untuk mengisi *form* yang sama setelah menerima materi yang disampaikan sebagai hasil *post-test*.

Terdapat peningkatan pemahaman peserta baik secara teoritis dan praktis mengenai foto dan video. Hal ini dapat dilihat dari perbandingan hasil *pre-test* dan *post-test* yang dilakukan tim.

**Tabel 2.** Hasil *Pre-test* Pelatihan Foto dan Video

| No.          | Nilai Post Test    | Frekuensi (f) | Presentase (%) |
|--------------|--------------------|---------------|----------------|
| 1.           | < 60 (kurang)      | 0             | 0              |
| 2.           | 60 – 70 (cukup)    | 2             | 20%            |
| 3.           | 71 – 80 (baik)     | 7             | 70%            |
| 4.           | > 80 (sangat baik) | 1             | 10%            |
| <b>Total</b> |                    | <b>10</b>     | <b>100</b>     |

Sumber: Olahan Tim

Tabel 2 menunjukkan hasil *pre-test* yang diikuti oleh 10 peserta dalam pelatihan foto dan video. Berdasarkan tabel tersebut, hasil nilai *pre-test* dikategorikan ke dalam empat kelompok: kurang (< 60), cukup (60–70), baik (71–80), dan sangat baik (> 80).

Dari data yang disajikan, tidak ada peserta yang mendapatkan nilai kurang (< 60). Sebanyak 2 peserta (20%) memperoleh nilai dalam kategori cukup (60–70). Mayoritas peserta, yaitu 7 orang (70%), berhasil mendapatkan nilai dalam kategori baik (71–80). Sementara itu, hanya 1 peserta (10%) yang mencapai nilai dalam kategori sangat baik (> 80).

Secara keseluruhan, hasil *pre-test* menunjukkan bahwa sebagian besar peserta memiliki kemampuan awal yang cukup baik dalam bidang foto dan video, meskipun masih ada ruang untuk peningkatan, terutama untuk mendorong lebih banyak peserta mencapai kategori sangat baik.

Tabel 3 menyajikan hasil *post-test* dari 10 peserta yang mengikuti pelatihan foto dan video. Nilai *post-test* peserta diklasifikasikan ke dalam empat kategori: kurang (< 60), cukup (60–70), baik (71–80), dan sangat baik (> 80).

**Tabel 3.** Hasil *Post-test* Pelatihan Foto dan Video

| No.          | Nilai Post Test    | Frekuensi (f) | Presentase (%) |
|--------------|--------------------|---------------|----------------|
| 1.           | < 60 (kurang)      | 0             | 0              |
| 2.           | 60 – 70 (cukup)    | 0             | 0              |
| 3.           | 71 – 80 (baik)     | 2             | 20%            |
| 4.           | > 80 (sangat baik) | 8             | 80%            |
| <b>Total</b> |                    | <b>10</b>     | <b>100</b>     |

Sumber: Olahan Tim

Dari hasil yang ditampilkan, tidak ada peserta yang memperoleh nilai dalam kategori kurang (< 60) atau cukup (60–70). Sebanyak 2 peserta (20%) mendapatkan nilai dalam kategori baik (71–80). Sementara itu, mayoritas peserta, yaitu 8 orang (80%), berhasil mencapai kategori sangat baik (> 80).

Hasil ini menunjukkan peningkatan signifikan dibandingkan dengan hasil *pre-test*. Peserta yang sebelumnya sebagian besar berada di kategori baik berhasil meningkat ke kategori sangat baik setelah mengikuti pelatihan. Hal ini mengindikasikan efektivitas pelatihan foto dan video dalam meningkatkan kemampuan peserta.

Kegiatan pelatihan foto dan video lainnya juga telah berhasil meningkatkan pemahaman teori dan praktik pada UMKM di Kota Depok (Pratiwi, Muhaimin, et al., 2024). Pada kegiatan tersebut sejumlah ibu rumah tangga yang juga pengusaha UMKM diajak untuk menambah ilmu fotografi dan videografi untuk menunjang pembuatan konten guna pemasaran digital mereka.

## RENCANA TINDAK LANJUT

Dalam bagian ini dituliskan rencana tindak lanjut dari kegiatan pengabdian yang telah dilakukan. Bagian ini dapat berupa rekomendasi-rekomendasi untuk kegiatan yang perlu dilakukan untuk mencapai target pengabdian yang telah dilakukan secara maksimal atau dapat juga rekomendasi yang memuat langkah-langkah agar pengabdian yang telah dilakukan mencapai target dengan maksimal.

Untuk memastikan pelatihan foto dan video memberikan dampak yang optimal dalam mendukung pemasaran digital UMKM di Kabupaten Bogor direkomendasikan untuk melakukan sejumlah kegiatan. Setelah pelatihan selesai diharapkan dapat melakukan program pendampingan untuk memastikan peserta mampu menerapkan keterampilan fotografi dan

videografi dalam konteks nyata. Selain itu dapat pula dengan membangun kemitraan dengan pemerintah daerah, perusahaan, atau organisasi lokal untuk mendukung pemasaran digital UMKM. Kegiatan tindak lanjut ini dirancang untuk memastikan keberlanjutan manfaat pelatihan foto dan video bagi pelaku UMKM di Kabupaten Bogor. Melalui implementasi rekomendasi ini, diharapkan keterampilan peserta dapat berkembang lebih jauh, sehingga mampu meningkatkan daya saing produk lokal melalui pemasaran digital yang efektif dan kreatif.

## KESIMPULAN

Pelatihan foto dan video untuk pemasaran digital yang dilakukan kepada pelaku UMKM di Kabupaten Bogor, khususnya anggota Komunitas Teras Ciapus, telah memberikan kontribusi dalam meningkatkan keterampilan mereka. Pelatihan ini mencakup pemahaman teoritis dan kemampuan praktis dalam memanfaatkan teknologi telepon pintar untuk fotografi dan videografi. Hasil *pre-test* dan *post-test* menunjukkan adanya peningkatan yang signifikan, di mana mayoritas peserta berhasil mencapai kategori "sangat baik" setelah pelatihan.

Metode yang digunakan, yaitu sosialisasi, praktik, dan evaluasi, terbukti efektif dalam mendukung pencapaian tujuan kegiatan. Selain memberikan keterampilan teknis, pelatihan ini juga diharapkan mampu mendorong pelaku UMKM untuk lebih percaya diri dalam mempromosikan produk mereka secara digital, sehingga mampu meningkatkan daya saing di pasar yang semakin kompetitif.

Sebagai tindak lanjut, diperlukan upaya berkelanjutan berupa pendampingan intensif, pelatihan lanjutan, dan kolaborasi dengan berbagai pemangku kepentingan agar hasil pelatihan ini dapat memberikan dampak yang lebih luas dan berkelanjutan. Dengan demikian, kegiatan ini tidak hanya berkontribusi pada pengembangan keterampilan pelaku UMKM tetapi juga mendukung

upaya pemberdayaan ekonomi lokal di Kabupaten Bogor.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Tim mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Pancasila atas dukungan dana yang diberikan sehingga kegiatan pengabdian masyarakat ini dapat terlaksana dengan lancar.

## REFERENSI

- ILO, I. L. O. (2024). *Micro, Small and Medium Enterprises*. <https://www.ilo.org/topics/micro-small-and-medium-enterprises>
- Natania, A. T., & Dwijayanti, R. (2024). Pemanfaatan Platform Digital Sebagai Sarana Pemasaran Bagi Umkm. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 12(1), 1–8.
- Pratiwi, A., Kamila, N., & Haifa, W. (2023). KOMUNIKASI PEMASARAN DIGITAL PRODUK CAKE AND COOKIES DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN KOMUNITAS. *JURNAL PUSTAKA KOMUNIKASI*, 6(1), 72–84. <https://doi.org/https://doi.org/10.32509/pustakom.v6i1.2479>
- Pratiwi, A., Muhaimin, M. M., Maudi Haifa, W., & Valentia, Y. (2024). Pelatihan Fotografi dan Videografi untuk Pemasaran Digital Bagi Anggota Komunitas UMKM di Kota Depok. *Jurnal Karya Untuk Masyarakat (JKuM)*, 5(2), 146–162. <https://doi.org/10.36914/jkum.v5i2.1167>
- Pratiwi, A., Sumiati, Y., Fatika, R. A., & Artamevia, M. (2024). PELATIHAN KEAMANAN PANGAN UNTUK PELAKU UMKM KECAMATAN TAMANSARI, KABUPATEN BOGOR. *Jurnal Abdi Insani*, 11(4), 2331–2340.
- Pratiwi, A., Utami, M. P., & Valentia, Y. (2024). WhatsApp Story as a Medium of Digital Marketing Communication for MSME in Bogor Regency. *Aiccon*, 1(August), 48–60.
- Pratiwi, A., Yuliana, G. D., Silitonga, B. A. F., & Amalia, R. (2025). Pelatihan dan Pendampingan Pemasaran Digital dengan Teknik Storytelling untuk Komunitas UMKM Teras Ciapus. *Jurnal Informasi Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 61–73. <https://doi.org/https://doi.org/10.47861/jipm-nalanda.v3i1.1543>
- Retor, A. E. K., Pratiwi, A., & Darmaputra, R. (2023). *Sosiologi Komunikasi Bagi Pengembangan Usaha Mikro Perdesaan: Studi Pada Pelaku Usaha Mikro Perdesaan di Komunitas Teras Ciapus*. Rajawali Pers.
- Retor, A. E. K., Pratiwi, A., Darmaputra, R., Sarbana, B., Sofiyani, N., Putra, M. N., Valentia, Y., Handayani, S., Nugroho, D. A., & Utomo, M. Y. D. (2022). *Mengembangkan Komunikasi Pemasaran Pelaku Usaha Mikro Perdesaan Melalui Komunitas: Antara Potensi, Kendala, dan Tantangan* (R. Indra (ed.)). Andi.
- Tapscott, D. (2009). *Grown Up Digital*. McGraw Hill LLC. [https://www.google.co.id/books/edition/Grown\\_Up\\_Digital\\_How\\_the\\_Net\\_Generation/DWIIY1PxkyYC?hl=en&gbpv=1](https://www.google.co.id/books/edition/Grown_Up_Digital_How_the_Net_Generation/DWIIY1PxkyYC?hl=en&gbpv=1)
- Vinatra, S., Bisnis, A., Veteran, U., & Timur, J. (2023). Peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) dalam Kesejahteraan Perekonomian Negara dan Masyarakat. *Jurnal Akuntan Publik*, 1(3), 1–08. <https://doi.org/10.59581/jap-widyakarya.v1i1.832>