

## Pengembangan Video Promosi Desa Wisata Teluk Buo untuk Menarik Minat Wisatawan

Melisa Suardi<sup>1</sup>, Tedy Wiraseptya<sup>2✉</sup>

<sup>1,2</sup>Desain Komunikasi Visual, Universitas Putra Indonesia YPTK Padang  
[tedyibob@yahoo.co.id](mailto:tedyibob@yahoo.co.id)

### Abstract

Tourist villages have become tourist destination areas that increase the tourism industry in Indonesia. Padang City, West Sumatra has several tourist villages that have the potential to be visited, one of which is Teluk Buo Tourism Village. This community service aims to increase tourist interest in visiting Teluk Buo Tourism Village, Bungus Teluk Kabung District, Padang City. This community service combines marketing and multimedia approaches with a focus on developing promotional videos. The method for carrying out this service involves local residents, communities and academic actors in creating a promotional video. The results of this service will create a promotional video for Teluk Buo Tourism Village which can promote the natural beauty, culture and tourist activities in Teluk Buo. Apart from that, the active participation of the local community in creating this video also positively promoted the friendliness and uniqueness of the Teluk Buo Tourism Village. This service work is in the form of a promotional video entitled "Hidden Heaven in Teluk Buo". This work is intended as promotional media for Teluk Buo Tourism Village because developing promotional videos can be an effective tool in increasing tourist interest in tourist destinations. It is hoped that this video will increase tourist interest in visiting and contribute positively to the local economy, create jobs, and strengthen awareness of the importance of preserving nature and culture in the Teluk Buo Tourism Village.

Keywords: Padang City, Teluk Buo, Tourism, Tourism Villages.

### Abstrak

Desa wisata menjadi daerah destinasi wisata yang meningkatkan industri pariwisata di Indonesia. Kota Padang, Sumatera barat memiliki beberapa Desa Wisata yang berpotensi untuk dikunjungi, salah satunya Desa Wisata Teluk Buo. Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan minat wisatawan dalam mengunjungi Desa Wisata Teluk Buo, Kecamatan Bungus Teluk Kabung, Kota Padang. Pengabdian kepada masyarakat ini menggabungkan pendekatan pemasaran dan multimedia dengan fokus pada pengembangan video promosi. Metode dalam melaksanakan pengabdian ini melibatkan penduduk setempat, komunitas, serta pelaku akademik dalam proses penciptaan sebuah video promosi. Hasil dari pengabdian ini akan menciptakan sebuah video promosi Desa Wisata Teluk Buo yang dapat mempromosikan keindahan alam, budaya dan aktivitas wisata yang ada di Teluk Buo. Selain itu, partisipasi aktif masyarakat setempat dalam penciptaan video ini juga memberikan dampak positif dalam mempromosikan keramahan dan keunikan Desa Wisata Teluk Buo. Karya pengabdian ini berupa video promosi berjudul "Hidden Heaven in Teluk Buo". Karya ini ditujukan sebagai media promosi Desa Wisata Teluk Buo, karna pengembangan video promosi dapat menjadi alat yang efektif dalam meningkatkan minat wisatawan terhadap destinasi wisata. Diharapkan video ini mampu meningkatkan minat wisatawan berkunjung dan menjadi kontribusi positif terhadap ekonomi lokal, menciptakan lapangan pekerjaan, serta memperkuat kesadaran pentingnya pelestarian alam dan budaya di Desa Wisata Teluk Buo.

Kata kunci: Desa wisata, Kota Padang, Pariwisata, Teluk Buo.

*Majalah Ilmiah UPI YPTK is licensed under a Creative Commons 4.0 International License.*



### 1. Pendahuluan

Desa Wisata Teluk Buo merupakan salah satu destinasi potensial di wilayah Kota Padang dengan kekayaan alam dan budaya yang unik. Teluk Buo juga memiliki kawasan hutan mangrove dengan luas  $\pm 120$  ha [1]. Namun, meskipun memiliki potensi yang besar, Desa Wisata Teluk Buo masih menghadapi berbagai kendala dalam menarik minat wisatawan dan mempromosikan dirinya secara efektif. Salah satu kendala utama yang dihadapi adalah kurangnya eksposur dan pemahaman yang memadai tentang daya tarik desa ini di kalangan wisatawan. Kurangnya kreatifitas dan pemahaman

masyarakat desa wisata selalu menjadi masalah pengembangan desa wisata [2]. Selain itu, infrastruktur dan fasilitas pariwisata yang terbatas juga telah menjadi hambatan dalam pengembangan pariwisata lokal. Dalam konteks ini, pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mengatasi masalah-masalah tersebut dengan merancang dan menghasilkan video promosi yang dapat meningkatkan visibilitas Desa Wisata Teluk Buo dan, pada gilirannya, menarik minat lebih banyak wisatawan.

Dalam beberapa tahun terakhir, pariwisata telah menjadi sektor yang sangat penting dalam ekonomi Indonesia. Dengan kontribusi signifikan terhadap

Produk Domestik Bruto (PDB) dan penciptaan lapangan kerja, pariwisata telah menjadi salah satu sumber pendapatan utama bagi negara ini. Pariwisata menjadi motor penggerak untuk perekonomian daerah [3]. Oleh karena itu, pengembangan pariwisata lokal menjadi penting dalam konteks pembangunan ekonomi dan sosial. Desa-desa wisata seperti Teluk Buo memiliki potensi untuk menjadi peningkatan ekonomi untuk perkembangan pariwisata di tingkat lokal dan nasional. Namun, untuk mewujudkan potensi ini, perlu upaya yang sistematis dan efektif dalam promosi dan pemasaran destinasi pariwisata tersebut.

Penggunaan media visual, seperti video promosi, telah terbukti menjadi alat yang sangat efektif dalam menginspirasi minat wisatawan. Pemanfaatan media visual memiliki andil besar dalam pengembangan wisata [4]. Video mampu menyampaikan pesan yang kuat, menggambarkan pengalaman yang dapat dinikmati wisatawan, dan membantu mereka memahami lebih baik daya tarik suatu destinasi. Video juga mampu menyampaikan informasi yang dibutuhkan wisatawan [5]. Oleh karena itu, dalam rangka meningkatkan daya tarik Desa Wisata Teluk Buo, kita akan merancang dan memproduksi video promosi yang menarik dan informatif. Video ini akan menjadi sarana yang kuat untuk memperkenalkan pesona alam, budaya, dan aktivitas wisata yang unik di desa ini kepada audiens yang lebih luas.

Dalam menghasilkan video promosi ini, kami akan melibatkan masyarakat setempat, termasuk pengusaha lokal, seniman, dan pemuda-pemudi Desa Wisata Teluk Buo. Keterlibatan masyarakat dalam berproses menciptakan kepedulian terhadap lingkungan [6]. Masyarakat yang terlibat akan memiliki pengetahuan bagaimana teknis produksi sebuah video [7]. Kolaborasi ini akan memastikan bahwa video tidak hanya mencerminkan daya tarik desa, tetapi juga menggambarkan keberagaman dan kekayaan budaya lokal. Selain itu, ini juga akan menciptakan peluang ekonomi tambahan untuk komunitas setempat melalui pekerjaan di sektor kreatif dan pariwisata.

Dalam upaya mencapai tujuan pengabdian kepada masyarakat ini, kami akan melakukan riset pasar dan studi kompetitor untuk memahami kebutuhan dan preferensi wisatawan potensial. Data ini akan membantu kami dalam mengarahkan konten video promosi agar lebih sesuai dengan harapan dan minat target audiens. Selanjutnya, setelah produksi selesai, video ini akan disebarluaskan secara luas melalui berbagai saluran media sosial, situs web, dan platform pariwisata. Langkah-langkah ini diharapkan akan meningkatkan eksposur Desa Wisata Teluk Buo dan memperluas jangkauan promosi.

Dalam konteks ini, pengabdian kepada masyarakat ini bukan hanya merupakan upaya untuk meningkatkan minat wisatawan, tetapi juga merupakan langkah

strategis dalam mendukung pembangunan berkelanjutan di Desa Wisata Teluk Buo. Dengan meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan, diharapkan akan ada peningkatan pendapatan yang dapat menghasilkan manfaat ekonomi bagi masyarakat setempat. Selain itu, pengembangan pariwisata yang berkelanjutan juga akan membantu dalam pelestarian lingkungan dan budaya di desa ini. Sehingga proses ini akan membantu peningkatan perekonomian hingga pelestarian lingkungan setempat [8]. Kami berkomitmen untuk melibatkan masyarakat setempat dalam seluruh proses ini, agar mereka merasa memiliki dan terlibat dalam pembangunan pariwisata yang berkelanjutan.

Dengan merancang dan mengimplementasikan video promosi ini, kami berharap dapat memberikan kontribusi positif bagi perkembangan Desa Wisata Teluk Buo dan sekaligus memberikan contoh bagaimana pengabdian kepada masyarakat dapat menjadi alat yang kuat dalam mendukung pembangunan pariwisata lokal. Kemudian juga dalam pengabdian dapat menjaga karakter khas dari potensi SDM lokal [9]. Melalui pendekatan ini, kami percaya bahwa Desa Wisata Teluk Buo akan menjadi destinasi yang lebih menarik dan berkelanjutan, memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi masyarakat setempat serta memperkaya pengalaman wisatawan yang datang.

## **2. Metode Kegiatan**

Metode kegiatan dalam pengabdian kepada masyarakat ini melibatkan serangkaian langkah-langkah yang dirancang untuk merancang, memproduksi, dan mempromosikan video promosi Desa Wisata Teluk Buo. Berikut adalah rincian langkah-langkahnya:

### **1. Observasi**

Pengabdian ini dilakukan dengan studi pendahuluan untuk memahami potensi dan tantangan yang dihadapi oleh Desa Wisata Teluk Buo. Kemudian melibatkan wawancara dengan pemangku kepentingan lokal, seperti pengusaha pariwisata, Pokdarwis dan masyarakat setempat untuk mengidentifikasi masalah.

### **2. Pengembangan Konsep Video**

Berdasarkan hasil studi pendahuluan, tim pengabdian akan mengembangkan konsep video promosi yang menarik dan informatif. Hal ini akan mencakup pemilihan tema, narasi dan pemilihan lokasi yang akan digunakan dalam video.

### **3. Produksi Video**

Setelah konsep melalui tahap penyetujuan, dilanjutkan dengan produksi video. Produksi melibatkan pemotretan di lokasi-lokasi yang relevan, pengambilan gambar, perekaman suara. Anggota masyarakat setempat, termasuk seniman, pengusaha lokal akan dilibatkan dalam produksi video untuk menciptakan keterlibatan komunitas yang kuat dalam proyek ini.

#### 4. Pengeditan dan Post-Produksi

Video yang telah direkam akan diedit dan disunting untuk menciptakan video promosi yang menarik dan berkualitas tinggi. Musik latar, efek suara dan elemen grafis akan ditambahkan untuk meningkatkan kualitas video.

#### 5. Promosi Video

Setelah video selesai diproduksi dan disunting, langkah selanjutnya adalah peluncuran video atau promosi. Video akan diunggah ke berbagai platform media sosial seperti youtube, instagram, facebook serta situs web resmi Desa Wisata Teluk Buo. Sebuah promosi menjadikan video sebagai bentuk komunikasi yg baik terhadap konsumen dengan mentukan dan membatasi waktu sebagai nilai tambah [10]. Promosi merupakan sebuah kegiatan untuk mempengaruhi konsumen terhadap sebuah objek yang akan dijadikan sebagai kebutuhan utama dalam kehidupannya [11].

#### 6. Evaluasi

Mengevaluasi proses kegiatan yang telah dilakukan dan hasil evaluasi digunakan untuk menilai keberhasilan proyek dan untuk mengidentifikasi area yang dapat ditingkatkan. Evaluasi meliputi proses uji coba dalam penayangan video yang dilakukan nantinya untuk menilai tingkat ketercapaian suatu proyek promosi yang telah dilakukan [12]

Metode kegiatan ini akan memungkinkan tim untuk merancang, memproduksi dan mempromosikan video promosi dengan pendekatan yang komprehensif dan berorientasi pada hasil. Promosi yang dilakukan secara terencana bertujuan untuk dapat mempengaruhi pandangan melalui karakter yang baik serta tindakan yang bertanggungjawab, didasarkan atas komunikasi dua arah yang saling memuaskan [13]. Selain itu, melibatkan komunitas lokal setempat dalam sebagian besar tahapan proyek akan memastikan keterlibatan mereka yang kuat dan memberikan manfaat yang berkelanjutan bagi Desa Wisata Teluk Buo. Tujuan ini membangun agar upaya yang dilakukn dapat dipertahankan dan mengharap perhatian antar organisasi dan publiknya/ masyarakatnya.

### 3. Hasil dan Pembahasan

Program pengabdian kepada masyarakat di Desa Wisata Teluk Buo dilakukan dengan melibatkan Pokdarwis dan pengelola wisata. Dalam proses dilapangan yang dilakukan dari tanggal 16 Juli-18 Agustus 2023 sebagai proses pengambilan gambar dan proses editing. Adapun bentuk kegiatan serta hasil yang dilaksanakan diuraikan dalam langkah-langkah berikut:

#### 1. Observasi dan Wawancara

Desa Wisata Teluk Buo terletak di Kecamatan Bungus Teluk Kabung, Kota Padang. Wawancara dilakukan kepada Bapak Khairul Mahmud (Ketua Pokdarwis),

Bapak Herman (RT), Firmansyah (Masyarakat). Wawancara ketua Pokdarwis Teluk Buo dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Wawancara Ketua Pokdarwis Teluk Buo

Gambar 1. adalah proses wawancara dengan ketua Pokdarwis Desa Wisata Teluk Buo, yaitu Bapak Khairul Mahmud. Proses wawancara dilakukan dengan *take* video secara langsung. Wawancara ini adalah salah satu bentuk proses observasi dalam konteks video promosi Desa Wisata Teluk Buo. Proses ini adalah tahap penting untuk memahami Desa Wisata Teluk Buo dan sebagai informasi terhadap wisatawan. Dalam merancang media promosi berupa video memerlukan fleksibilitas yang memungkinkan penyesuaian terhadap kebutuhan dan kepentingan yang khusus dilapangan.

#### 2. Materi Visual

Materi visual merujuk pada elemen-elemen berbasis gambar yang digunakan untuk mengkomunikasikan pesan yang akan di produksi [14]. Hal tersebut mencakup pemotretan aktivitas wisata, pemandangan alam, budaya lokal, dan elemen-elemen lain yang akan dimasukkan ke video.

Proses pengambilan gambar juga dapat melibatkan penggunaan peralatan khusus seperti kamera video, kamera drone serta alat perekaman audio. Hasil pengambilan gambar dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Lokasi Pantai Teluk Buo

Pada Gambar 2. merupakan lokasi kegiatan produksi yang berada di Teluk Buo, Kecamatan Bungus Teluk Kabung Teluk Buo. Lokasi ini berada di tepian pantai yang masih alami, bersih dan indah. Proses pengambilan gambar selanjutnya berada pada mangrove Teluk Buo yang dapat dilihat pada Gambar 3.



Gambar 3. Mangrove Teluk Buo

Gambar 3 merupakan objek dari hamparan mangrove di Teluk Buo sepanjang  $\pm 12$ ha, proses pengambilan *footage* menggunakan drone dengan teknik *high angel*. Proses pengambilan *footage* ini dilakukan sebagai promosi lahan mangrove yang ada di Teluk Buo yang bisa dikunjungi. Tampilan tampak atas di Desa Wisata Teluk Buo, terlihat pantai berada dekat dengan rumah nelayan, akses jalan raya, dan dikelilingi bukit barisan dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Tampak atas Teluk Buo

### 3. Perancangan dan Produksi

Proses Perancangan video dilakukan dengan membuat konsep [15]. Dalam proses pengambilan gambar atau pengumpulan *footage*, dilakukan dengan membuat konsep, kemudian konsep tersebut menjadi *treatment* atau *outline* dalam proses *shooting*.

Proses produksi penciptaan video promosi Desa Wisata teluk Buo dilakukan dengan menggunakan beberapa kamera DSLR, elemen-elemen tambahan pendukung kamera, Pada Gambar 5, 6 dan 7. merupakan proses produksi lapangan yang telah berlangsung di Desa Wisata Teluk Buo.



Gambar 5. Proses shooting, anak-anak desa Teluk Buo.



Gambar 6. Proses shooting pengumpulan *footage*.



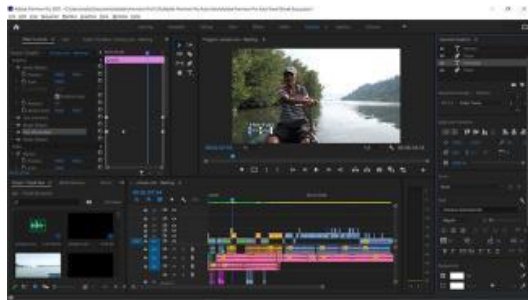
Gambar 7. Proses shooting pengambilan detail-detail objek.

### 4. Editing

Setelah melakukan rangkaian produksi, tahap berikutnya akan melakukan proses editing dari video-video yang sudah terkumpul [16]. Proses tersebut meliputi cutting, efek dan pemberian audio backsound. Dalam rangkaian proses editing dilakukan seleksi klip (*footage selection*), penataan urutan, penambahan suara, pengaturan durasi, transisi, pengeditan suara, penambahan efek visual, koreksi warna, pemerataan



suara, *quality testing*, ekspor dan terakhir dilakukan *backup file*. Rangkaian editing ini mencakup sejumlah tahapan penting untuk memastikan bahwa video promosi Desa Wisata Teluk Buo mencapai tingkat kualitas yang diinginkan dan efektif dalam menciptakan daya tarik bagi pemirsa serta memenuhi tujuan promosi yang di tetapkan. Proses *editing* dapat dilihat pada Gambar 7.



Gambar 7. Proses editing

#### 5. Evaluasi dan Publikasi

Evaluasi adalah tahap kunci dalam proyek pengembangan video promosi Desa Wisata Teluk Buo. Setelah video selesai diproduksi dan diluncurkan, penting untuk mengukur sejauh mana video telah mencapai tujuannya [17]. Evaluasi ini mencakup beberapa aspek yang perlu dipertimbangkan. Evaluasi dalam promosi dilakukan bertujuan untuk menstimuli respon dari promosi yang telah dilakukan untuk memberikan perhatian tertentu terhadap objek [18]. Kemudian tim pengabdian melakukan pemantauan jumlah kunjungan wisatawan ke Desa Wisata Teluk Buo, durasi kunjungan, serta pengeluaran yang mereka lakukan. Dengan membandingkan data ini, tim dapat mengevaluasi dampak video promosi terhadap minat dan kunjungan wisatawan. Selain itu, penting untuk melakukan survei atau wawancara dengan wisatawan yang mengunjungi desa untuk memahami sejauh mana video mempengaruhi keputusan mereka untuk datang ke Desa Wisata Teluk Buo.

Publikasi hasil evaluasi yang transparan akan memberikan dasar yang kuat untuk pengambilan keputusan yang lebih baik dalam pengembangan pariwisata di Desa Wisata Teluk Buo. Selain itu, hasil positif dari evaluasi dapat digunakan dalam promosi lebih lanjut untuk menarik lebih banyak wisatawan ke destinasi tersebut. Dengan demikian, evaluasi dan publikasi adalah langkah penting dalam siklus pengembangan pariwisata yang berkelanjutan.

#### 4. Kesimpulan

Dalam pengabdian yang berfokus pada pengembangan video promosi Desa Wisata Teluk Buo, dapat diambil beberapa kesimpulan yang signifikan. Pertama, video promosi tersebut telah membuktikan dirinya sebagai alat yang sangat efektif dalam meningkatkan minat wisatawan terhadap destinasi tersebut. Dengan

menggambarkan daya tarik alam dan budaya yang unik di Desa Wisata Teluk Buo dengan cara yang menarik dan informatif, video ini berhasil memperluas jangkauan potensial wisatawan dan menggugah minat mereka untuk menjelajahi desa tersebut. Selain itu, kolaborasi yang kuat antara dosen, masyarakat lokal, dan pengusaha pariwisata dalam seluruh proses pengembangan video telah menciptakan model yang berhasil dalam pengabdian kepada masyarakat, di mana komunitas setempat aktif terlibat dalam pengembangan pariwisata mereka sendiri.

Kedua, proyek ini memberikan dampak positif yang dapat terukur terhadap ekonomi dan pemberdayaan masyarakat setempat. Peningkatan jumlah kunjungan wisatawan tidak hanya menciptakan manfaat ekonomi tambahan bagi pengusaha lokal dan pedagang, tetapi juga memberdayakan masyarakat setempat dengan menciptakan peluang kerja tambahan di sektor kreatif dan pariwisata. Selain itu, video promosi juga berhasil meningkatkan kesadaran akan pentingnya pelestarian budaya dan lingkungan di Desa Wisata Teluk Buo, yang akan mendukung upaya pelestarian yang lebih kuat di tingkat komunitas. Kesimpulannya, proyek ini bukan hanya menciptakan video promosi yang efektif, tetapi juga memberikan dampak positif yang dapat dirasakan oleh masyarakat lokal dan menjadi contoh inspiratif bagi pengembangan pariwisata lokal yang berkelanjutan dengan cara yang menarik dan informatif.

#### Ucapan Terimakasih

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Universitas Putra Indonesia YPTK Padang, terkhusus kepada Ketua Yayasan Pendidikan Tinggi Komputer Padang, Ibu Dr. Hj. Zerni Melmusi, MM, AK, Ca atas dukungan finansial yang telah diberikan untuk mendukung keberhasilan kegiatan pengabdian kepada masyarakat Desa Wisata Teluk buo ini. Kami juga ingin mengucapkan penghargaan khusus kepada Pokdarwis Desa Wisata Teluk Buo yang telah berberan aktif dan dengan sukarela berpartisipasi dalam kegiatan pengabdian ini. Terima kasih untuk semua yang telah berdedikasi dan bekerjasama dalam menciptakan video promosi Desa Wisata Teluk Buo.

#### Daftar Rujukan

- [1] Asri, A., & Handayani, D. (2022). Keanekaragaman Jamur Makro di Kawasan Hutan Mangrove Teluk Buo Bungus Teluk Kabung Sumatera Barat. *Jurnal Serambi Biologi*, 7(1), 108-113. <https://serambibiologi.ppj.unp.ac.id/index.php/srmb/article/view/46>
- [2] JUNARDI, D. (2023). PERAN DESA PEMANGKAT KOTA DALAM MENGEMBANGKAN DAYA TARIK WISATA PANTAI SINAM PEMANGKAT KABUPATEN SAMBAS (Doctoral dissertation, IKIP PGRI PONTIANAK).
- [3] Sukirman, D., & Zulkarnaen, W. (2022). Manajemen Pariwisata Halal Dalam Perspektif Ekonomi Syariah. *Komitmen: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 3(1), 36-47.

- [4] Jupri, A., Khofifah, B. U., Laili, J., Soleha, E. M., Rozi, T., & Husain, P. (2022). Perancangan Branding Desa Melalui Media Visual di Desa Tetebatu Selatan, Kecamatan Sikur, Lombok Timur. *Jurnal Pengabdian Magister Pendidikan IPA*, 5(3), 285-289. <https://doi.org/10.29303/jpmipi.v5i3>
- [5] Kustanto, L., Nugroho, A. D., & Al-Desafinadha, J. (2023). Video Promosi Wisata Kuliner Yogyakarta Menggunakan Microdrone. *Rekam: Jurnal Fotografi, Televisi, Animasi*, 19(1), 71-82.
- [6] Ilahi, B. R., Raibowo, S., & Hiasa, F. (2023). Pemberdayaan Karang Taruna Desa Kemumu Sadar Potensi Wisata Melalui Aplikasi Filmora Sebagai Sarana Video Marketing Destination Publication Sport Tourism. *Dharma Raflesia: Jurnal Ilmiah Pengembangan dan Penerapan IPTEKS*, 21(1), 36-46. <https://doi.org/10.33369/dr.v21i1.25288>
- [7] Anwar, Y. A. S., Salam, L. A., Asri, R., Ismayani, I., Sucipta, I., Laksmi, D. T., ... & Harianti, Y. (2022). Pesona Gunung Janggot Wisata Tersembunyi Desa Aik Berik Kecamatan Batukliang Utara Kabupaten Lombok Tengah. *Jurnal Pepadu*, 3(2), 274-280. <https://doi.org/10.29303/jurnalpepadu.v3i2.521>
- [8] Harofah, C., & Mutaqin, E. Z. (2023). Strategi Pengembangan Wisata Budaya Yang Berkelanjutan Di Destinasi Wisata Djaongan Koena Kejawa Banyumas. *Jurnal Industri Pariwisata*, 6(1), 14-26. <https://doi.org/10.36441/pariwisata.v6i1.1150>
- [9] Wibowo, D. E., Jannah, K. D., & Permanasari, P. (2022). Pengembangan Rural Tourism Melalui Pemberdayaan Pokdarwis Menggunakan Life Skill di Kecamatan Petungkriyono Kabupaten Pekalongan. *Ruang Cendekia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 121-131. <https://doi.org/10.55904/ruangcendekia.v1i2.68>
- [10] Ghylbert, B. C. S. (2023). *Strategi Periklanan Dalam Facebook Advertising Studi Kasus Pada Agensi Digital Seven Ads Dalam Membangun Citra Merek Mpl Supplements*. (Skripsi Sarjana, Universitas Lampung).
- [11] Sugianto, A., & Rahman, S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Lampu Shinyoku Di CV. Sinar Abadi Pekanbaru. *Procuration: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 7(2), 174-184
- [12] Sukmasetya, P., Setiawan, A., & Arumi, E. R. (2020). Penggunaan Usability Testing Sebagai Metode Evaluasi Website Krs Online Pada Perguruan Tinggi. *JST (Jurnal Sains Dan Teknologi)*, 9(1), 58-67. <https://doi.org/10.23887/jst-undiksha.v9i1.24691>
- [13] Maharani, E. M. S., Wisudawanto, R., & Putri, S. N. R. (2023). *Peran Public Relation Universitas Muhammadiyah Surakarta Dalam Membentuk Citra Universitas Lewat Sosial Media Instagram* (Doctoral dissertation, Universitas Sahid Surakarta).
- [14] Fauziah, M. P., & Ninawati, M. (2022). Pengembangan Media Audio Visual (Video) Animasi Berbasis Doratoon Materi Hak dan Kewajiban Penggunaan Sumber Energi Mata Pelajaran PPKn di Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, 6(4), 6505-6513.
- [15] Lestari, M. M., Agustin, S. A., & Sayatman, S. (2022). Perancangan Video Promosi Wisata Kota Surabaya Dengan Menggunakan Branding Semarak Surabaya. *E-Jurnal SPIRIT PRO PATRIA*, 8(1), 58-66
- [16] Nurosyid, F., Imanuel, M., Patria, A. A., Annas, A., Awalumuttaqin, I. H., Sari, L. K., ... & Safira, S. B. (2022). Pembuatan Video Profil Sebagai Media Promosi Potensi Desa Jeruk. *Jurnal Masyarakat Madani Indonesia*, 1(3), 215-221.
- [17] Sekali, A. S. K. (2023). *Digital Marketing Produk Agribisnis Untuk Petani Dan Pemasok Input Pertanian*. Medan: Unpri Press
- [18] Putri, S. Y., Kusumaningtyas, D., & Damayanti, S. (2023, September). Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Alen-Alen Mbak Sripit Melalui Business Model Canvas. In *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi* (Vol. 8, pp. 496-506).