

# Optimalisasi *Branding* Konten Audio-Visual untuk Meningkatkan Promosi Wisata Desa Kebontunggul Mojokerto

**Novan Andrianto**

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

\* [Novan@untag-sby.ac.id](mailto:Novan@untag-sby.ac.id)

**Abstrak.** Pengabdian Kepada Masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan promosi wisata Desa Kebontunggul, Mojokerto melalui optimalisasi *website* dan akun *Instagram* @lembahbencirang.id. Dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, Pengabdian Kepada Masyarakat ini menganalisis konten yang ada dan mengidentifikasi potensi peningkatan melalui produksi konten audio visual yang kreatif dan menarik. Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat menunjukkan bahwa penerapan prinsip-prinsip content marketing seperti desain, relevansi, pengalaman pengguna, dan tone yang tepat dapat meningkatkan efektivitas promosi. Selain itu, Pengabdian Kepada Masyarakat ini juga memberikan rekomendasi terkait jenis konten yang perlu ditingkatkan untuk mencapai tujuan promosi yang lebih baik. Melalui optimalisasi media sosial, diharapkan dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke Desa Kebontunggul dan memberikan kontribusi positif bagi perekonomian masyarakat setempat. Pengabdian kepada masyarakat ini relevan dengan perkembangan pariwisata desa pasca pandemi yang semakin mengandalkan media sosial sebagai sarana promosi.

**kata kunci:** desa wisata; konten marketing; *instagram*; video singkat; pariwisata

**Abstract.** This study aimed to enhance tourism promotion for Desa Kebontunggul, Mojokerto by optimizing the village's website and Instagram account (@lembahbencirang.id). Employing a qualitative descriptive approach, this research analyzed existing content and identified potential improvements through the creation of creative and engaging audio-visual content. The findings revealed that the application of content marketing principles such as design, relevance, user experience, and tone can significantly improve promotional effectiveness. Furthermore, the study provided recommendations for content types that need to be enhanced to achieve better promotional outcomes. Through the optimization of social media, it is expected to increase the number of tourist visits to Desa Kebontunggul and contribute positively to the local economy. This research is relevant to the development of rural tourism post-pandemic, which increasingly relies on social media as a promotional tool.

**Keywords:** rural tourism; content marketing; *instagram*; short video; tourism

---

**To cite this article:** Andrianto, N. 2024. Optimalisasi *Branding* Konten Audio-Visual untuk Meningkatkan Promosi Wisata Desa Kebontunggul Mojokerto. *Unri Conference Series: Community Engagement* 6: 735-742. <https://doi.org/10.31258/unricsce.6.735-742>

© 2024 Authors

Peer-review under responsibility of the organizing committee of Seminar Nasional Pemberdayaan Masyarakat 2024

---

## PENDAHULUAN

Dalam era digital yang semakin pesat, media sosial telah menjadi salah satu alat promosi yang sangat efektif, terutama dalam sektor pariwisata. Desa-desanya wisata, seperti Desa Kebontunggul di Mojokerto, kini berlomba-lomba untuk memanfaatkan platform digital ini guna menarik minat wisatawan. Pengabdian Kepada Masyarakat ini berfokus pada permasalahan kurang optimalnya pemanfaatan *website* dan akun *instagram* Desa Kebontunggul dalam mempromosikan potensi wisata yang ada. Konten yang kurang menarik dan kreatif menjadi salah satu kendala utama dalam menarik minat wisatawan. Pengabdian Kepada Masyarakat ini memiliki relevansi yang tinggi dengan perkembangan pariwisata desa pasca pandemi. Di mana, media sosial menjadi sarana promosi yang sangat penting untuk menjangkau target pasar yang lebih luas. Selain itu, Pengabdian kepada masyarakat ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi positif bagi perekonomian masyarakat setempat melalui peningkatan jumlah kunjungan wisatawan.

Pengabdian Kepada Masyarakat Smith (2018) menunjukkan bahwa penggunaan *hashtag* yang relevan dapat meningkatkan jangkauan konten di Instagram. Sementara itu, Lee (2020) menekankan pentingnya *storytelling* dalam membangun koneksi emosional dengan audiens. Dalam konteks Desa Kebontunggul, Pengabdian kepada masyarakat ini akan mengadaptasi temuan-temuan tersebut dengan mengembangkan konten yang bercerita tentang kearifan lokal, keindahan alam, dan potensi wisata lainnya di desa tersebut.

Desa Kebontunggul, sebuah permata tersembunyi di Kabupaten Mojokerto, Jawa Timur, memiliki potensi wisata yang sangat besar. Dengan keindahan alamnya yang masih asri dan kekayaan budaya yang unik, desa ini layak untuk dieksplorasi lebih lanjut. Melihat potensi wisata yang dimiliki Desa Kebontunggul, kami menginisiasi sebuah program pengabdian masyarakat yang berfokus pada pelatihan produksi audiovisual. Program ini ditujukan kepada karang taruna dan perangkat desa setempat. Tujuannya adalah untuk membekali mereka dengan keterampilan yang diperlukan untuk memproduksi konten visual yang menarik dan informatif, sehingga dapat digunakan untuk mempromosikan potensi wisata Desa Kebontunggul.

## METODE PENERAPAN

"Tahap awal pengabdian kepada masyarakat ini diawali dengan analisis mendalam terhadap dokumen-dokumen yang relevan. *Website* resmi Desa Kebontunggul menjadi fokus utama analisis untuk mengevaluasi struktur, navigasi, konten (teks, gambar, video), serta optimasi mesin pencari (SEO). Selain itu, akun Instagram @lembahbencirang.id juga dianalisis secara menyeluruh untuk mengidentifikasi jenis konten yang sering diunggah, jumlah pengikut, tingkat engagement, dan strategi promosi yang telah diterapkan. Melalui analisis dokumen, diharapkan dapat diperoleh gambaran yang jelas tentang kondisi awal promosi wisata desa serta identifikasi potensi pengembangan lebih lanjut." Selanjutnya Untuk memperoleh data yang lebih mendalam mengenai persepsi masyarakat dan pelaku wisata terhadap potensi dan tantangan promosi wisata Desa Kebontunggul, dilakukan wawancara mendalam dengan berbagai informan kunci. Informan yang terlibat dalam pengabdian kepada masyarakat ini meliputi pengelola desa wisata, pelaku wisata lokal (*homestay*, warung makan, dll.), tokoh masyarakat, dan wisatawan yang pernah berkunjung. Wawancara dilakukan secara tatap muka atau melalui platform daring dengan menggunakan pedoman wawancara yang telah disusun sebelumnya. Pertanyaan dalam pedoman wawancara mencakup aspek-aspek seperti potensi wisata yang belum tergarap, kendala dalam promosi, harapan terhadap pengembangan wisata, dan persepsi mengenai konten promosi yang menarik.

Selain analisis dokumen dan wawancara, pengabdian kepada masyarakat ini juga melibatkan kegiatan observasi langsung di lokasi wisata Desa Kebontunggul. Observasi partisipatif dilakukan untuk mendapatkan pengalaman langsung mengenai kondisi fisik lokasi wisata, fasilitas yang tersedia, serta aktivitas wisata yang berlangsung. Selama observasi, peneliti juga melakukan dokumentasi berupa foto dan video untuk mendukung data yang diperoleh. Observasi ini bertujuan untuk mengidentifikasi potensi wisata yang belum termaksimalkan, kekurangan fasilitas, serta peluang pengembangan produk wisata baru.

## Proses Pengembangan Strategi Promosi Wisata Desa Kebontunggul

Pengembangan strategi promosi wisata Desa Kebontunggul merupakan proses yang sistematis dan melibatkan beberapa tahapan. Tujuan utama dari proses ini adalah untuk merancang strategi yang efektif dalam meningkatkan kunjungan wisatawan ke Desa Kebontunggul melalui pemanfaatan platform digital, khususnya *website* dan Instagram.

a. Analisis Situasi

Analisis SWOT: Tahap awal adalah melakukan analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi Desa Kebontunggul dalam pengembangan pariwisata. Kekuatan bisa berupa potensi alam yang indah, kekayaan budaya, atau keramahan masyarakat. Kelemahan bisa berupa kurangnya infrastruktur, kurangnya promosi, atau kurangnya variasi produk wisata. Peluang bisa berupa meningkatnya minat wisatawan terhadap wisata alam dan budaya, serta perkembangan teknologi informasi. Ancaman bisa berupa persaingan dengan destinasi wisata lain atau perubahan kebijakan pemerintah.

Table 1 Analisis SWOT - Lembah Mbencirang Kebontunggul, Gondang, Mojokerto

<i>Strengths</i> (Kekuatan)	<i>Weaknesses</i> (Kelemahan)	<i>Opportunities</i> (Peluang)	<i>Threats</i> (Ancaman)
* (Identifikasi kekuatan berdasarkan data Instagram, misal: konten visual menarik, engagement tinggi, penggunaan hashtag relevan)	* (Identifikasi kelemahan berdasarkan data Instagram, misal: frekuensi posting tidak teratur, kurangnya variasi konten, respon terhadap komentar lambat)	* (Identifikasi peluang berdasarkan tren pariwisata dan analisis kompetitor, misal: meningkatnya minat wisata alam, potensi kolaborasi dengan influencer)	* (Identifikasi ancaman berdasarkan tren dan persaingan, misal: munculnya destinasi wisata baru, perubahan kebijakan pemerintah terkait pariwisata)

Analisis PESTEL: Selain SWOT, analisis PESTEL (*Political, Economic, Social, Technological, Environmental, Legal*) juga dilakukan untuk memetakan lingkungan eksternal yang mempengaruhi pengembangan pariwisata. Faktor politik seperti kebijakan pemerintah terkait pariwisata, faktor ekonomi seperti daya beli masyarakat, faktor sosial seperti minat wisatawan, faktor teknologi seperti perkembangan digital, faktor lingkungan seperti isu keberlanjutan, dan faktor legal seperti regulasi pariwisata perlu dipertimbangkan.

Table 2 Proses Analisis PESTEL - Wisata Mbencirang Kebontunggul, Gondang, Mojokerto

Faktor	Deskripsi	Implikasi bagi Lembah Mbencirang
Politik	Kebijakan pemerintah daerah terkait pariwisata, regulasi perizinan, dukungan terhadap pengembangan pariwisata desa, stabilitas politik	Kebijakan yang mendukung pariwisata desa dapat mendorong investasi dan pengembangan infrastruktur. Sebaliknya, kebijakan yang kurang mendukung dapat menghambat pertumbuhan.
Ekonomi	Kondisi ekonomi masyarakat sekitar, daya beli wisatawan, pertumbuhan ekonomi regional, infrastruktur pendukung pariwisata	Peningkatan daya beli masyarakat dapat meningkatkan kunjungan wisatawan lokal. Pertumbuhan ekonomi regional dapat menarik investor untuk mengembangkan fasilitas wisata.
Sosial	Kepedulian masyarakat terhadap lingkungan, minat masyarakat terhadap wisata alam, budaya lokal, tingkat pendidikan masyarakat	Tingginya kesadaran masyarakat akan pentingnya menjaga lingkungan dapat mendukung pengembangan wisata berkelanjutan. Minat masyarakat terhadap wisata alam dan budaya dapat menjadi daya tarik tersendiri.
Teknologi	Aksesibilitas internet, penggunaan media sosial, perkembangan teknologi informasi dalam pariwisata	Pemanfaatan teknologi informasi dapat meningkatkan promosi dan pemasaran wisata. Aksesibilitas internet yang baik memudahkan wisatawan untuk mencari informasi dan melakukan booking.
Lingkungan	Kondisi lingkungan alam, kerentanan terhadap bencana alam, pengelolaan sampah, kesadaran akan pentingnya kelestarian lingkungan	Keindahan alam menjadi daya tarik utama Lembah Mbencirang. Namun, perlu dilakukan pengelolaan lingkungan yang baik untuk menjaga kelestarian alam dan mencegah kerusakan lingkungan.
Legal	Regulasi terkait perizinan usaha pariwisata, perlindungan	Regulasi yang jelas dan kondusif akan memberikan kepastian hukum bagi pelaku

---

lingkungan, hak atas tanah, dan ketenagakerjaan	usaha pariwisata. Namun, regulasi yang terlalu ketat dapat menghambat pengembangan usaha.
---	---

---

## HASIL DAN KETERCAPAIAN SASARAN

### Peningkatan Pengetahuan dan Keterampilan

Pelatihan dan pendampingan yang intensif telah memberikan dampak signifikan pada peningkatan pengetahuan dan keterampilan para mitra dalam mengelola media sosial dan website. Sebelum pelatihan, banyak mitra yang masih merasa kesulitan dalam mengoperasikan platform media sosial dan membuat konten yang menarik. Namun, setelah mengikuti pelatihan, mereka menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam beberapa aspek.

Pertama, para mitra memiliki pemahaman yang lebih baik tentang berbagai platform media sosial yang relevan, seperti *instagram*, *facebook*, dan *youtube*. Mereka juga memahami pentingnya memilih platform yang tepat sesuai dengan target audiens dan tujuan promosi. Kedua, keterampilan teknis para mitra dalam mengedit foto dan video, serta menulis artikel, mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Mereka dapat menghasilkan konten visual yang lebih menarik dan tulisan yang lebih persuasif. Ketiga, para mitra menjadi lebih kreatif dalam mengembangkan ide-ide konten yang unik dan relevan dengan potensi wisata Lembah Mbencirang.

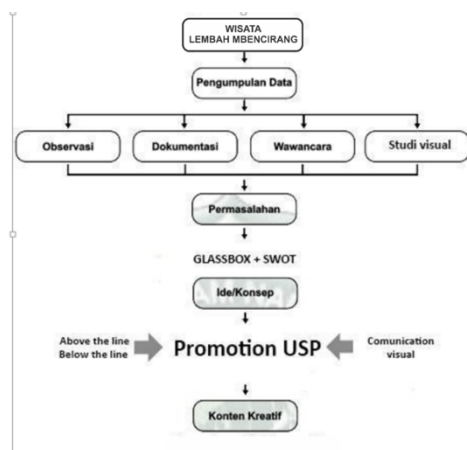
### Peningkatan Interaksi dengan Pengikut

Peningkatan kualitas konten yang dihasilkan secara langsung berdampak pada peningkatan interaksi dengan pengikut. Setelah pelatihan, jumlah pengikut di akun media sosial Lembah Mbencirang mengalami peningkatan yang signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa konten yang diproduksi berhasil menarik minat audiens yang lebih luas. Selain itu, tingkat engagement pada postingan juga meningkat. Pengikut lebih aktif memberikan like, komentar, dan membagikan postingan. Hal ini menunjukkan bahwa konten yang dihasilkan relevan dan mampu membangun keterlibatan dengan audiens. Interaksi yang lebih aktif ini juga membantu membangun komunitas yang solid di sekitar Lembah Mbencirang.

### Tantangan dan rekomendasi

Meskipun mempunyai hasil yang positif, masih ada beberapa tantangan yang perlu diatasi untuk pengembangan pariwisata Lembah Mbencirang ke depannya. Salah satu tantangan utama adalah keterbatasan sumber daya manusia dan anggaran. Hal ini dapat menghambat pelaksanaan kegiatan promosi secara optimal.

Untuk mengatasi tantangan tersebut, beberapa rekomendasi dapat diberikan. Pertama, perlu dilakukan pelatihan berkelanjutan untuk meningkatkan kapasitas pengelola media sosial dan *website*. Kedua, perlu dilakukan diversifikasi konten untuk menarik minat audiens yang lebih luas. Ketiga, perlu dilakukan kolaborasi dengan influencer untuk memperluas jangkauan promosi. Keempat, perlu dimanfaatkan data analitik untuk mengukur efektivitas strategi promosi dan melakukan perbaikan yang diperlukan. Terakhir, perlu dilakukan evaluasi secara berkala untuk memastikan strategi yang diterapkan tetap relevan.



Gambar 1 Diagram alur perancangan

Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat berjalan dengan lancar dan diikuti oleh peserta dengan antusias. Hal ini dikarenakan persiapan dari TIM PKM Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan pihak Bumdes

Gajah Mada, Desa Kebontunggul, Kecamatan Gondang, Kabupaten Mojokerto yang sangat mendukung kegiatan ini.

Dilaksanakan pembukaan PKM yang dibuka oleh Kepala Desa Kebontunggul dan Ketua Pengabdian Masyarakat pada Prodi Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Selanjutnya, peserta PKM diberikan materi teori mengenai penulisan naskah audiovisual, tahapan produksi audiovisual, serta pengenalan peralatan audiovisual seperti kamera, mikrofon, lighting, dan peralatan lainnya oleh para dosen Ilmu Komunikasi sebagai pemateri PKM. Setelah pemberian materi, dilaksanakan kegiatan praktik produksi audiovisual, di mana peserta dibagi dalam 4 kelompok. Setiap kelompok mengikuti praktik produksi audiovisual yang dipandu langsung oleh para dosen dan mahasiswa Ilmu Komunikasi dan Bahasa Inggris Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Pada hari kedua dan ketiga, setiap kelompok diberikan tugas untuk membuat konten audiovisual sesuai dengan kreativitas para peserta, mulai dari tahapan pra-produksi, produksi, hingga pasca-produksi. Pertama-tama, para peserta diberikan waktu untuk menyusun naskah konten audiovisual yang didampingi oleh para dosen dan mahasiswa. Setelah itu, para peserta melaksanakan produksi audiovisual berdasarkan kelompoknya masing-masing dengan membawa ide konten yang berbeda. Semua proses produksi dilakukan dalam pendampingan dan pengawasan dosen dan mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.



Gambar 2 Pembukaan PKM di Desa Kebontunggul

Pada hari keempat, dilaksanakan praktik editing terhadap hasil pengambilan gambar yang telah dilakukan pada hari sebelumnya. Proses editing dilakukan agar hasil konten memiliki kesinambungan dan sesuai dengan konsep yang telah dituliskan pada naskah. Peserta dilatih untuk dapat menerapkan kesinambungan gambar yang tepat, penerapan pewarnaan yang baik, dan voice-over.



Gambar 3 Pelabelan Aset Bumdes untuk Wisata Mbencirang

Pada hari kelima, dilaksanakan acara evaluasi dan penutupan kegiatan PKM. Pada acara ini ditampilkan hasil karya konten audiovisual setiap kelompok. Dari penugasan tersebut, dihasilkan satu video profil desa dan tiga video feature mengenai objek wisata serta promosi UMKM Bumdes Gajah Mada, Desa Kebontunggul. Walaupun dikerjakan dalam waktu yang sangat singkat, hasilnya sudah memiliki kualitas yang cukup baik.

Pada prosesi penutupan kegiatan PKM pelatihan produksi audiovisual di Bumdes Gajah Mada, diserahkan sertifikat kepada peserta PKM oleh Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Sebagai peserta yang mengikuti kegiatan pengabdian kepada masyarakat, mereka berhak mendapatkan Sertifikat Pelatihan. Untuk mengetahui kemanfaatan kegiatan pengabdian kepada masyarakat, penyelenggara juga

menyebarkan lembar evaluasi yang dibagikan kepada peserta. Evaluasi tersebut bertujuan untuk memberikan penilaian seberapa jauh keberhasilan program pengabdian kepada masyarakat ini, dan saran-saran yang membangun dari peserta akan digunakan sebagai langkah perbaikan bagi penyelenggaraan program pengabdian kepada masyarakat program studi ilmu komunikasi dan bahasa inggris Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya selanjutnya. Berikut ini adalah hasil evaluasi dari peserta terhadap pelaksanaan pengabdian kepada masyarakat program studi ilmu komunikasi dan bahasa inggris.



Gambar 4 Proses Pelatihan Audio Visual

## KESIMPULAN

Program PKM pelatihan audiovisual di Desa Kebontunggul, Kabupaten Mojokerto telah berhasil mencapai tujuannya. Peserta pelatihan menunjukkan peningkatan signifikan dalam kemampuan produksi konten audiovisual, mulai dari penulisan naskah hingga editing video. Hal ini dibuktikan dengan hasil karya yang berkualitas, seperti video profil desa dan promosi UMKM.

Evaluasi peserta juga memberikan umpan balik positif, menunjukkan relevansi pelatihan dengan kebutuhan desa. Pelatihan ini terbukti efektif dalam meningkatkan kreativitas dan keterampilan teknis peserta. Keberhasilan program ini mengindikasikan bahwa pelatihan soft skills seperti ini dapat menjadi solusi untuk meningkatkan kapasitas masyarakat dalam memanfaatkan teknologi untuk pengembangan desa

## UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan ini, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Lembaga Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, atas dukungan penuhnya dalam pelaksanaan kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian kepada Masyarakat (DRTPM), Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi, atas bantuan dana hibah melalui Program Pengabdian kepada Masyarakat tahun 2024 berdasarkan SK No. 501.3/K/003/LPPM/Abdimas/VI/2024. Keberhasilan program ini tidak lepas dari kontribusi Bumdes Gajah Mada, perangkat Desa Kebontunggul, serta para dosen dan mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah bekerja sama dengan baik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aliffianto, A. Y., & Andrianto, N. (2022). Sustainable tourism development from the perspective of digital communication. *Jurnal Studi Komunikasi*, 6(1), 110-125.
- Aliffianto, A. Y., & Andrianto, N. (2021). Strategi Komunikasi Pengembangan Wisata Jodipan dan Kampung Topeng Kota Malang. *Communicator Sphere*, 1(2), 47-51.
- Andrianto, N., & Aliffianto, A. Y. (2023). *Pengembangan Komunikasi Pemasaran*. Untag Surabaya Press. Surabaya.
- Andrianto, N. (2023). *Cepat dan Praktis Jago Membuat Website Untuk Desa Wisata*. Untag Surabaya Press. Surabaya.
- Andrianto, N. (2019). *Buku Ajar Studio TV to be Broadcasting*. CV. Revka Prima Media. Surabaya
- Andrianto, N., & Ismail, H. (2022). Peran Analisis Semiotik Dalam Film *The Social Dilemma* Dalam Teori "Cmc" Computer Mediated Communication. *Jurnal Riset Rumpun Seni, Desain dan Media (JURSENDEM)*, 1(2), 43-58.
- Andrianto, N. (2018). Pesan kreatif iklan televisi dalam Bulan Ramadan: Analisis semiotika iklan Bahagiannya adalah Bahagiaku. *Jurnal Studi Komunikasi*, 2(1), 17-31.
- Andrianto, N., Palupi, M. F. T., & Ramadhan, M. I. (2018). Framing Ecotourism On BBC News Indonesia

- Youtube : “Terancam’ Pembangunan Ibu Kota Nusantara : Pesut Tersudut, Nelayan Tersingkir”. 2023 International Conference on Environmental Quality Concern, Control and Conservation EQC 2023, 1, 177.
- Andrianto, N., & Aliffianto, A. Y. (2020). Brand image among the purchase decision determinants. *Jurnal Studi Komunikasi*, 4(3), 700-715.
- Andrianto, N., & Aliffianto, A. Y. (2021). Analisis Isi Gangguan Stress Pasca Trauma dalam Film 27 Steps of May. *Communicator Sphere*, 1(1), 20-30.
- Andrianto, N., & Verlita, R. Fuad Amsyari. 2018. In Content Analysis Television Program Featured with Title " Dunia Tanpa Batas"(Episode of Tiara Handicraft Embracing Persons with Disabilities With Social Entrepreneurs). Surabaya: International Conference on Information Technology Applications and Systems (ICITAS).
- Andrianto, N. (2016). Jam Prime Time Televisi Menjadi Dampak Psikologis bagi Anak dan Remaja (Analisis Sinetron " Anak Jalanan" RCTI). Surabaya: SCROLL Jendela Teknologi Informasi.
- Andrianto, N., Prasetyo, W. B., & Cahyono, Y. D. (2023). *Buku Cepat dan Praktis: Jago Membuat Website Untuk Desa Wisata*. Untag Surabaya Press.
- Andrianto, N., & Fianto, A. Y. A. (2023). *Pengembangan Komunikasi Pemasaran*. Untag Surabaya Press.
- Azis, A. (2021). TA: Penyutradaraan dan Modeling Environment Film Animasi 3D Bergenre Horor Berjudul “Siulan Pemanggil Setan” (Doctoral dissertation, Universitas Dinamika).
- Agustina, L. 2020. Viralitas konten di media sosial. *Majalah Semi Ilmiah Populer Komunikasi Massa*, 1(2), 149-160.
- Arifianto, B. D., & Muktaf, Z. M. 2019. Open Air Cinema Sebagai Ruang Komunikasi. *Jurnal Publisitas*, 6(1), 39-49.
- Asfar, I. T., & Taufan, I. 2019. Analisis naratif, analisis konten, dan analisis semiotik (Pengabdian Kepada Masyarakat kualitatif). no. January, 1-13.
- Cecariyani, S. A., & Sukendro, G. G. 2018. Analisis Strategi Kreatif dan Tujuan Konten Youtube (Studi Kasus Konten prank Yudist Ardhana). *Prologia*, 2(2), 495-502.
- Darmawanto, E., Alfian, T., & Hakim, M. S. 202. Perancangan Film Pendek Sebagai Media Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Brand Awareness Nikalua Coffee And Eatery. In *The 2nd Seminar Nasional dan Prosiding Scitech 2023*.
- Haryanto, A. (2020). Penyuluhan Pembuatan Video Profil Desa Bedoyo. *Jurnal Pengabdian Seni*, 1(1), 4–10. <https://doi.org/10.24821/jas.v1i1.4697>
- Rahayu, S., & Sugihartono, R. A. (2018). Strategi Program Hard News Kompas TV. *CAPTURE: Jurnal Seni Media Rekam*, 9(2).
- Ri'aeni, I. (2015). Penggunaan New Media dalam Promosi Pariwisata Daerah Situs Cagar Budaya di Indonesia. *Jurnal Komunikasi*, 9(2).
- Sunarsa, Astuti, C. A. D., Prasetyo, S. A., Karna, Purwanto, Marwiyati, Kristiadi, D., & Wahyudin, A. (2022). Pelatihan Produksi Audiovisual di SMK Negeri 2 Purworejo , Jawa Tengah. *Jurnal Pengabdian Seni*, 3(2), 117–122. <https://doi.org/https://doi.org/10.24821/jps.v3i2>
- Tyas, N. W., & Damayanti, M. (2018). Potensi Pengembangan Desa Kliwonan sebagai Desa Wisata Batik di Kabupaten Sragen. *Journal of Regional and Rura*