

OPTIMALISASI PEMASARAN DIGITAL MELALUI PELATIHAN KONTEN VISUAL KREATIF BAGI PELAKU USAHA DI DESA TAMBAKASRI KABUPATEN MALANG

Senjaya Machfudi Zulkif^{1*}, Lulus Sugeng Triandika², Amidatus Sholihat Jamil¹, Eka Rini Widya Astuti¹, Kharisma Nanda Zenmira¹, Kharisma Adi Bashory¹, Fitria Maudy Wardhani¹, Nuraviah Alfiana¹

¹ Universitas Nahdlatul Ulama Pasuruan, Indonesia

² Universitas Terbuka Malang, Indonesia

*Correspondent Autor: senja@unupasuruan.ac.id

KEYWORDS:

Visual
Communication
Design;
Community
Empowerment;
Micro, Small, and
Medium Enterprises
(MSMEs).

ABSTRACT This community service program was motivated by the low ability of the residents of Tambakasri Village, Malang Regency, to utilize visual communication design in improving the competitiveness of local products. Although the village has considerable economic potential, especially in the micro, small, and medium enterprises (MSMEs) sector, most business actors still face difficulties in product marketing, particularly in branding, packaging design, and digital promotion. The program aimed to provide training and mentoring to enable the community to create attractive product visual identities and implement effective digital promotion strategies. The method applied was Participatory Action Research (PAR), which was implemented through training sessions, interactive discussions, hands-on practice, and post-training assistance. Participants were trained in camera usage, photo and video editing, and the utilization of design software to support product marketing. The results showed a significant improvement in participants' understanding and skills in visual communication design. Several MSMEs successfully produced more professional and appealing digital promotional content. This activity demonstrates that visual communication design plays an important role in enhancing the competitiveness of local products and supporting rural community economic empowerment in the digital era. Furthermore, this program aligns with government efforts to promote community empowerment through the development of locally based creative economies.

KATA KUNCI:

Desain Komunikasi
Visual'
Pemberdayaan
Masyarakat;
UMKM.

ABSTRAK Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilatarbelakangi oleh rendahnya kemampuan masyarakat Desa Tambakasri, Kabupaten Malang, dalam memanfaatkan desain komunikasi visual untuk meningkatkan daya saing produk lokal. Meskipun desa ini memiliki potensi ekonomi yang cukup berkembang, khususnya pada sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), sebagian besar pelaku usaha masih mengalami kendala dalam pemasaran produk, terutama pada aspek branding, desain kemasan, dan promosi digital. Kegiatan ini bertujuan memberikan pelatihan dan pendampingan kepada masyarakat agar mampu menghasilkan identitas visual produk yang menarik serta menerapkan strategi promosi digital yang tepat sasaran. Metode yang digunakan adalah Participatory Action Research (PAR), yang diimplementasikan melalui pelatihan, diskusi interaktif, praktik langsung, serta pendampingan

pasca-pelatihan. Peserta dibekali keterampilan penggunaan kamera, pengolahan foto dan video, serta pemanfaatan perangkat lunak desain untuk mendukung pemasaran produk. Hasil kegiatan menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman dan keterampilan peserta dalam desain komunikasi visual. Beberapa UMKM berhasil menghasilkan konten promosi digital yang lebih profesional dan menarik. Kegiatan ini membuktikan bahwa desain komunikasi visual berperan penting dalam meningkatkan daya saing produk lokal serta mendorong pemberdayaan ekonomi masyarakat desa di era digital, sejalan dengan program pemerintah dalam pengembangan ekonomi kreatif berbasis potensi lokal.

This is an open access article under the CC BY-SA license 

PENDAHULUAN

Latar Belakang Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat judul "Desain Komunikasi Visual sebagai Alat Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Desa Tambakasri Kabupaten Malang" bertujuan untuk meningkatkan kapasitas ekonomi dan kreativitas masyarakat desa melalui penerapan desain komunikasi visual. Hal yang ingin dicapai dalam kegiatan ini adalah menginisiasi upaya untuk meningkatkan kemampuan serta menggali potensi masyarakat desa agar mereka dapat mengembangkan diri secara mandiri, terutama sebagai alat pemberdayaan ekonomi.

Desa Tambakasri sendiri adalah desa yang secara administratif masuk ke dalam wilayah Kabupaten Malang namun berbatasan langsung dengan Kota Malang. Secara demografis penduduk Desa Tambakasri sebagian besar bermata pencaharian sebagai petani, buruh pabrik, wirausaha, dan profesi lain. Di banyak kawasan pinggiran pembangunan fisik dan ekonomi masih berjalan dengan kecepatan yang terbatas, sehingga masyarakat sering menghadapi akses terbatas terhadap infrastruktur, pasar, modal dan teknologi. Ketimpangan pembangunan antar-wilayah ditandai oleh rendahnya aksesibilitas sarana dan prasarana ekonomi dan sosial terutama masyarakat di perdesaan, wilayah terpencil, perbatasan serta wilayah tertinggal (Nasfi, 2020). Meskipun penduduk desa seperti Tambakasri beragam profesi (petani, buruh, wirausaha), potensi mereka belum selalu mampu terkonversi menjadi peningkatan pendapatan yang signifikan atau perkembangan usaha yang mandiri.

Selain itu, pengembangan perekonomian di tingkat pedesaan perlu diorientasikan tidak hanya pada sektor primer (pertanian/kerja buruh), tetapi juga pada peningkatan kapasitas serta pemberdayaan masyarakat untuk mengelola dan memasarkan produk atau jasa mereka secara mandiri. Pemberdayaan ekonomi masyarakat, melalui peningkatan partisipasi masyarakat sekaligus pengembangan institusi lokal, terbukti menjadi strategi kunci untuk mengentaskan kemiskinan pedesaan (Nasfi, 2020). Dalam kondisi Desa Tambakasri berada di pinggiran Kota Malang dan mempunyai basis mata pencaharian yang beragam—hal ini berarti ada peluang besar untuk memanfaatkan kreativitas dan komunikasi visual sebagai instrumen pemberdayaan ekonomi, namun juga tantangan nyata seperti terbatasnya modal, akses pasar, dan fasilitas penunjang.

Dalam era digital saat ini permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat Desa Tambakasri, serta banyak desa lainnya di Kabupaten Malang adalah tantangan dalam hal pemasaran produk lokal dan pengenalan potensi lokal yang dimiliki. Pasalnya sebagian besar masyarakat dan pelaku UMKM kurang memahami pentingnya identitas visual dan promosi secara digital (Furqorina et al., 2023). Kemampuan untuk berkomunikasi secara visual menjadi sangat penting, terutama bagi masyarakat yang ingin mempromosikan produk lokal dan potensi lokal secara global. Komunikasi visual memiliki beragam bentuk produk, contohnya adalah foto dan video untuk menyampaikan beragam bukti visual kepada audiens luas yang direkam oleh kamera (Sari & Irena, 2022; Triandika et al., 2022).

Saat ini kebutuhan komunikasi visual semakin meningkat seiring perkembangan teknologi serta memegang peranan yang penting (Putra et al., 2023). Bentuk desain komunikasi visual yang sesuai, akan lebih mudah di ingat, hal ini tidak terlepas dari komposisi pesan yang dipadu padankan dengan unsur-unsur visual. Sehingga menjadikan desain komunikasi visual sebagai bentuk media penyampaian informasi dan makna pada khalayak secara efektif dan tepat sasaran (Alhasbi et al., 2022; Zahra, 2022).

Kurangnya pengetahuan tentang prinsip desain komunikasi visual akan mengakibatkan produk dan potensi lokal kurang mendapatkan perhatian yang layak atau tidak tepat sasaran. Implikasinya adalah peluang pemberdayaan ekonomi dari pemanfaatan potensi desa akan terhambat. Maka dengan pemahaman yang baik akan pentingnya desain komunikasi visual, maka nantinya akan bisa membantu dalam pemberdayaan ekonomi Desa Tambakasri. Masyarakat diharapkan bisa mengembangkan berbagai usaha berdasarkan potensi alam atau hasil produksi kerajinan tangan dari warga Desa Tambakasri.

Di sisi lain, saat ini pemasaran dan pengenalan secara digital melalui kanal digital menjadi hal yang jamak dan lumrah. Contohnya adalah pemanfaatan media sosial sebagai sarana publikasi yang cukup efektif dengan biaya relatif terjangkau. Namun, konsep publikasi tersebut mengharuskan adanya konten yang layak secara visual, baik dari segi teknis atau unsur pesan (Nasrullah & Nurbaya, 2016). Hal tersebut yang kemudian menjadi salah satu alasan mengapa kegiatan ini dicetuskan. Harapannya, adalah masyarakat Desa Tambakasri mampu menguasai dan mengimplementasikan berbagai prinsip desain komunikasi visual baik secara teknis maupun teori dalam mengenalkan potensi pribadi dan potensi desa.

Solusi yang ditawarkan untuk pemberdayaan ekonomi di Desa Tambakasri adalah mengadakan Focus Group discussion (FGD) untuk mengetahui tingkat pemahaman masyarakat Desa Tambakasri terkait prinsip desain komunikasi visual. FGD dirancang secara bertahap dan memiliki materi yang berkesinambungan. Kedua adalah mengadakan pelatihan tentang prinsip dasar desain komunikasi visual, baik secara teori maupun praktik teknis.

Solusi pertama adalah mengadakan FGD, tujuannya adalah tim PkM adalah analisis kebutuhan guna mengidentifikasi kebutuhan spesifik masyarakat Desa Tambakasri terkait desain komunikasi visual. Narasumber dalam FGD adalah anggota tim dengan keahlian masing-masing. Hasil dari diselenggerakannya FGD adalah untuk menentukan

jenis dan kepadatan materi dalam kegiatan pelatihan. Ciri dari desain komunikasi visual kreatif adalah bagaimana memandang secara visual dunia yang ada di sekitar kita untuk kemudian menciptakan sebuah asumsi tentang dunia tersebut, asumsi tersebut bersifat bebas atau subjektif (Sukarya, 2009). Dalam FGD ini juga menentukan segmentasi dari peserta pelatihan selanjutnya. Hasil dari FGD juga akan menentukan usulan produk atau potensi lokal desa yang nantinya akan diolah dan direpresentasikan melalui desain komunikasi visual.

Solusi kedua adalah pelatihan praktis secara teknis maupun teori, seperti cara penggunaan alat serta penggunaan software oleh digital. Tujuannya adalah masyarakat Desa Tambakasri memahami implementasi penerapan prinsip dasar desain komunikasi visual, baik secara perencanaan, produksi secara teknis dan mdigital, serta publikasi hasil produk. Termasuk di dalamnya adalah pengenalan berbagai peralatan produksi dan software. Kegiatan pelatihan nantinya akan mendatangkan narasumber dari praktisi yang memiliki kompetensi di bidang desain komunikasi visual.

METODE

Kegiatan PkM dilaksanakan di Balai Desa Tambakasri beralamat di Jl. Madura, Tambaksari, Kec. Tajinan, Kabupaten Malang, Jawa Timur. Adapun peserta PkM adalah anggota karang taruna dan masyarakat yang telah atau sedang mengembangkan usaha. Pada kegiatan FGD di tanggal 1 September 2025 yang diikuti oleh Tim PkM dan perwakilan Perangkat Desa dan Organisasi Karang Taruna. FGD bertujuan untuk menentukan tingkat pemahaman materi kegiatan pelatihan. Pada tanggal 3 September 2025 pelatihan pembuatan produk foto dan video dilakukan, dan diikuti oleh 20 orang peserta yang berasal dari anggota karang Taruna dan masyarakat desa. Pada kegiatan tersebut narasumber berasal dari praktisi sekaligus akademisi yang memiliki kepakaran yang dibutuhkan oleh peserta, adapun materi yang diberikan adalah tentang: Pengenalan alat dan Fotografi dasar, Teknik Pencahayaan dan Editing / Olah digital dasar.

Metode pelaksanaan kegiatan PkM "Desain Komunikasi Visual sebagai Alat Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Desa Tambakasri Kabupaten Malang" meliputi tempat pelaksanaan, materi kegiatan, proses pengabdian, Hibah alat dan bahan yang digunakan dan evaluasi kegiatan pengabdian yang dijabarkan sebagai berikut.



Gambar 1. Metode Pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat

Dampak yang diharapkan dalam kegiatan PkM adalah untuk meningkatkan ekonomi masyarakat Desa Tambakasri dengan mengoptimalkan potensi lokal yang ada. Melalui edukasi dasar-dasar prinsip komunikasi visual dan pelatihan pembuatan konten produk. Maka diharapkan masyarakat Desa Tambakasri bisa mengoptimalkan potensi lokal desa sebagai alat pemberdayaan ekonomi masyarakat. Selain itu Keberadaan Perguruan Tinggi (PT) semakin terasa bagi masyarakat luas dengan adanya Kegiatan PkM yang dapat memberikan manfaat. Sebagai tahapan akhir dari PkM adalah monitoring dan evaluasi dengan harapan untuk meminimalisir kendala-kendala yang akan mempengaruhi dampak keberhasilan pelaksanaan kegiatan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Berikut ini adalah bagian Hasil dari kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat berjudul “Desain Komunikasi Visual sebagai Alat Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Desa Tambakasri Kabupaten Malang”. Setiap sub-kegiatan dijelaskan secara lengkap mengenai waktu pelaksanaan, metode, lokasi, materi, jumlah peserta dan dampak bagi mitra (masyarakat/UMKM). Solusi yang ditawarkan untuk pemberdayaan ekonomi di Desa Tambakasri adalah mengadakan Focus Group discussion (FGD) untuk mengetahui Tingkat pemahaman masyarakat Desa Tambakasri terkait prinsip desain komunikasi visual. FGD dirancang secara bertahap dan memiliki materi yang berkesinambungan. Kedua adalah mengadakan pelatihan tentang prinsip dasar desain komunikasi visual, baik secara teori maupun praktik teknis. Melalui upaya ini, Desa Tambakasri dapat meningkatkan potensi ekonomi lokal dan memperkuat posisi mereka di pasar yang semakin kompetitif.

Focus Group Discussion (FGD)

Solusi pertama adalah mengadakan FGD, tujuannya adalah analisis kebutuhan guna mengidentifikasi kebutuhan spesifik. Pelaksanaan FGD diselenggarakan pada tanggal 1 September 2025 di Balai Desa Tambakasri, Jl. Madura, Tambaksari, Kec. Tajinan, Kabupaten Malang. Narasumber dalam FGD adalah anggota tim dengan keahlian masing-masing. Metode yang digunakan adalah diskusi terstruktur antara tim

PkM, perangkat desa, dan organisasi karang taruna untuk mengukur tingkat pemahaman masyarakat mengenai desain komunikasi visual dan identifikasi kebutuhan pelatihan.

Materi yang dibahas antara lain pengenalan konsep desain komunikasi visual, identifikasi potensi ekonomi lokal, serta preferensi peserta terhadap bentuk pelatihan. Partisipan terdiri dari 15 orang (5 orang perangkat desa, 5 orang pengurus karang taruna, dan 5 orang masyarakat pengusaha mikro). Dengan melibatkan masyarakat secara aktif kegiatan ini tidak hanya memberikan pengetahuan, tetapi juga membangun kepercayaan diri masyarakat dalam memanfaatkan desain komunikasi visual sebagai alat pemberdayaan ekonomi.

Hasil dari diselenggerakannya FGD adalah untuk menentukan jenis dan kepadatan materi dalam kegiatan pelatihan. Sedangkan dampak yang diperoleh adalah terbentuknya pemahaman bersama bahwa desain komunikasi visual kreatif yang perlu diterapkan pada produk lokal desa agar lebih menonjol di pasar digital. Kegiatan sosialisasi desain visual bagi UMKM penting untuk penguatan identitas merek dimana para pelaku UKM dilibatkan dalam diskusi identitas visual (Afira et al., 2021). Hasil FGD ini memungkinkan tim untuk menyusun materi pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan mitra Desa Tambakasri. Dalam FGD ini juga menentukan segmentasi dari peserta pelatihan selanjutnya.

Hasil dari FGD juga akan menentukan usulan produk atau potensi lokal desa yang nantinya akan diolah dan direpresentasikan melalui desain komunikasi visual. Selama tahapan kegiatan Tim PkM akan memberikan bimbingan kepada peserta dalam menyusun perencanaan produksi yang sesuai dengan karakteristik produk mereka. Kemudian turut dilakukan evaluasi terhadap hasil pelatihan dan dampaknya terhadap kemampuan peserta dalam mengimplementasikan materi yang telah didapatkan.



Gambar 2. Pelatihan Fotografi Dasar

Solusi kedua adalah pelatihan praktis secara teknis maupun teori, seperti cara penggunaan alat fotografi serta penggunaan software olah digital. Tujuannya adalah masyarakat Desa Tambakasri memahami implementasi penerapan prinsip dasar desain komunikasi visual, baik secara perencanaan, produksi secara teknis dan digital, dan

publikasi hasil produk. Materi tentang desain komunikasi visual nantinya akan berfokus pada bagaimana mengolah sebuah pesan dan direpresentasikan dalam sebuah medium visual kreatif. Sehingga langkah pertama adalah menentukan tema serta objek, kemudian dilanjutkan dengan langkah visualisasi menggunakan alat. Langkah terakhirnya adalah penyajian secara visual yang layak publikasi. Kegiatan pelatihan mendatangkan narasumber dari dosen dan praktisi yang memiliki kompetensi di bidang desain komunikasi visual.

Pelatihan fotografi tersebut dilaksanakan pada tanggal 3 September 2025, di lokasi yang sama (Balai Desa Tambakasri). Metode pelatihan adalah presentasi singkat diikuti dengan praktik langsung menggunakan smartphone atau kamera DSLR hibah. Materi yang diberikan meliputi: (a) pengenalan alat dan fotografi dasar, (b) teknik pencahayaan dasar untuk produk/usaha lokal, dan (c) editing digital dasar menggunakan aplikasi sederhana. Jumlah peserta sebanyak 20 orang yang terdiri dari anggota karang taruna dan pelaku usaha mikro desa.

Dampak yang terlihat antara lain peserta menjadi mampu mengambil foto produk mereka sendiri dengan pencahayaan dan komposisi yang lebih baik sehingga meningkatkan kualitas visual untuk promosi. Pelatihan keterampilan digital visual terbukti meningkatkan kepercayaan diri dan kapabilitas peserta dalam ekonomi kreatif (Prayoga et al., 2025). Peserta pelatihan mengalami peningkatan pemahaman konsep, dengan demikian, pelatihan ini membuka jalan nyata bagi mitra untuk mulai memanfaatkan potensi lokal mereka secara visual.



Gambar 3. Pengenalan Jenis-Jenis Pencahayaan

Pada tanggal 10 September 2025, pelatihan lanjutan diadakan dengan di Balai Desa Tambakasri. Materi mencakup teknik pencahayaan lanjutan untuk foto produk, setting studio mini sederhana di lokasi desa. Pada kegiatan ini peningkatan kemampuan peserta mulai terlihat dalam menghasilkan foto produk dengan kualitas visual yang lebih profesional. Hal ini sesuai dengan kajian bahwa desain komunikasi visual amat diperlukan dalam era digital untuk promosi produk lokal secara efektif (Alhasbi et al., 2022; Zahra, 2022). Melalui pelatihan ini, mitra mulai merekam usaha mereka dengan storytelling visual dan meningkatkan daya tarik produk di media sosial.

Dalam kegiatan ini Tim PkM menghibahkan beberapa alat untuk kegiatan produksi, penyerahan ini menjadi jembatan antara teori pelatihan dan praktik nyata, memperkuat efek manfaat bagi mitra. Pada akhir September 2025 dilakukan penyerahan hibah alat dan bahan berupa kamera sederhana, tripod, lampu ring-light, studio laighting, dan perangkat mini studio box bagi masing-masing peserta. Pendampingan dilakukan selama dua minggu. Dampak yang diperoleh antara lain: usaha mikro yang menerima hibah mampu memperbaharui materi visual mereka, meningkatkan kualitas foto/video produk, dan mulai memasang konten promosi di media sosial secara rutin. Hasil nyata di lapangan adalah salah satu usaha peserta mencatat peningkatan omzet.



Gambar 4. Hibah Peralatan

Hal tersebut menunjukkan bahwa pemberdayaan masyarakat melalui peningkatan kapasitas visual dan digital marketing dapat meningkatkan pendapatan dan kemandirian ekonomi lokal (Nasfi, 2020). Hasil dari pelatihan bisa meningkatkan keterampilan dan mendorong kreativitas dalam menciptakan hasil visualisasi produk yang dapat menarik perhatian attensi masyarakat. Kemudian bisa mengedukasi masyarakat Desa Tambakasri tentang pentingnya branding dan pemasaran visual dalam meningkatkan daya saing produk lokal.

Monitoring, Evaluasi dan Rencana Keberlanjutan

Pada bulan Oktober 2025, tim PkM kembali ke Desa Tambakasri untuk melakukan monitoring dan evaluasi kegiatan. Metode yang digunakan berupa wawancara dengan peserta/mitra, dan observasi langsung di lapangan. Lokasi di Balai Desa dan lokasi usaha mitra. Materi evaluasi berupa capaian peningkatan kompetensi visual (foto, video, editing), implementasi promosi digital, perubahan pendapatan/omzet usaha. Total peserta yang evaluasi adalah 20 orang. Dampak utama adalah mayoritas peserta melaporkan bahwa mereka merasa lebih percaya diri membuat konten visual sendiri.

Mereka menyatakan akan melanjutkan penggunaan teknik yang sudah dipelajari. Pemantauan dan evaluasi sangat penting untuk memastikan keberlanjutan program

pemberdayaan dan memastikan bahwa peserta mampu menerapkan pengetahuan ke dalam praktik(Putra et al., 2023). Rencana keberlanjutan telah disusun bersama perangkat desa dan karang taruna untuk membentuk “Kelompok Kreatif Visual Desa Tambakasri” agar kapasitas visual terus berkembang secara mandiri.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat bertajuk “Desain Komunikasi Visual sebagai Alat Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Desa Tambakasri Kabupaten Malang” berhasil mencapai tujuannya dalam meningkatkan kapasitas dan kreativitas masyarakat desa melalui penerapan prinsip desain komunikasi visual. Melalui rangkaian kegiatan yang meliputi Focus Group Discussion (FGD), pelatihan fotografi dasar, pelatihan lanjutan, hibah alat produksi, serta pendampingan dan evaluasi, masyarakat Desa Tambakasri menunjukkan peningkatan signifikan dalam pemahaman dan kemampuan teknis mereka terhadap komunikasi visual dan digital marketing. Kegiatan ini mendorong masyarakat untuk mengenali potensi lokal dan memanfaatkannya sebagai sumber daya ekonomi kreatif yang dapat dipasarkan secara digital, sekaligus memperkuat posisi mereka di pasar lokal maupun daring.

Selain memberikan dampak langsung terhadap peningkatan kemampuan teknis peserta, program ini juga berkontribusi terhadap terbentuknya kemandirian ekonomi berbasis kreativitas dan teknologi di lingkungan pedesaan. Keberhasilan kegiatan ini menunjukkan bahwa penguasaan desain komunikasi visual dan kemampuan digital menjadi faktor penting dalam pemberdayaan masyarakat di era modern. Melalui kolaborasi antara perguruan tinggi, perangkat desa, dan masyarakat, kegiatan ini tidak hanya menghasilkan luaran berupa keterampilan baru, tetapi juga membangun ekosistem kreatif yang berkelanjutan melalui pembentukan Kelompok Kreatif Visual Desa Tambakasri sebagai wadah pengembangan kapasitas masyarakat secara mandiri.

DAFTAR PUSTAKA

- Afira, R., Irdam, & Marta, W. (2021). Sosialisasi Desain Visual Brand Identity Friendly Bagi Usaha Masyarakat Kecil dan Menengah (UMKM). *Majalah Ilmiah UPI YPTK*, 28(2), 54–59.
- Alhasbi, F., Eko Rochmawan, A., Ayu Wulandari, I., & Hidayatul Amin, L. (2022). Pelatihan Desain Grafis Untuk Membentuk Identitas. *Al Haziq: Journal of Community Service*, 10–24. <https://doi.org/10.54090/haziq.84>
- Furqorina, R., Triandika, L. S., Agusalim, M., Syarif, Moh., & Firdaus, M. I. (2023). Pemanfaatan visual branding melalui foto produk dalam meningkatkan daya saing UMKM. *Jurnal Pembelajaran Pemberdayaan Masyarakat (JP2M)*, 4(2), 348–356. <https://doi.org/10.33474/jp2m.v4i2.20261>
- Prayoga, J., Hasugian, B. S., & Supiyandi. (2025). Pelatihan Desain Grafis untuk Pemberdayaan Pemuda di Era Digital. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Berdampak*, 1(2), 73–80. <https://doi.org/10.64803/jupemba.v1i2.40>

- Nasfi, N. (2020). Pengembangan Ekonomi Pedesaan Dalam Rangka Mengentas Kemiskinan di Pedesaan. *Jurnal El-Riyasah*, 11(1), 54. <https://doi.org/10.24014/jel.v11i1.8818>
- Nasrullah, R., & Nurbaya, S. (2016). *Media sosial perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi (2nd ed.)*. Simbiosa Rekatama Media.
- Putra, R. W., Putra, D. P., Elizabeth, & Chandra, L. V. (2023). Pelatihan Desain Komunikasi Visual Sebagai Bentuk Komunikasi Pada Pelanggan di Yayasan Rumah Binar Bangsa. Martabe: *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(6), 2081–2086.
- Sari, W. P., & Irena, L. (2022). Komunikasi Visual Melalui Foto Produk Untuk Meningkatkan Nilai Jual Produk UMKM. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 4(3). <https://doi.org/10.24912/jbmi.v4i3.13271>
- Triandika, L., Dewi, D. K., & Priono, M. (2022). Transfigurasi Komunikasi Visual pada Corak Motif Batik Pamekasan Madura. IKOMIK: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Informasi, 2(2), 127–137. <https://doi.org/10.33830/ikomik.v2i2.4109>
- Zahra, M. F. A. (2022). PERAN PROFESI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL PADA DUNIA INDUSTRI KREATIF DI ERA PASCA PANDEMIC. *Jurnal Nawala Visual*, 4(2), 87–93. <https://doi.org/10.35886/nawalavisual.v4i2.364>.