

Peningkatan Kualitas Konten Visual Melalui Workshop Fotografi Dan Videografi Bagi Mahasiswa Dan Pelaku Konten Digital

Elsa Sapitri^{1*}, Robhans Vickidella Hartono Putra², Pritta Magfira Zenya³, Robby Annand⁴, Wiwin Herwina⁵

Universitas Siliwangi, Indonesia^{1,2,3,4,5}

Email Korespondensi : elsasyapitri2101@gmail.com

Abstrak: Perkembangan media digital telah meningkatkan kebutuhan akan konten visual yang menarik, komunikatif, dan berkualitas sebagai sarana penyampaian informasi, promosi, maupun personal branding. Namun, hasil observasi awal menunjukkan bahwa mahasiswa dan pelaku konten digital masih menghadapi berbagai kendala dalam menghasilkan konten visual yang efektif, terutama terkait teknik pencahayaan, komposisi visual, storytelling, dan editing konten. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam menghasilkan konten visual yang lebih kreatif, estetis, dan sesuai dengan kebutuhan media digital melalui workshop fotografi dan videografi. Metode yang digunakan adalah *Participatory Action Research* (PAR) yang melibatkan peserta secara aktif dalam proses identifikasi masalah, perencanaan tindakan, pelaksanaan kegiatan, praktik kegiatan, observasi, dan refleksi. Kegiatan dilaksanakan melalui penyampaian materi, diskusi partisipatif, demonstrasi, praktik langsung, serta pendampingan pembuatan konten visual menggunakan perangkat smartphone. Materi yang diberikan meliputi visual branding, teknik visual branding, lighting, komposisi, angle pengambilan gambar, storytelling, dan editing konten. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta mengenai prinsip-prinsip fotografi dan videografi, peningkatan keterampilan dalam menghasilkan foto dan video yang lebih berkualitas, serta meningkatnya kepercayaan diri peserta dalam memproduksi konten digital. Selain itu, peserta mampu menerapkan teknik visual yang dipelajari untuk menghasilkan konten yang lebih menarik, komunikatif, dan sesuai dengan karakteristik audiens media sosial. Dengan demikian, workshop fotografi dan videografi berbasis PAR terbukti efektif sebagai strategi pemberdayaan dalam meningkatkan kualitas konten visual dan literasi digital mahasiswa serta pelaku konten digital.

Kata Kunci : Pembuatan Konten; Literasi Digital; Penelitian Tindakan Partisipatif; Fotografi; Videografi

Abstract: The development of digital media has increased the demand for engaging, communicative, and high-quality visual content as a means of conveying information, promoting products or services, and building personal brands. However, preliminary observations indicate that students and digital content creators still face various challenges in producing effective visual content, particularly regarding lighting techniques, visual composition, storytelling, and content editing. This community service initiative aims to enhance participants' knowledge and skills in producing visual content that is more creative, aesthetically pleasing, and aligned with the needs of digital media through photography and videography workshops. The method used was *Participatory Action Research* (PAR), which actively involved participants in the process of problem identification, action planning, activity implementation, hands-on practice, observation, and reflection. The activities were conducted through presentations, participatory discussions, demonstrations, hands-on

practice, and guidance on creating visual content using smartphones. The materials covered included visual branding, visual branding techniques, lighting, composition, shooting angles, storytelling, and content editing. The results of the activities showed an increase in participants' understanding of the principles of photography and videography, improved skills in producing higher-quality photos and videos, and increased confidence in producing digital content. Additionally, participants were able to apply the visual techniques they learned to create content that is more engaging, communicative, and aligned with the characteristics of social media audiences. Thus, the PAR-based photography and videography workshop has proven effective as an empowerment strategy for improving the quality of visual content and digital literacy among students and digital content creators.

Keywords : Content Creation; Digital Literacy; Participatory Action Research; Photography; Videography

Article info: Submitted : 2026-06-01 | Accepted : 2026-06-10 | Published : 2026-06-10

Copyright © 2026, Author(s).

This is an open-access article under the CC BY-NC-SA 4.0



Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong perubahan pola komunikasi masyarakat dari komunikasi berbasis teks menuju komunikasi berbasis visual. Berbagai platform media sosial seperti Instagram, TikTok, YouTube, dan Facebook menjadikan konten visual sebagai media utama dalam penyampaian informasi, promosi, edukasi, maupun hiburan. Menurut Sari (2022), konten visual merupakan media komunikasi yang memanfaatkan gambar, warna, dan desain untuk menyampaikan pesan secara efektif kepada masyarakat (Sari & Rahmawati, 2022). Dalam konteks komunikasi digital, konten visual memiliki peran penting karena mampu meningkatkan daya tarik pesan, mempermudah pemahaman informasi, serta meningkatkan keterlibatan audiens terhadap pesan yang disampaikan.

Secara teoritis, konten visual merupakan bagian dari komunikasi visual yang menekankan penggunaan unsur-unsur visual untuk menyampaikan makna dan informasi kepada khalayak. Keberhasilan suatu konten visual tidak hanya ditentukan oleh isi pesan, tetapi juga oleh kualitas visual yang meliputi komposisi, pencahayaan, sudut pengambilan gambar, warna, dan aspek estetika lainnya. Konten visual tidak hanya berfungsi sebagai media penyampaian informasi, tetapi juga berperan dalam meningkatkan keterlibatan audiens (*engagement*) pada berbagai platform digital. Penelitian menunjukkan bahwa kualitas dan karakteristik konten visual berpengaruh signifikan terhadap interaksi pengguna dalam komunitas digital dan media sosial (Kusuma et al., 2024; Liu et al., 2025). Oleh karena itu, kemampuan menghasilkan konten visual yang berkualitas menjadi keterampilan penting yang harus dimiliki oleh mahasiswa maupun pelaku konten digital dalam menghadapi perkembangan ekosistem digital yang semakin kompetitif.

Fotografi dan videografi merupakan dua keterampilan utama yang mendukung proses produksi konten visual. Di era ekonomi kreatif dan media sosial, kemampuan fotografi, videografi, serta pengeditan konten menjadi kompetensi yang semakin dibutuhkan. Kreativitas visual dan keterampilan teknis dalam menghasilkan foto maupun video berkualitas terbukti berkontribusi terhadap keberhasilan produksi konten digital (Hadi et al., 2024; Hasdiani & Arbarini, 2024). Fotografi merupakan proses menangkap objek melalui pemanfaatan cahaya sehingga menghasilkan gambar yang memiliki nilai informasi dan estetika. Putra (2021) menjelaskan bahwa fotografi berfungsi sebagai media komunikasi visual dan dokumentasi yang mampu meningkatkan kualitas penyampaian pesan kepada audiens (Putra & Lestari, 2021).

Sementara itu, videografi memberikan dimensi yang lebih kompleks melalui kombinasi unsur gambar bergerak, suara, dan narasi sehingga mampu menciptakan pengalaman komunikasi yang lebih menarik dan interaktif. Penguasaan kedua keterampilan tersebut menjadi kebutuhan penting bagi individu yang aktif

memanfaatkan media digital sebagai sarana komunikasi maupun publikasi (Wijayanti, 2023).

Berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan terhadap mahasiswa dan pelaku konten digital, ditemukan bahwa sebagian besar peserta telah aktif menggunakan media sosial untuk berbagai kebutuhan, seperti publikasi kegiatan, promosi produk, dokumentasi program, maupun personal branding. Namun demikian, kualitas foto dan video yang dihasilkan masih belum optimal. Beberapa permasalahan yang ditemukan meliputi kurangnya pemahaman mengenai teknik komposisi visual, pemanfaatan pencahayaan, pengambilan sudut gambar, serta teknik penyuntingan sederhana yang dapat meningkatkan kualitas konten visual.

Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara tingginya kebutuhan terhadap konten visual berkualitas dengan kemampuan teknis yang dimiliki peserta. Padahal, menurut Rahman (2021), kreativitas visual dalam media digital mampu meningkatkan efektivitas komunikasi serta memperluas jangkauan informasi kepada audiens (Rahman & Prasetyo, 2021). Apabila kemampuan produksi konten visual tidak ditingkatkan, maka potensi pemanfaatan media digital sebagai sarana komunikasi, edukasi, maupun promosi tidak dapat berjalan secara optimal.

Salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk mengatasi permasalahan tersebut adalah melalui kegiatan workshop fotografi dan videografi. Hidayat (2020) menyatakan bahwa workshop merupakan metode pelatihan yang menekankan pembelajaran aktif melalui penyampaian materi dan praktik langsung (Hidayat & Nugroho, 2020). Metode ini dinilai efektif karena peserta tidak hanya memperoleh pemahaman konseptual, tetapi juga mampu mengaplikasikan keterampilan yang dipelajari secara langsung. Selain itu, Fauziah (2022) menjelaskan bahwa pembelajaran berbasis praktik dapat meningkatkan pemahaman dan keterampilan peserta karena proses pembelajaran berlangsung secara interaktif, aplikatif, dan berorientasi pada pengalaman nyata (Fauziah & Handoko, 2022).

Selain keterampilan teknis, mahasiswa juga dituntut memiliki literasi media digital yang mencakup kemampuan mengakses, memproduksi, dan mendistribusikan konten digital secara efektif. Kompetensi tersebut merupakan bagian penting dari pembelajaran abad ke-21 dan pengembangan kapasitas mahasiswa di lingkungan pendidikan tinggi (Reyna et al., 2018).

Berdasarkan uraian tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kreativitas mahasiswa serta pelaku konten digital dalam menghasilkan konten visual yang menarik, komunikatif, estetis, dan sesuai dengan kebutuhan media digital. Selain itu, kegiatan ini diharapkan mampu meningkatkan literasi digital peserta sehingga mereka dapat memanfaatkan teknologi dan media sosial secara lebih produktif, kreatif, dan profesional.

Metodologi Pengabdian

Kegiatan penelitian pengabdian ini dilaksanakan pada tanggal 25 April 2026 di Studio House of Phileo Kota Tasikmalaya dengan tema “Upgrade Visual Konten Jadi Lebih Menarik”. Sasaran kegiatan terdiri atas mahasiswa, pelaku UMKM, dan content creator yang memiliki kebutuhan untuk meningkatkan kemampuan dalam menghasilkan konten visual berkualitas. Jumlah peserta yang terlibat sebanyak 20 orang dengan dukungan 8 panitia, 1 pemateri utama, serta mitra kegiatan yang berasal dari LKP Kanuma Learning, LKP Yuwita, dan dosen pembimbing lapangan.

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini menggunakan pendekatan *Participatory Action Research* (PAR). Pendekatan PAR dipilih karena menempatkan masyarakat atau peserta sebagai subjek yang terlibat secara aktif dalam keseluruhan proses kegiatan, mulai dari identifikasi masalah, perencanaan program, pelaksanaan tindakan, observasi, hingga refleksi dan evaluasi hasil kegiatan. Pendekatan ini memungkinkan terjadinya proses pembelajaran yang kolaboratif serta menghasilkan perubahan yang sesuai dengan kebutuhan peserta (Baum et al., 2006; Cargo & Mercer, 2008). Melalui pendekatan PAR, peserta tidak hanya menjadi penerima manfaat program, tetapi juga berperan dalam menentukan arah dan keberhasilan kegiatan yang dilaksanakan.

Pelaksanaan kegiatan mengikuti siklus PAR yang terdiri atas tahapan utama, yaitu identifikasi masalah (*participatory diagnosis*), perencanaan tindakan (*planning*), pelaksanaan tindakan (*action*), praktik dan pendampingan (*practical training*), observasi (*observation*), dan refleksi (*reflection*). Siklus ini merupakan karakteristik utama PAR yang bertujuan menghasilkan perubahan melalui keterlibatan aktif peserta dalam setiap proses pengambilan keputusan dan pelaksanaan kegiatan (MacDonald, 2012; Jagosh et al., 2012).

1. Tahap Identifikasi Masalah (*Participatory Diagnosis*)

Tahap awal dilakukan melalui observasi lapangan, wawancara, dan diskusi partisipatif bersama calon peserta untuk mengidentifikasi kebutuhan dan permasalahan yang mereka hadapi dalam pembuatan konten visual. Kegiatan identifikasi dilakukan secara kolaboratif agar peserta dapat mengemukakan pengalaman, hambatan, dan kebutuhan mereka secara langsung. Menurut Cargo dan Mercer (2008), proses identifikasi masalah secara partisipatif merupakan tahapan penting dalam PAR karena dapat memastikan bahwa program yang dirancang benar-benar sesuai dengan kebutuhan masyarakat sasaran. Hasil identifikasi menunjukkan bahwa sebagian besar peserta telah aktif menggunakan media sosial untuk promosi, publikasi, maupun personal branding, namun masih mengalami kesulitan dalam aspek pencahayaan, komposisi visual, pengambilan video, penyusunan alur cerita (*storytelling*), dan teknik editing konten digital.

2. Tahap Perencanaan Tindakan (*Planning*)

Berdasarkan hasil identifikasi kebutuhan, tim pengabdian bersama peserta dan mitra menyusun rencana tindakan berupa workshop fotografi dan videografi. Perencanaan dilakukan secara partisipatif dengan mempertimbangkan kebutuhan aktual peserta sehingga materi yang diberikan lebih relevan dan aplikatif. Tahap ini meliputi penyusunan materi, metode pelatihan, instrumen evaluasi, serta indikator keberhasilan kegiatan. Menurut Kindon et al. (2007), keterlibatan peserta dalam proses perencanaan menjadi salah satu prinsip utama PAR karena dapat meningkatkan rasa memiliki (*sense of ownership*) terhadap program yang dilaksanakan. Materi yang disusun meliputi visual branding, teknik pencahayaan (*the power of lighting*), komposisi dan angle produk, product styling, mobile videography, hook dan storytelling, color palette dan moodboard, serta workflow editing cepat.

3. Tahap Pelaksanaan Tindakan (*Action*)

Tahap tindakan diwujudkan melalui pelaksanaan workshop yang mengombinasikan metode ceramah interaktif, diskusi kelompok, demonstrasi, dan praktik langsung. Peserta memperoleh pemahaman konseptual mengenai prinsip-prinsip fotografi dan videografi, kemudian menerapkannya secara langsung melalui praktik pembuatan konten visual menggunakan perangkat yang dimiliki masing-masing. Dalam pendekatan PAR, tindakan merupakan bentuk implementasi solusi yang telah dirancang secara bersama untuk menjawab permasalahan yang ditemukan pada tahap sebelumnya (Baum et al., 2006). Pada tahap ini peserta secara aktif merancang konsep konten, mengatur pencahayaan, menentukan komposisi visual, melakukan pengambilan foto dan video, serta mengedit hasil konten yang telah dibuat.

4. Tahap Praktik dan Pendampingan (*Practical Training*)

Setelah penyampaian materi, peserta mengikuti praktik langsung fotografi dan videografi dengan bimbingan narasumber. Pada tahap ini peserta mempraktikkan proses pembuatan konten mulai dari penentuan ide, pengaturan pencahayaan, pengambilan gambar, hingga proses editing konten visual.

5. Tahap Observasi (*Observation*)

Selama pelaksanaan kegiatan, tim pengabdian melakukan observasi partisipatif terhadap keterlibatan peserta, proses pembelajaran, dan perkembangan keterampilan yang ditunjukkan selama workshop berlangsung. Observasi dilakukan menggunakan lembar pengamatan yang mencakup aspek pemahaman materi, kemampuan penggunaan teknik fotografi dan videografi, kreativitas visual, serta kemampuan menyusun konten yang komunikatif. Selain itu, dokumentasi kegiatan dan hasil karya peserta digunakan sebagai data pendukung untuk melihat perubahan yang terjadi selama proses pelatihan. Menurut Jagosh et al. (2012), observasi dalam PAR tidak hanya berfungsi sebagai proses pengumpulan data, tetapi juga sebagai sarana untuk memahami perubahan yang terjadi selama proses pemberdayaan masyarakat.

6. Tahap Refleksi dan Evaluasi (*Reflection*)

Tahap refleksi dilakukan melalui diskusi evaluatif dan wawancara partisipatif bersama peserta setelah seluruh rangkaian workshop selesai dilaksanakan. Refleksi bertujuan untuk mengevaluasi efektivitas program, mengidentifikasi perubahan yang telah terjadi, serta merumuskan rekomendasi perbaikan untuk kegiatan selanjutnya. MacDonald (2012) menjelaskan bahwa refleksi merupakan inti dari siklus PAR karena memungkinkan peserta dan fasilitator melakukan pembelajaran bersama berdasarkan pengalaman yang telah diperoleh selama pelaksanaan program. Hasil refleksi menunjukkan bahwa peserta mengalami peningkatan pemahaman mengenai teknik fotografi dan videografi, khususnya terkait pencahayaan, komposisi visual, storytelling, dan editing konten. Selain itu, peserta juga menunjukkan peningkatan kepercayaan diri dalam menghasilkan konten visual yang lebih kreatif, menarik, dan sesuai dengan kebutuhan media digital.

Data yang diperoleh melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan hasil praktik peserta dianalisis secara deskriptif kualitatif untuk menggambarkan perubahan pengetahuan, keterampilan, dan partisipasi peserta selama pelaksanaan program. (Cargo & Mercer, 2008; Jagosh et al., 2012).

Hasil dan Pembahasan

Kegiatan Workshop Fotografi dan Vidiografi dengan tema “Upgrade Visual Konten Jadi Lebih Menarik”, dilaksanakan di studio Houseofphileo Kota Tasikmalaya pada tanggal 25 April 2026 yang diikuti oleh 20 orang peserta, 8 panitia, 1 pemateri, dengan 2 orang tamu undangan dari pihak LKP Kanumalearning dan 1 orang LKP Yuwita serta 1 orang Dosen Pembimbing Lapangan.

Gambar 1.
Pamflet Kegiatan Workshop



Program Workshop Fotografi dan Vidiografi dengan tema “Upgrade Visual Konten Jadi Lebih Menarik” merupakan kegiatan pembelajaran berbasis teori dan praktik yang bertujuan untuk memberikan edukasi dan pengalaman langsung peserta mengenai pentingnya konten yang menarik mulai dari *styling* produk hingga *editing* vidionya.

Gambar 2.
Foto Kegiatan Workshop



Dalam pelaksanaan program workshop ini menargetkan peserta dari berbagai kalangan Masyarakat umum yaitu mulai dari, pelaku Usaha Mikro dan Kecil Menengah (UMKM), mahasiswa, dan juga content creator. Sehingga, ilmu dan praktik serta peluang pasar bisa terjangkau lebih luas. Kemudian, selain itu workshop ini juga berkolaborasi mulai dari Lembaga Kursus Kanumalearning yang merupakan Lembaga Kursus dan Pelatihan (LKP) di bidang fotografi, kemudian studio houseofphileo yang memberikan tempat pelatihan di studio dan penggunaan alat-alat foto studio, lalu ivis studio yang merupakan produk katalog brand Tasikmalaya, dan UKM Pers Mahasiswa yang merupakan organisasi internal kampus Universitas Siliwangi sebagai wadah pembelajaran.

Adapun bentuk kegiatan dari program workshop ini yaitu pematerian, praktik, diskusi, dan juga evaluasi dengan materi yang disampaikan yaitu meliputi:

1. Pentingnya Visual Branding
2. The Power of Lighting
3. Komposisi dan Angle Produk
4. Product Styling
5. Mobile Vidiography
6. Hook dan Storytelling
7. Color Palatte dan Moodboard
8. Workflow Editing Cepat

Gambar 3.
Pematerian Dari Mahasiswa



Pelaksanaan workshop dimulai dengan pembukaan acara secara semiformal. Setelah acara pembukaan, dilanjutkan dengan sesi pematerian awal yang disampaikan oleh Pritta Magfira Z, Robby Anand M, Robhans Vicki Della H, dan Elsa Sapitri. Kemudian, dilanjutkan dengan pematerian dan praktik langsung dari praktisi fotografi yaitu Iqbal Fauzi sebagai narasumber.

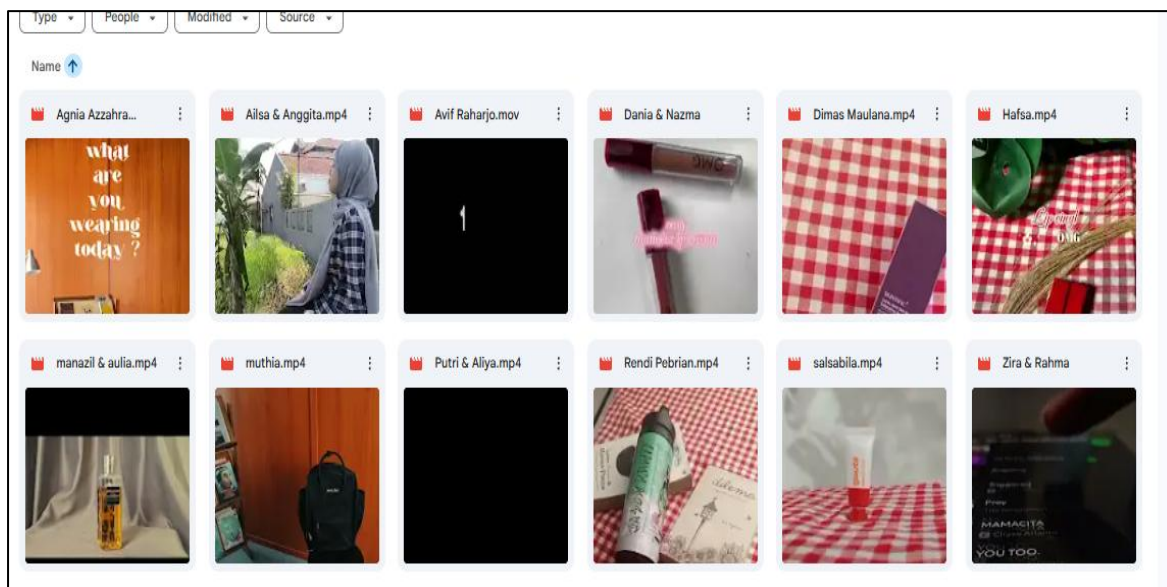
Gambar 4.
Pematerian Dari Pemateri Iqbal Fauzi



Adapun hasil dari kegiatan ini berupa video konten dari proses penentuan ide hingga menjadi 1 konten dari setiap peserta yang terkumpul di link *google drive* berikut:

https://drive.google.com/drive/folders/1amEjeh_Em-IDM550sPQVNwHqPTf15DDL.

Gambar 5.
Hasil Praktik Vidiografi



Berdasarkan hasil wawancara terhadap narasumber, workshop fotografi “Upgrade Visual Konten Jadi Lebih Menarik” dinilai efektif dalam meningkatkan kualitas konten mahasiswa. Narasumber menyatakan bahwa kegiatan workshop memberikan pengalaman baru serta menambah pemahaman mengenai fotografi dan pembuatan konten visual, khususnya pada materi lighting atau pencahayaan. Metode pembelajaran yang langsung disertai praktik membuat peserta lebih mudah memahami materi dan tidak merasa bosan.

Gambar 6.
Wawancara Dengan Jiah



Gambar 7.
Wawancara Dengan Agnia



Selain itu, peserta merasakan adanya peningkatan kemampuan dalam mengambil foto dan video setelah mengikuti workshop. Sebelum mengikuti kegiatan, peserta membuat konten tanpa mempertimbangkan aspek visual secara mendalam, sedangkan setelah workshop peserta mulai memahami pentingnya pencahayaan, komposisi, dan isi konten agar lebih menarik dan informatif. Workshop juga meningkatkan rasa percaya diri peserta dalam membuat konten visual karena pemahaman yang diperoleh lebih jelas dan aplikatif.

Meskipun demikian, masih terdapat kendala berupa keterbatasan waktu praktik sehingga peserta merasa kurang leluasa untuk mengeksplorasi ide konten. Namun secara keseluruhan, metode penyampaian materi yang santai, interaktif, dan praktik langsung dinilai sangat membantu peserta dalam memahami materi workshop. Dengan demikian, workshop fotografi ini dapat dikatakan efektif dalam meningkatkan kualitas konten visual mahasiswa serta memberikan manfaat yang relevan baik untuk kebutuhan pribadi maupun akademik.

Kesimpulan

Workshop fotografi dan videografi dengan tema “Upgrade Visual Konten Jadi Lebih Menarik” berhasil memberikan dampak positif dalam meningkatkan kemampuan peserta dalam menghasilkan konten visual yang lebih kreatif, komunikatif, dan estetis. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa peserta memperoleh pemahaman baru mengenai teknik fotografi dan videografi, khususnya dalam aspek pencahayaan, komposisi, visual branding, storytelling, hingga editing konten. Selain itu, peserta juga mengalami peningkatan keterampilan praktik serta rasa percaya diri dalam membuat konten digital yang lebih menarik dan informatif untuk kebutuhan akademik, promosi, maupun media sosial.

Keunggulan dari kegiatan ini terletak pada metode pembelajaran yang interaktif melalui kombinasi pematerian dan praktik langsung sehingga peserta dapat memahami materi secara lebih aplikatif dan tidak mudah merasa bosan. Namun, kegiatan ini masih memiliki keterbatasan, terutama pada waktu praktik yang relatif singkat sehingga peserta belum dapat mengeksplorasi ide dan teknik pembuatan konten secara maksimal. Oleh karena itu, pengembangan kegiatan serupa di masa mendatang dapat dilakukan dengan menambah durasi praktik, memperluas materi pada teknik editing lanjutan dan strategi digital branding, serta melibatkan lebih banyak peserta dan kolaborasi dengan praktisi industri kreatif agar manfaat kegiatan dapat dirasakan secara lebih luas dan berkelanjutan.

Daftar Pustaka

- Baum, F., MacDougall, C., & Smith, D. (2006). Participatory action research. *Journal of Epidemiology and Community Health*, 60(10), 854–857. <https://doi.org/10.1136/jech.2004.028662>
- Cargo, M., & Mercer, S. L. (2008). The value and challenges of participatory research: Strengthening its practice. *Annual Review of Public Health*, 29, 325–350. <https://doi.org/10.1146/annurev.publhealth.29.091307.083824>
- Farace, S., Villarroel Ordenes, F., Herhausen, D., Grewal, D., & de Ruyter, K. (2025). Standing out while fitting in: Visual design of text overlays in social media communication. *Journal of Marketing*, 90(1). <https://doi.org/10.1177/00222429251322773>
- Fauziah, N., & Handoko, A. (2022). Efektivitas metode workshop dalam meningkatkan keterampilan praktik peserta pelatihan. *Jurnal Pendidikan dan Pemberdayaan Masyarakat*, 9(1), 44–52. <https://doi.org/10.21831/jppm.v9i1.48211>
- Hadi, S. P., Alwie, D. R., & Fitria, Y. (2024). Keberhasilan content creator ditentukan oleh kreativitas konten dan skill mengedit video. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 15(1). <https://doi.org/10.35814/coverage.v15i1.5883>
- Hasdiani, T., & Arbarini, M. (2024). Needs analysis for developing a PjBL-based e-module on product photography to improve digitalpreneur competence. *Edukasi*, 19(1). <https://doi.org/10.15294/edukasi.v19i1.30263>
- Hidayat, T., & Nugroho, M. (2020). Pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi digital bagi generasi muda. *Jurnal Informatika dan Komunikasi*, 12(2), 98–106.
- Jagosh, J., Macaulay, A. C., Pluye, P., Salsberg, J., Bush, P. L., Henderson, J., Sirett, E., Wong, G., Cargo, M., Herbert, C. P., Seifer, S. D., Green, L. W., & Greenhalgh, T. (2012). Uncovering the benefits of participatory research: Implications of a realist review for health research and practice. *The Milbank Quarterly*, 90(2), 311–346. <https://doi.org/10.1111/j.1468-0009.2012.00665.x>
- Kindon, S., Pain, R., & Kesby, M. (2007). *Participatory action research approaches and methods: Connecting people, participation and place*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203933671>
- Kusuma, A. A., Afiff, A. Z., Gayatri, G., & Hati, S. R. H. (2024). Is visual content modality a limiting factor for social capital? Examining user engagement within

Instagram-based brand communities. *Humanities and Social Sciences Communications*, 11(1), Article 9. <https://doi.org/10.1057/s41599-023-02529-6>

Liu, L., Wang, Y., Fang, Z., & Wu, S. (2025). The impact of verbal and visual content on consumer engagement in social media marketing. *International Journal of Business Communication*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1177/10591478251349892>

MacDonald, C. (2012). Understanding participatory action research: A qualitative research methodology option. *Canadian Journal of Action Research*, 13(2), 34–50. <https://doi.org/10.33524/cjar.v13i2.37>

Putra, A., & Lestari, F. (2021). Pelatihan fotografi smartphone untuk meningkatkan kreativitas konten digital mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Nonformal*, 16(1), 55–63.

Rahman, F., & Prasetyo, D. (2021). Komunikasi visual dalam media digital sebagai strategi penyampaian informasi. *Jurnal Komunikasi dan Media*, 6(2), 87–95.

Reyna, J., Hanham, J., & Meier, P. C. (2018). A framework for digital media literacies for teaching and learning in higher education. *Journal of Learning Development in Higher Education*, 15. <https://doi.org/10.1177/2042753018784952>

Sari, D., & Rahmawati, N. (2022). Pengaruh media visual terhadap daya tarik konten digital pada media sosial. *Jurnal Komunikasi Digital*, 5(2), 120–128.

Wijayanti, R. (2023). Visual branding dan pengaruhnya terhadap minat audiens di media sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi Indonesia*, 8(1), 33–41.