

Peningkatan Pengetahuan Membuat *Digital Asset* dan Komersialisasinya Pada Siswa SMK Kesehatan Aras Depok

**Muhammad Rofi'i^{1*}, Ananta Hagabean², Ariel Nian Gani³,
Muhammad Faisal⁴, Novia Tulasmiyanti⁵, Dioni Yurinda Rahmasuciana⁶**

^{1,2,3,4} Prodi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas YARSI

⁵Tenaga Kependidikan Universitas YARSI

⁶Peneliti PKEBS UGM

Universitas YARSI

Jl. Letjen Suprpto Cempaka Putih, Jakarta Pusat, DKI Jakarta 10510

e-mail: ¹muhammad.rofii@yarsi.ac.id, ²ananta.hagabean@yarsi.ac.id, ³ariel.nian@yarsi.ac.id
⁴m.faisal@yarsi.ac.id, ⁵novia.tulasmiyanti@yarsi.ac.id, ⁶dioni.yurinda.r@mail.ugm.ac.id

Abstrak

SMK Kesehatan Aras Depok merupakan SMK Kesehatan yang memiliki keunikan yaitu terdapat kurikulum mata pelajaran kewirausahaan, pada mata pelajaran ini siswa lebih condong diajarkan teori bisnis sehingga masih dibutuhkan praktik-praktik berbisnis. Terdapat dua masalah utama yang dihadapi siswa SMK ini yaitu pertama masalah terkait kemampuan siswa dalam bidang videografi dan fotografi, mengingat SMK ini merupakan SMK Kesehatan dan tidak bergerak di bidang videografi dan fotografi atau desain komunikasi visual, kedua masalah terkait kemampuan siswa dalam menggunakan platform digital sebagai wadah untuk berbisnis yaitu komersialisasi *digital asset* berupa video dan foto. Masalah tersebut perlu diselesaikan agar siswa dapat mulai mengomersialkan *digital asset* di internet. Tujuan kegiatan ini adalah meningkatkan pengetahuan dan kemampuan siswa dalam memproduksi *digital asset* serta komersialisasinya melalui aplikasi Gettyimages. Metode yang digunakan adalah *Asset Based Community Development* (ABCD). Kegiatan pengabdian masyarakat diikuti oleh 27 peserta siswa SMK Kesehatan Aras. Berdasarkan analisis *pretest* dan *posttest* menunjukkan bahwa peningkatan pengetahuan peserta bervariasi antara 82%-100%, dengan rata-rata peningkatan pemahaman 27 peserta sebesar 91,92%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tujuan pelatihan ini telah tercapai, pelatihan ini membawa dampak positif yang ditunjukkan oleh peningkatan pemahaman peserta tentang 11 aspek ilmu penjualan *digital asset* berupa video dan foto di platform Gettyimages.

Kata Kunci: Aset Digital; Gettyimages; Pelatihan.

Abstract

There are two primary challenges faced by students of SMK Kesehatan Aras Sawangan Depok. Firstly, there is a proficiency issue in videography and photography, considering SMK Kesehatan Aras specializes in health education and lacks focus on videography, photography, or visual communication design. Secondly, students encounter difficulties in utilizing digital platforms as avenues for selling digital assets such as videos and photos. Addressing these



issues is crucial for enabling students to commence monetizing digital assets online. The objective of this training program is to enhance students' knowledge and skills in producing digital assets and commercializing them through the Gettyimages application. The method employed is Asset Based Community Development (ABCD). This community service activity was attended by 27 Aras Vocational School students. Based on pretest and posttest analysis, it shows that the increase in participants' knowledge varied between 82%-100%, with an average increase in understanding for the 27 participants of 91.92%. So it can be concluded that the objectives of this training have been achieved, this training has had a positive impact as shown by the increase in participants' understanding of 11 aspects of the science of selling digital assets in the form of videos and photos on the Gettyimages platform.

Keywords: *Digital Assets; Gettyimages; Training.*

Pendahuluan

Keterampilan dalam pembuatan digital aset berupa video dan foto semakin dibutuhkan pada era digital sekarang ini, terutama dengan meningkatnya permintaan konten visual yang berkualitas dari berbagai industri. Konten visual telah menjadi bahasa utama dalam komunikasi, baik itu untuk tujuan personal, bisnis, pendidikan, atau hiburan. Video dan foto memiliki kekuatan untuk menyampaikan pesan dengan cara yang lebih kuat dan lebih cepat daripada teks. Perubahan perilaku konsumen menuju *platform-platform* digital dan sosial media telah meningkatkan permintaan konten visual yang beragam dan relevan. Para pelaku usaha di berbagai industri, mulai dari periklanan, media sosial, *e-commerce*, hingga pendidikan, semuanya membutuhkan konten visual untuk mengembangkan kehadiran mereka. Pelaku usaha tersebut membutuhkan strategi pemasaran inovatif dalam menarik perhatian para calon konsumen (Sakti et al., 2022 & Arifudin et al., 2021). Hal ini menciptakan peluang besar bagi individu atau perusahaan untuk memanfaatkan keterampilan mereka dalam menghasilkan konten berupa *digital asset* yang berkualitas tinggi.

Digital asset adalah suatu benda elektronik yang bernilai dan dapat dimiliki oleh seseorang serta badan hukum, salah satu contoh *digital asset* adalah berupa foto (Rahman & Sudarmanto, 2020 & Saroh et al., 2023). Ketika *digital asset* sudah dibeli oleh investor, maka pemilik awal sudah tidak memiliki hak atas *digital asset* tersebut (Hugo, 2022). Hampir dipastikan berbagai sektor bisnis menjadikan video atau foto sebagai sarana promosi atau alat untuk mengilustrasikan apa yang ingin disampaikan oleh pemilik bisnis atau individu. Hal ini menjadikan video dan foto sebagai *digital asset* yang dihargai oleh semua pihak di dunia, sehingga sebuah video atau foto dapat dijadikan sebuah bisnis yang dapat dijual dan menghasilkan pendapatan. Hal tersebut sejalan dengan pernyataan bahwa video atau foto bisa digunakan sebagai alat untuk mengabadikan peristiwa dan juga sebagai cara untuk menyampaikan pesan komersial (Harrison, 2002).

Mitra pada kegiatan pengabdian masyarakat kali ini adalah SMK Kesehatan Aras. SMK ini merupakan sekolah yang berada di daerah Kelurahan Sawangan Baru, Kota Depok, Jawa Barat. Terkait analisis situasi, SMK Kesehatan Aras merupakan SMK Kesehatan, namun uniknya memiliki mata pelajaran kewirausahaan yang wajib diambil oleh Ssiswa kelas X dan XI. Pada mata pelajaran ini, siswa diberikan pemahaman terkait ilmu wirausaha, dan salah satu luarannya adalah Siswa memiliki produk yang memiliki nilai kreativitas, inovasi, *competitive advantage*, dan lebih mudah masuk ke pasar. Siswa didorong untuk menjual produknya langsung ke target konsumen. Dalam menunjang kegiatan kewirausahaan, siswa memerlukan tambahan pemahaman khususnya terkait video dan foto. Perlu diketahui bersama bahwa orang tua siswa SMK Kesehatan Aras merupakan masyarakat menengah kebawah dari sisi ekonomi, hal ini juga yang mendorong pihak sekolah untuk mengadakan kegiatan dimana anak didiknya mampu memiliki semangat dan kemampuan berwirausaha. Pihak sekolah menyampaikan bahwa kebutuhan prioritas bagi siswa saat ini adalah kebutuhan praktik berbisnis. Perlu adanya pelatihan praktik bisnis yang mudah dijalankan oleh para siswa, sehingga dapat membantu penghasilan keluarga minimal membantu kebutuhan untuk dirinya sendiri. Generasi muda cenderung mempunyai motivasi tinggi untuk terlibat dalam aktivitas yang menggunakan teknologi dan internet (Szymkowiak et al., 2021). Ini menunjukkan bahwa peserta pelatihan ini sudah tepat jika pelatihan tersebut memanfaatkan teknologi modern dan internet, karena akan menarik minat dan motivasi generasi muda.

Adanya kebutuhan dari pihak sekolah dan adanya peluang bisnis berjualan *digital asset* berupa video dan foto tersebut yang mendorong kegiatan pengabdian masyarakat ini bekerjasama dengan SMK Kesehatan Aras. Berdasarkan kebutuhan prioritas yang disampaikan oleh pihak sekolah tersebut sehingga kegiatan pengabdian masyarakat ini berupa pelatihan

bisnis membuat *digital asset* yaitu video dan foto untuk dijual melalui *platform* digital yang berpotensi menghasilkan pendapatan. Masalahnya adalah kemampuan siswa masih rendah dalam videografi dan fotografi, serta mereka tidak familiar dengan *platform* yang dapat digunakan untuk berjualan video dan foto. Jika masalah ini tidak diatasi maka tentu peluang berbisnis *digital asset* tersebut tidak akan terwujud, oleh karena itu Pihak YARSI mencoba masuk untuk mengintervensi dengan ilmu pengatuhan yang dilatihkan kepada para siswa tersebut.

Solusi berupa pelatihan digunakan karena berdasarkan hasil beberapa penelitian yang pernah dilaksanakan menunjukkan bahwa pelatihan memiliki dampak positif yaitu terjadinya peningkatan keterampilan dan peserta, selain itu lebih jauh lagi pelatihan dapat memberikan dampak positif pada potensi peningkatan ekonomi berupa perubahan pendapatan (Irawati, 2018; Rini et al., 2020; Lisnawita et al., 2020; Hasibuan et al., 2023; Rofi'i et al., 2023 & Marhamatunnisa et al., 2023). Marsiati et al. (2020) menyatakan bahwa pengetahuan peserta setelah dilakukan pemberian materi meningkat lebih baik menjadi 79%. Dairoh et al. (2019) menemukan bahwa peserta pelatihan meningkat pengetahuan dan kemampuannya sebesar 76% setelah mengikuti pelatihan. Budihartono et al. (2022) juga menyatakan bahwa setelah dilakukan pelatihan 99% siswa memahami penguasaan materi. Sehingga pada kegiatan pengabdian masyarakat ini ditargetkan adanya peningkatan pengetahuan peserta lebih tinggi yaitu mencapai 75%.

Metode

Pemberdayaan masyarakat merupakan kegiatan yang melibatkan transfer pengetahuan dan penguatan modal sosial kelompok untuk meningkatkan produktivitas dan kesejahteraan sosial (Laila & Salahudin, 2022). Transfer ilmu dalam kegiatan pelatihan ini menggunakan pendekatan *Asset Based Community Development (ABCD)*. *Asset Based Community Development (ABCD)* adalah pendekatan yang menekankan pada pengembangan masyarakat dengan memanfaatkan aset dan potensi yang sudah ada di dalam masyarakat itu sendiri (Al-Kautsari, 2019). Aset yang dimiliki oleh mitra dalam pengabdian masyarakat ini berupa ponsel pintar yang dapat dimanfaatkan untuk videografi dan fotografi serta operasional *platform* digital untuk menjual video dan foto. Subjek pengabdian masyarakat ini adalah 27 siswa SMK Kesehatan Aras yang sudah diseleksi oleh pihak sekolah dengan kriteria memiliki ponsel pintar dan berkeinginan mengikuti kegiatan.

Berikut adalah langkah-langkah dalam pengabdian menggunakan metode ABCD, terdiri dari 5 tahapan pendampingan mulai dari *discovery* (penemuan), *dream* (impian), *design* (perancangan), *define* (penentuan), dan *destiny* (pelaksanaan):

1. *Discover*

Tahap awal yang dilaksanakan adalah mengetahui kondisi mitra yang menjadi peserta PkM. Survei dilakukan dengan cara berdiskusi bersama pengurus sekolah terkait masalah prioritas yang akan ditangani dan aset potensial yang bisa dimanfaatkan untuk berbisnis. Berdasarkan hasil diskusi tersebut disimpulkan bahwa siswa membutuhkan praktik berbisnis dan disepakati diadakan pelatihan bisnis membuat *digital asset* berupa video dan foto untuk dijual yang berpotensi menghasilkan pendapatan. Aset yang potensial digunakan dalam pelatihan adalah ponsel pintar yang dimiliki oleh siswa.

2. *Dream*

Pada tahap ini ditentukan rumusan target berkaitan dengan pencapaian kompetensi yaitu:

- a. Peningkatan pengetahuan dan keterampilan dalam membuat *digital asset* berupa video dan foto yang berkualitas

- b. Peningkatan pengetahuan dan keterampilan dalam menggunakan *platform* Gettyimages untuk komersialisasi video dan foto
3. *Design*

Pada tahap ini ditentukan rancangan program yang dilakukan, program kegiatan yang dilakukan berupa:

 - a. Pelatihan membuat *digital asset* berupa video dan foto yang berkualitas
 - b. Pelatihan menggunakan *platform* Gettyimages untuk komersialisasi video dan foto
4. *Define*

Pada tahap ini, detail pelaksanaan berkaitan dengan jadwal waktu dan deskripsi pekerjaan masing-masing pihak ditentukan. Kegiatan pelatihan dilaksanakan pada Kamis 6 Juni 2024. Pembagian tugas berupa pihak SMK Kesehatan Aras menyediakan fasilitas pelatihan berupa ruang kelas, monitor dan peserta kegiatan. Pihak Universitas YARSI menyediakan modul dan narasumber untuk mengisi pelatihan dan pendampingan selama kegiatan berlangsung.
5. *Destiny*

Pada tahap ini dilakukan proses pembelajaran untuk mencapai kompetensi yang sudah ditentukan, pembelajarannya berupa:

 - a. Pelatihan videografi dan fotografi, dengan tahapan pra-produksi yaitu pengenalan videografi dan fotografi, penyiapan *gadget*. Kemudian Produksi yaitu praktik pengambilan video-foto. Terakhir, Pasca produksi yaitu melakukan perbaikan dan memilih video dan foto terbaik untuk dijual.
 - b. Pelatihan mengoperasikan *platform* digital berupa Gettyimages, dengan tahapan menentukan *platform* digital, memahami fitur-fitur yang tersedia, dan mengunggah video-foto dan memberikan deskripsi profil

Sebelum pembelajaran dilakukan penyebaran kuesioner (*pre-test*) untuk melihat pengetahuan siswa terkait videografi dan fotografi, kemudian siswa juga diminta praktik (latihan awal) untuk mengetahui tingkat kemampuan awal siswa. Setelah kegiatan pembelajaran, dilakukan evaluasi dengan pemberian kuesioner (*post-test*) kepada peserta untuk melihat peningkatan pengetahuan, kemudian dilakukan juga penilaian terhadap hasil kinerja siswa dalam videografi dan fotografi serta mengoperasikan *platform* Gettyimages.

Hasil dan Pembahasan

Pengabdian masyarakat ini berupa pelatihan dan pendampingan yang dilaksanakan pada 6 Juni 2024 bertempat di SMK Kesehatan Aras Sawangan Depok. SMK dipilih sebagai tempat pelatihan karena lokasinya yang representatif, mudah dijangkau, luas, serta memiliki fasilitas pelatihan yang dibutuhkan. Peserta yang mengikuti pelatihan ini sebanyak 27 orang peserta. Kegiatan pelatihan bisnis membuat *digital asset* untuk dijual yang berpotensi menghasilkan pendapatan dilakukan di Ruang Kelas SMK Kesehatan Aras Sawangan Depok. Suasana kegiatan pelatihan pada terlihat pada Gambar 1 dan Gambar 2.



Gambar 1. Foto Muhammad Rofi'i (Narasumber) Menyampaikan Materi Pelatihan



Gambar 2. Foto Kegiatan Praktik dan Pendampingan Pendaftaran Akun Platform

Sebelum pelatihan dimulai, peserta diminta menjawab pertanyaan mengenai minat mereka dalam menjual video dan foto serta kebutuhan untuk mempelajari caranya. Ini bertujuan untuk menilai niat dan motivasi mereka sebelum memulai pelatihan. Hasil jawaban peserta disajikan dalam Tabel 1.

Tabel 1. Jumlah Peserta yang Tertarik Menjual *Digital Asset* dan Butuh Mempelajarinya

Pertanyaan awal untuk melihat antusias Peserta	Jumlah Peserta	
	Ya	Tidak
1 Apakah anda pernah menjual <i>digital asset</i> berupa video dan foto di internet?	0	27
2 Apakah anda tertarik menjual <i>digital asset</i> berupa video dan foto di internet?	27	0
3 Apakah anda butuh untuk mempelajari cara menjual <i>digital asset</i> berupa video dan foto di internet?	27	0

Berdasarkan Tabel 1, diketahui bahwa semua peserta (27 orang) belum pernah menjual *digital asset* berupa video dan foto di internet. Selain itu, semua peserta (27 orang) menyatakan ketertarikan untuk menjual video dan foto di internet dan mengakui bahwa mereka memerlukan pengetahuan tentang cara melakukannya. Jawaban-jawaban ini mengindikasikan bahwa pelatihan ini sangat dibutuhkan oleh peserta.

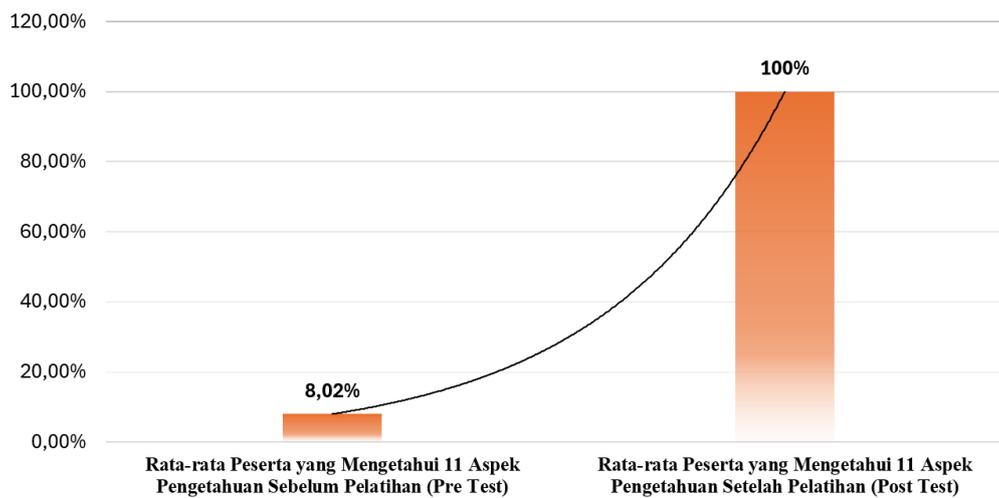
Proses evaluasi sebelum dan sesudah pelatihan dilakukan dengan memberikan 11 pertanyaan kepada peserta dalam bentuk *pretest* dan *posttest*, hal ini dilakukan untuk melihat

tingkat keberhasilan pelatihan ini dalam meningkatkan pemahaman peserta. Tabel 2 berikut menunjukkan hasil *pretest* dan *posttest*.

Tabel 2. Hasil *Pre Test* dan *Post Test*

No	Pertanyaan	Hasil Pre Test		Hasil Post Test		Jumlah Peserta yang Berhasil Ditingkatkan Pemahamannya (Selisih antara <i>PostTest</i> dikurangi <i>PreTest</i>)	
		Jumlah Peserta yang Mengetahui	% dari total 27 peserta	Jumlah Peserta yang Mengetahui	% dari total 27 peserta	7	8
1	2	3	4	5	6	7	8
1	Apakah anda tahu bahwa <i>digital asset</i> berupa video dan foto bisa dijual?	12	44%	27	100%	15	55,56%
2	Apakah anda tahu lokasi pasar (<i>website</i>) untuk menjual <i>digital asset</i> ?	0	0%	27	100%	27	100,00%
3	Apakah anda tahu langkah-langkah jual <i>digital asset</i> ?	1	4%	27	100%	26	96,30%
4	Apakah anda tahu video dan foto seperti apa yang bisa dijual?	1	4%	27	100%	26	96,30%
5	Apakah anda tahu siapa yang menetapkan harga jual <i>digital asset</i> ?	0	0%	27	100%	27	100,00%
6	Apakah anda tahu siapa yang membeli <i>digital asset</i> ?	4	15%	27	100%	23	85,19%
7	Apakah anda tahu cara mengambil video dan foto yang baik dengan HP?	5	19%	27	100%	22	81,48%
8	Apakah anda tahu apa itu Gettyimages?	0	0%	27	100%	27	100,00%
9	Apakah anda tahu cara mendaftar/ membuat akun Gettyimages?	0	0%	27	100%	27	100,00%
10	Apakah anda tahu cara unggah <i>digital asset</i> di Gettyimages?	0	0%	27	100%	27	100,00%
11	Apakah anda tahu mengapa <i>digital asset</i> kita ditolak oleh pasar (tidak bisa dijual)?	1	4%	27	100%	26	96,30%
RATA-RATA		2	8,02%	27	100%		91,92%

Tabel 2 menunjukkan bahwa terdapat peningkatan pemahaman peserta, peningkatan tersebut bervariasi di tiap peserta yaitu berkisar antara 82%-100% dengan rata-rata peningkatan pemahaman 27 peserta sebesar 91,92% (Kolom 8, Tabel 2). Berdasarkan hal tersebut, pelatihan yang telah dilaksanakan memberikan dampak positif berupa peningkatan pemahaman peserta bahwa *digital asset* berupa video dan foto bisa dijual, lokasi pasar (*website*) untuk menjual *digital asset*, langkah-langkah jual *digital asset*, video dan foto seperti apa yang bisa dijual, siapa yang menetapkan harga jual *digital asset*, siapa yang membeli *digital asset*, cara mengambil video dan foto yang baik dengan HP, apa itu Gettyimages, cara mendaftar/ membuat akun Gettyimages, cara unggah *digital asset* di Gettyimages, dan mengapa *digital asset* kita ditolak oleh pasar (tidak bisa dijual). Grafik pada Gambar 3 menggambarkan secara ringkas rata-rata peningkatan pengetahuan peserta sebelum dan sesudah pelatihan.



Gambar 3. Grafik Rata-rata Peningkatan Pengetahuan Peserta Sebelum dan Sesudah Pelatihan

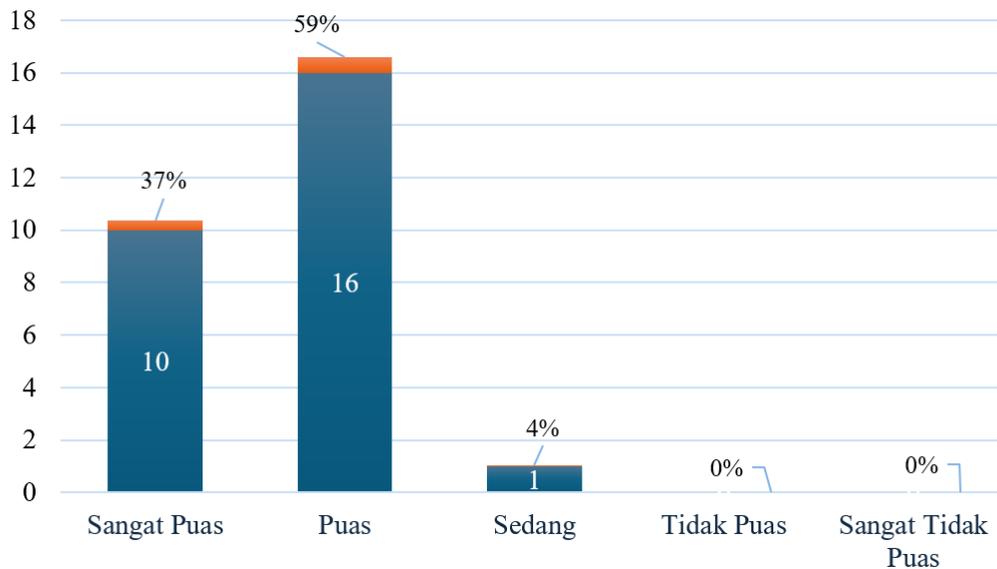
Berdasarkan Gambar 3 di atas, didapatkan informasi bahwa hasil *pretest* sebelum pelatihan menunjukkan rata-rata peserta yang mengetahui 11 aspek pengetahuan hanya sebesar 8,02 % atau 2 orang dari total 27 peserta pelatihan. Kemudian, berdasarkan hasil *posttest* dapat diketahui bahwa setelah pelatihan rata-rata peserta yang mengetahui 11 aspek pengetahuan meningkat menjadi sebesar 100 % atau 27 orang (seluruhnya) dari total 27 peserta pelatihan. (Lacerenza et al., 2017) menekankan bahwa kesuksesan dalam pembelajaran ditandai adanya peningkatan dalam pengetahuan. Artinya, seseorang dianggap berhasil belajar ketika ia menunjukkan peningkatan atau perubahan dalam pemahamannya tentang topik yang dipelajari.

Setelah pelatihan selesai, peserta diminta untuk menanggapi pertanyaan tambahan sebagai bagian dari evaluasi kepuasan terhadap kegiatan pelatihan yang telah mereka ikuti. Pertanyaan kepuasan ini menyediakan pilihan jawaban dari sangat puas, puas, sedang, tidak puas, hingga sangat tidak puas. Tabel 3 menggambarkan jawaban peserta terkait dengan kepuasan.

Tabel 3. Kepuasan Peserta setelah mengikuti Kegiatan

Apakah anda merasa puas setelah mengikuti kegiatan?	Jumlah	
	Jumlah	%
Sangat Puas	10	37%
Puas	16	59%
Sedang	1	4%
Tidak Puas	0	0%
Sangat Tidak Puas	0	0%
Total	27	100%

Berdasarkan Tabel 3 tersebut, didapatkan informasi bahwa jawaban dari 27 peserta bervariasi antara rentang 3 (sedang) hingga 5 (sangat puas). Terdapat 10 peserta (37%) yang menjawab sangat puas, 16 peserta (59%) menjawab puas, dan 1 peserta (4%) menjawab sedang. Berdasarkan hasil tersebut, secara keseluruhan rata-rata peserta setuju bahwa mereka merasa puas dengan kegiatan pelatihan ini. Grafik pada Gambar 4 berikut menggambarkan secara ringkas tingkat kepuasan peserta setelah mengikuti pelatihan.



Gambar 4. Grafik Kepuasan Peserta Pelatihan

Berdasarkan Gambar 4 di atas, didapatkan informasi bahwa jika diurutkan berdasarkan peserta terbanyak maka peserta terbanyak diurutkan pertama adalah peserta yang menjawab puas yaitu sejumlah 16 orang atau 59%, disusul dengan peserta yang menjawab sangat puas sejumlah 10 orang atau 37%, dan terakhir peserta yang menjawab sedang sebanyak 1 atau 4%.

Kesimpulan

Hasil *pretest* dan *posttest* menunjukkan bahwa pelatihan ini berdampak positif dengan adanya peningkatan pemahaman peserta. Hal ini menegaskan efektivitas pelatihan dalam meningkatkan pengetahuan mereka secara signifikan tentang penjualan *digital asset* berupa video dan foto di *platform* Gettyimages. Peningkatan pemahaman setiap peserta berkisar dari 82% hingga 100%, dengan rata-rata peningkatan pemahaman sebesar 91,92% dari 27 peserta. Tujuan pelatihan ini tercapai dengan jelas, yang tercermin dari peningkatan pengetahuan dan keterampilan peserta dalam 11 aspek yang dibahas. Selanjutnya, peserta dapat meningkatkan teknik *editing* menggunakan *software editing* profesional seperti Adobe Photoshop atau Lightroom untuk memperbaiki dan memperindah *digital asset*, tetap konsisten dalam mengunggah *digital asset* baru ke GettyImages karena semakin banyak *digital asset* yang diunggah maka semakin besar peluang untuk mendapatkan penjualan, serta berusaha untuk terus meningkatkan baik kuantitas maupun kualitas *digital asset* yang diunggah.

Penghargaan

Kami berterima kasih kepada Universitas YARSI atas alokasi dana untuk menyelenggarakan program Pengabdian Kepada Masyarakat berupa pelatihan ini, serta kepada Kepala SMK Kesehatan Aras dan stafnya yang telah membantu dalam persiapan teknis sehingga kegiatan pelatihan dapat berjalan lancar dan memberikan manfaat bagi siswa.

Daftar Pustaka

- Al-Kautsari, M. M. (2019). Asset-Based Community Development: Strategi Pengembangan Masyarakat. *Empower: Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*, 4(2), 259. <https://doi.org/10.24235/empower.v4i2.4572>

- Arifudin, D., Heryanti, L., & Pramesti, D. (2021). Pelatihan Desain Mockup dan Logo Sebagai Branding Produk untuk Meningkatkan Nilai Jual Bagi UMKM. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 5(5), 2640–2651. <https://journal.ummat.ac.id/index.php/jmm/article/view/5304>
- Budihartono, E., Maulana, A., Rakhman, A., & Basit, A. (2022). Peningkatan Pemahaman Siswa Tentang Teknologi Iot Melalui Workshop Teknologi IoT. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 6(3), 1595. <https://doi.org/10.31764/jmm.v6i3.7519>
- Dairoh, D., Yoka, M., Sasmito, G. W., Mc.Chambali, Mc. C., Indrianto, D., & Laksmono S, A. G. (2019). Peningkatan Pemahaman Dalam Pembuatan Web Sederhana Bagi Siswa Siswi Di Smkn 1 Bumijawa. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 25(3), 117. <https://doi.org/10.24114/jpkm.v25i3.14420>
- Harrison, B. (2002). Photographic visions and narrative inquiry. *Narrative Inquiry*, 12(1), 87–111. <https://doi.org/10.1075/ni.12.1.14har>
- Hasibuan, A. Z., Asih, M. S., Sundari, S., Hadinata, E., & Khairunnisa. (2023). Shutterstock Basic Training as a Visual Content Providing Media for Students of SMK 1 Pantai Labu. *JAPAMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 205–213. <https://doi.org/https://doi.org/10.55537/japamas.v2i2.86>
- Hugo, A. (2022). *How to create sell and buy non fungible token : cara baru menjadi kaya* (H. Arifin, Ed.; Cetakan Pertama). Media Presindo.
- Irawati, R. (2018). Pengaruh Pelatihan dan Pembinaan Terhadap Pengembangan Usaha Kecil. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 12(1), 74–84. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v12i1.18>
- Lacerenza, C. N., Reyes, D. L., Marlow, S. L., Joseph, D. L., & Salas, E. (2017). Leadership training design, delivery, and implementation: A meta-analysis. *Journal of Applied Psychology*, 102(12), 1686–1718. <https://doi.org/10.1037/apl0000241>
- Laila, D. A., & Salahudin, S. (2022). Pemberdayaan masyarakat Indonesia melalui pendidikan nonformal: Sebuah kajian pustaka. *Jurnal Pembangunan Pendidikan: Fondasi Dan Aplikasi*, 9(2), 100–112. <https://doi.org/10.21831/jppfa.v9i2.44064>
- Lisnawita, L., Lucky Lhaura Van FC, & Musfawati. (2020). Pelatihan Desain Grafis Untuk Meningkatkan Kreatifitas Siswa. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 231–235. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v4i2.3406>
- Marhamatunnisa, M., Saraka, S., Winarti, H. T., & Alisalman, M. (2023). Dampak Pelatihan Desain Grafis bagi Peserta Pelatihan di LKP Cendana Kota Samarinda. *Kompetensi*, 16(1), 1–6. <https://doi.org/10.36277/kompetensi.v16i1.85>
- Marsiati, H., Nassa Mokoginta, S., & Wuryanti, S. (2020). Edukasi dan Pendampingan Kelainan Refraksi kepada Guru-Guru dan Orang Tua Siswa Sekolah Dasar Negeri 03 Harapan Mulia, Kemayoran Jakarta Pusat. *Info Abdi Cendekia*, 3(2). <https://doi.org/10.33476/iac.v3i2.40>

- Rahman, I., & Sudarmanto, L. H. (2020). Kajian Yuridis Jaminan Kebendaan Pada Digitalasetsebagai Objek Jaminan. *Transparansi Hukum*, 3(2), 2613–9197. <https://ojs.unik-kediri.ac.id/index.php/transparansihukum/article/view/2712>
- Rini, N., Darda, A., Abdulah, B., Febrianti, W., & Julianti, P. D. (2020). Efek Pelatihan Pada Peningkatan Kemampuan Desain Grafis, Sablon, Dan Percetakan. *Jurnal Ekobis: Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 10(2), 134–144. <https://doi.org/10.37932/j.e.v10i2.103>
- Rofi'i, M., Huda, N., Gani, A. N., Hamdani, L., & Rahmasuciana, D. Y. (2023). Peningkatan pemahaman pengelolaan koperasi bagi pengurus koperasi simpan pinjam dan pembiayaan syariah. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, 6(3), 652–664. <https://doi.org/10.33474/jipemas.v6i3.19423>
- Sakti, I. M., Pratiwi, D. C., & Jati, S. C. (2022). Pelatihan Fotografi dan Editing untuk Meningkatkan Promosi Produk Kerajinan Rajut. *Magistrorum Et Scholarium: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 451–464. <https://ejournal.uksw.edu/jms/article/view/6825/2197>
- Saroh, S., Achmad, L. I., Ainulyaqin, M. H., & Edy, S. (2023). Analisis Transaksi Digital Non Fungible Token (NFT), Sebagai Instrumen Investasi Menurut Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(1), 378–386. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/7948>
- Szymkowiak, A., Melović, B., Dabić, M., Jeganathan, K., & Kundi, G. S. (2021). Information technology and Gen Z: The role of teachers, the internet, and technology in the education of young people. *Technology in Society*, 65, 101565. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2021.101565>