

## Peningkatan Promosi Melalui Fotografi Produk Dengan Smartphone Pada Bukuan Fried Chicken (BFC)

Ainun Nimatu Rohmah<sup>1</sup>, Reny Setyowati<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman,

<sup>2</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mulawarman,

e-mail: [Ainunrohmah@fisip.unmul.ac.id](mailto:Ainunrohmah@fisip.unmul.ac.id)<sup>1</sup>, [Renysetyowati671@gmail.com](mailto:Renysetyowati671@gmail.com)<sup>2</sup>

Received: 30 July 2022 Revised: 10 August 2022 Accepted: 25 August 2022

<https://doi.org/10.54099/jpma.v1i3.236>

### Abstrak

Kegiatan pengabdian masyarakat dilakukan dengan melibatkan satu mitra UMKM yaitu Bukuan Fried Chicken (BFC). Permasalahan yang dihadapi mitra adalah tidak memiliki pengetahuan tentang fotografi produk sehingga tidak adanya foto produk yang dapat ditampilkan dalam media sosial maupun media cetak, di tengah ketatnya persaingan UMKM khususnya di bidang ayam siap saji. Untuk mengatasi permasalahan tersebut maka diperlukan pengarahannya pada mitra melalui pemanfaatan fotografi produk dengan smartphone sebagai upaya peningkatan kualitas promosi. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk meningkatkan kemampuan mitra dalam peningkatan kualitas promosi produk dengan fotografi produk. Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah dengan metode pendampingan. Hasil dari kegiatan pengabdian ini adalah terdapat peningkatan kualitas foto produk yang didapat oleh mitra selama pelatihan dan juga turut meningkatkan kualitas sumber daya manusia, khususnya kompetensi kemampuan entrepreneur.

**Kata kunci:** Promosi, Fotografi Produk, UMKM

### Abstract

Community service activities are carried out by involving one MSME partner, namely Bukuan Fried Chicken (BFC). The problem faced by partners is that they do not have knowledge of product photography so that there are no product photos that can be displayed on social media and print media, amid the tight competition of MSMEs, especially in the field of ready-to-eat chicken. To overcome these problems, it is necessary to provide guidance to partners through the use of product photography with smartphones as an effort to improve the quality of promotions. The purpose of this activity is to improve the ability of partners in improving the quality of product promotions with product photography. The method used in this activity is the mentoring method. The result of this service activity is that there is entrepreneurial competence.

**Keywords:** Promotion, Product Photography, MSME

## 1. PENDAHULUAN

Meningkat atau menurunnya perkembangan ekonomi di Indonesia dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya adalah keterlibatan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Perkembangan UMKM merupakan salah satu cara dalam menanggulangi pengangguran, memerangi kemiskinan serta upaya pemerataan pendapatan masyarakat (Agustin et al., 2022). Dari jumlah UMKM dan unit usahanya yang cukup beragam di berbagai sektor ekonomi serta kontribusinya terhadap penciptaan lapangan kerja, UMKM menjadi salah satu roda penggerak dalam pembangunan ekonomi lokal. UMKM diharapkan menjadi salah satu pemeran penting dalam penciptaan pasar baru yang potensial di dalam maupun luar negeri (Purwanto & Veranita, 2018). Dengan peran dan fungsi yang krusial bagi perekonomian negara, karena sifatnya yang

fleksibel, bisnis ini bisa dijadikan sebagai salah satu alternatif penghasilan sampingan, bahkan di situasi sulit sekalipun. Selain itu, UMKM dapat didirikan dengan modal yang tidak terlalu besar (Azmi et al., 2021)

Besarnya peran UMKM bagi perkembangan ekonomi ditambah arus persaingan globalisasi saat ini membuat UMKM dituntut untuk mampu menghadapi tantangan global. Pelaku UMKM dituntut untuk lebih kreatif dan inovatif dalam menyusun strategi pemasaran dalam menghadapi ketatnya persaingan pasar (Rahmawati et al., 2020). Strategi pemasaran sering kali diibaratkan sebagai jantung kehidupan sebuah usaha (Agustin et al., 2022). Pelaku UMKM harus jeli dan teliti dalam menciptakan strategi pemasaran yang efektif di tengah ketatnya persaingan pasar. Hal ini dilakukan agar mampu meminimalisir lemahnya daya saing yang dihadapi UMKM. Daya saing inilah yang menjadi kunci bagi pelaku usaha agar berhasil memenangkan persaingan di tengah ketatnya arus globalisasi saat ini (Faizah & Suib, 2019).

Salah satu pelaku UMKM di bidang kuliner adalah Faqih sebagai pemilik dari Bukuan Fried Chicken (BFC), usaha yang digeluti adalah ayam siap saji berupa ayam kentucky dan ayam geprek yang telah dirintis sejak tahun 2021. Lokasi usaha terletak di Jl. Pangeran Diponegoro, Kelurahan Bukuan, Kecamatan Palaran, Kota Samarinda. Harga yang ditawarkan relatif terjangkau yaitu berkisar antara Rp6.000-Rp10.000 tergantung dari menu yang dipesan. Jam operasional dimulai dari pukul 08.00-22.00 WITA. Bukuan Fried Chicken (BFC) termasuk salah satu UMKM kuliner yang baru dirintis maka perlu adanya strategi pemasaran yang tepat terlebih dalam hal promosi untuk menciptakan dan meningkatkan pentingnya nilai produk dalam *branding awareness*. Promosi penjualan merupakan insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan suatu produk (Kotler & Armstrong, 2018). Nilai produk berupa pembandingan dengan produk yang ditawarkan orang lain dengan jenis yang sama (Lestari, 2020). Untuk itu, dalam memanfaatkan media promosi secara maksimal, kemampuan menciptakan sesuatu yang baru dan unik sangat diperlukan agar pesan-pesan dapat melekat pada konsumen sehingga dapat menjangkau lebih banyak konsumen (Merliyana et al., 2021).

Fotografi produk merupakan salah satu komponen penting yang dapat dilakukan dalam melakukan kegiatan promosi produk baik secara digital maupun konvensional, yang mana dalam promosi tersebut citra produk dapat ditonjolkan. Salah satu kunci minat konsumen untuk melakukan pembelian adalah foto produk (Agusta & Fatkhurohman, 2019). Melalui foto produk dapat memberikan pesan dan kesan bahwa produk yang ditawarkan bersifat kredibel, profesional, dan berbeda dari pesaing sehingga foto yang dihasilkan akan menarik perhatian dan memikat lebih banyak pelanggan. Namun, disisi lain mitra Bukuan Fried Chicken (BFC) tidak memiliki pengetahuan sedikitpun mengenai fotografi produk dan tidak adanya alat-alat pendukung yang memadai untuk pengambilan foto produk. Selain itu, masalah keterbatasan dana yang tidak memungkinkan untuk menggunakan jasa fotografer profesional dalam memvisualisasikan produk yang dimiliki, karena tarif per paket foto produk oleh fotografer profesional mencapai jutaan rupiah (Nurlaily et al., 2021).

Teknik fotografi dasar yaitu foto produk dengan memanfaatkan *smartphone* dapat menjadi pilihan dalam efektifitas komunikasi visual dalam media promosi (Sari & Irena, 2021). Dalam memotret produk, saat ini tidak harus menggunakan kamera khusus seperti kamera DSLR (*Digital Single Lens Reflex*) yang harganya cukup mahal, namun dapat mengoptimalkan fitur kamera dalam ponsel cerdas (*smartphone*) yang kini telah dimiliki siapapun (Sidhartani et al., 2020). Selain penggunaannya yang mudah, saat ini *smartphone* telah dilengkapi dengan fitur kamera bahkan multi lensa canggih dan telah tersedianya berbagai aplikasi edit foto yang sangat memadai untuk membuat *visual branding* dan menghasilkan gambar sebagaimana karya fotografer handal. Hal inilah yang membuat *smartphone* populer digunakan sebagai alat untuk menciptakan foto karena banyaknya pengguna *smartphone* dan kemudahan di dalamnya (Putro, 2020). Memaksimalkan *smartphone* untuk menghasilkan foto produk yang menarik perlu ditingkatkan dengan memahami fungsi menu-menu di aplikasi kamera, mendesain konsep,

mengatur pencahayaan, komposisi, dan latar foto. Maka dari itu, penting dilakukan pemberian edukasi tentang pengenalan teori dasar fotografi produk menggunakan *smartphone* (Solihin & Fiandra, 2021).

Berdasarkan uraian tersebut, pengabdian melihat permasalahan ini dalam kaitannya dengan pentingnya edukasi bagi mitra UMKM terkait dengan komunikasi visual sebagai media promosi yang tidak dapat dipisahkan dari fotografi. Dengan fotografi dasar, memanfaatkan *smartphone* yang hampir dimiliki siapapun, termasuk pemilik Bukuan Fried Chicken (BFC) dan juga pemanfaatan alat-alat sederhana seperti *ring light* yang harganya cukup terjangkau, latar foto yang dapat menggunakan kertas karton, dan komponen-komponen pendukung foto produk. Program ini disusun untuk meningkatkan kesadaran, pengetahuan, dan kemampuan fotografi produk, maka pengusul tertarik untuk melakukan pelatihan pada pelaku UMKM Bukuan Fried Chicken (BFC) melalui program pelatihan fotografi produk menggunakan *smartphone* sebagai upaya peningkatan kualitas promosi. Untuk memaksimalkan pemahaman dan meningkatkan kemampuan Pelaku UMKM dalam pengambilan foto produk, serta meningkatkan kemampuan dalam editing foto produk yang nantinya akan digunakan dalam peningkatan kualitas promosi, sehingga para Pelaku UMKM dapat mempublikasikan foto produknya dengan nilai publikasi yang tinggi, maka perlu adanya pemaparan materi disertai dengan demonstrasi atau percontohan serta praktek untuk berlatih mengambil foto dan editing foto.

## 2. METODE

Metode pelaksanaan dalam program pengabdian pelatihan fotografi produk ini dimulai dari tahapan observasi dan persiapan, pelaksanaan, serta evaluasi kegiatan. Adapun tahapan tersebut adalah sebagai berikut.



### 1. Observasi dan persiapan

Kegiatan pelaksanaan pengabdian masyarakat ini diawali dengan melakukan riset dan observasi terhadap beberapa UMKM kuliner yang berada di Kelurahan Bukuan, setelah dilakukan observasi secara mendalam, maka kegiatan pengabdian ini difokuskan pada Bukuan Fried Chicken (BFC) yang sangat membutuhkan pendampingan untuk pengembangan usahanya. Setelah dilakukan perbincangan secara mendalam, terdapat beberapa permasalahan yang dihadapi oleh mitra, diketahui bahwa mitra mengalami kesulitan dalam menghadapi persaingan yang semakin tinggi oleh para kompetitor ayam siap saji. Selain itu, ditemukan juga bahwa minimnya pengetahuan mengenai kualitas promosi terutama hal mendasar yang perlu dilakukan yakni bagaimana memotret foto produk yang baik dan menarik untuk mendorong perkembangan usaha membuat kegiatan promosi dalam *branding* produk pada usaha mitra tidak berjalan dengan baik.

### 2. Pelaksanaan

Pelatihan dilaksanakan secara tatap muka pada hari Kamis tanggal 4 Agustus 2022 di lokasi mitra yang beralamat di Jl. Pangeran Diponegoro, Kelurahan Bukuan, Kecamatan Palaran, Kota Samarinda. Peserta pengabdian masyarakat difokuskan pada pemilik Bukuan Fried Chicken (BFC), mengingat pihak mitra merupakan UMKM yang masih terbilang baru dan tidak menerapkan strategi promosi terutama pemanfaatan fotografi produk. Pelatihan tatap muka dilakukan agar mitra dapat mempraktikkan cara memotret yang baik dan benar, sehingga kedepannya mitra dapat memotret sendiri, serta memanfaatkan hasil foto produk yang dihasilkan untuk promosi baik secara digital maupun konvensional.

Pada tahap pelaksanaan, pelatihan diawali dengan pembukaan dan pre test. Pembukaan dilakukan dengan penyampaian maksud dan tujuan diselenggarakannya kegiatan pelatihan fotografi produk, yaitu untuk membantu UMKM Bukuan Fried Chicken (BFC) dalam melakukan *branding* produk dengan cara menciptakan foto produk yang menarik dan komunikatif dengan peralatan yang sederhana dan murah. Pengabdian juga menyampaikan pentingnya promosi melalui *branding* produk dalam meningkatkan daya saing UMKM. Setelah itu, dilakukan pre test dilakukan dengan cara praktek foto produk dengan *smartphone* oleh mitra berdasarkan pengetahuan yang mereka miliki sebelum kegiatan pelatihan. Setelah melakukan pre test, kegiatan dilanjutkan dengan penyampaian materi seperti hal-hal yang harus dipersiapkan dalam mengambil foto produk, cara menyusun komponen pendukung dalam foto produk untuk menghasilkan foto yang lebih menarik, dan teknik foto produk dalam upaya peningkatan *branding* usaha. Setelah tahap penyampaian materi, mitra dipersilahkan untuk mengajukan pertanyaan terkait materi yang telah disampaikan. Kesempatan ini tidak hanya digunakan mitra untuk menanyakan terkait teknik foto produk, tetapi juga menanyakan pengalaman mitra dalam membuat foto produk, promosi atas produknya, pelayanan kepada konsumen, dan tips-tips dalam pengelolaan bisnis.

Tahap selanjutnya yaitu pengabdian bersama mitra menyusun alat-alat yang akan digunakan dalam pengambilan foto produk seperti, kamera *smartphone*, latar foto, *ring light*, dan komponen pendukung produk dengan baik dan menarik. Kemudian pengabdian memperagakan cara yang benar dalam melakukan foto produk dengan pencahayaan, tata letak produk, dan sudut pengambilan yang tepat agar menghasilkan foto yang menarik. Setelah tahap pendampingan oleh pengabdian, mitra diminta untuk berlatih melakukan foto produk secara mandiri berdasarkan teori dan contoh yang sudah diberikan. Tahap ini sekaligus sebagai post test bagi para peserta.

### 3. Evaluasi

Evaluasi kegiatan dilakukan dengan mitra diminta untuk mengirimkan hasil foto produk yang telah dihasilkan selama pendampingan. Tujuannya adalah agar dapat dilakukan evaluasi atas peningkatan kemampuan mitra sebelum dan setelah dilakukannya pelatihan. Hasil dari adanya pendampingan ini menunjukkan adanya peningkatan kualitas foto produk dari mitra, dimana sebelumnya dari hasil pre test menunjukkan bahwa foto produk terlihat tidak rapi dan kurang menarik.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pendampingan fotografi produk dilaksanakan secara efektif dalam satu hari pada tanggal 4 Agustus 2022 dengan melibatkan satu UMKM kuliner yang ada di Kelurahan Bukuan yaitu Bukuan Fried Chicken (BFC). Pada pendampingan ini, pihak mitra mendapatkan wawasan mengenai fotografi produk, sehingga memiliki bekal yang cukup agar dapat dimanfaatkan secara berkelanjutan untuk mengelola produk yang akan dipasarkan. Kegiatan pelatihan ini diawali dengan pemaparan materi ilmu fotografi produk. Materi yang didapatkan pihak mitra dapat dijabarkan dalam Tabel 1.

**Tabel 1.** Materi Pelatihan Fotografi Produk

Materi	Konten
Foto Produk	<p>Pemahaman mengenai pentingnya fotografi produk bagi suatu usaha</p> <p>Fotografi produk sebagai media promosi</p> <p>Hal-hal yang harus dipersiapkan dalam mengambil foto produk</p> <p>Pengaturan set dan properti komposisi</p> <p>Teknik pengambilan foto</p> <p>Pencahayaan</p> <p>Angle foto</p>
Pelatihan	<p>Memotret menggunakan background, <i>ring light</i>, dan properti komposisi</p>

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi hasil foto baik dan menarik, yaitu faktor kamera, fotografer, dan pencahayaan (Purwanto & Veranita, 2018). Kegiatan ini berupaya mengajak mitra untuk berpikir lebih kreatif dalam mempromosikan produknya. Pihak mitra mencoba tahapan memotret produk mulai dari penggunaan latar foto, *ring light*, dan penyusunan komponen pendukung secara bersamaan. Komposisi juga sangat penting diperhatikan dalam menempatkan produk yang akan difoto (Ratnaningtyas, 2022). Karena foto yang baik tidak hanya butuh kemampuan teknis, tapi juga konsep visual dan estetika (Kusuma et al., 2020).



**Gambar 1.** Mitra sedang mencoba memotret dengan mengkombinasikan *ring light*, latar foto, dan beberapa komponen pendukung produk.



Gambar 1 merupakan dokumentasi saat mitra sedang praktek memotret produk dengan mengaplikasikan materi yang telah didapat dengan didampingi oleh pengabdian yang diselingi dengan tanya jawab. Melalui sesi praktik ini, mitra dapat lebih memahami bagaimana teknik membuat foto produk yang baik dan menarik. Dalam sesi ini pula, banyak ide-ide unik muncul mengenai pengambilan foto produk yang selanjutnya dapat dipraktikkan.

Sebagai bahan evaluasi, pengabdian mengamati mitra dalam membuat foto produk guna peningkatan kualitas promosi. Dari hasil pelatihan ini, didapatkan hasil dengan meningkatnya kualitas foto produk yang dihasilkan mitra.



**Gambar 2.** Hasil foto produk yang dihasilkan mitra setelah pelatihan

Gambar 2 memperlihatkan foto produk dengan pencahayaan yang cukup baik dan gambar yang lebih menarik dengan *angle*, komponen pendukung, dan penempatan yang telah sesuai. Dalam hal ini, terlihat adanya peningkatan kualitas foto produk yang didapat oleh mitra selama pelatihan. Selain peningkatan kualitas foto produk, tentunya pelatihan ini juga turut meningkatkan kualitas sumber daya manusia, karena pelatihan ini dijadikan sebagai salah satu pendorong untuk meningkatkan kompetensi kemampuan seorang *entrepreneur*.

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari kegiatan pengabdian masyarakat yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa terdapat peningkatan kualitas foto produk yang dihasilkan dan adanya *transfer of knowledge* dari pemateri kepada mitra. Mitra mampu menghasilkan tampilan visual foto produk yang dapat menarik konsumen sehingga penilaian kualitas produk diharapkan akan meningkat, sehingga mitra dapat melihat dan mengambil peluang yang terbuka untuk mempromosikan usaha yang sedang digeluti secara lebih luas. Rekomendasi dari pengabdian terkait dengan kegiatan PKM ini adalah masukan untuk pengembangan pelaksanaan kegiatan PKM berikutnya dengan tema fotografi, dapat dilakukan dengan menggandeng beberapa UMKM agar memberikan kemanfaatan yang lebih besar dan lebih berfokus pada tren fotografi saat ini, terutama tren yang ada di media sosial. Karena tingginya tingkat persaingan UMKM khususnya pada ayam siap saji, maka perlu tambahan waktu pelaksanaan untuk memberikan pengetahuan dan wawasan bagi pihak UMKM terkait fotografi produk dan promosi. Terakhir, perlu dilakukan pendampingan agar kegiatan semacam ini bisa dilakukan secara berkala.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada semua pihak yang turut berpartisipasi dalam kegiatan pengabdian masyarakat ini terutama Bapak Faqih dan Ibu Yuli sebagai pemilik Bukuan Fried Chicken (BFC) yang telah bersedia bekerjasama dalam pelaksanaan kegiatan ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agusta, R., & Fatkhurohman, A. (2019). Pengembangan Fotografi Produk Dalam Pemasaran Digital Produk Konveksi Zubs di Yogyakarta. *Jurnal Ilmu Komputer*, 313–318.
- Agustin, D., Rushadiyati, R., Asim, A., Ahmadun, A., & Nurminingsih, N. (2022). Pelatihan Membuat Foto Produk dengan Kamera Smart-Phone Bagi Usaha Mikro Kecil di Kelurahan Cilangkap, Jakarta Timur. *Jurnal Pelayanan Dan Pengabdian Masyarakat (Pamas)*, 6(1), 39–44. <https://doi.org/10.52643/pamas.v6i1.1969>
- Azmi, M., Sonatha, Y., & Nurhayati. (2021). Pelatihan Optimalisasi Smartphone untuk UMKM sebagai Media Promosi di Masa Pandemi. *Jurnal Abdimas: Pengabdian Dan Pengembangan Masyarakat*, 3(2), 13–17.
- Faizah, N. H., & Suib, M. S. (2019). UMKM Dalam Persaingan Di Era Globalisasi Ekonomi (Studi di UKM Hunay Probolinggo). *Upajiwa Dewantara*, 3(2), 127–135. <https://doi.org/10.26460/mmud.v3i2.4378>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Principles of Marketing, Seventeenth Edition. In *Pearson*.
- Kusuma, A., Amalia, D., Alidyan, M., & Divya, I. (2020). Pelatihan Fotografi Periklanan Terhadap Pelaku UMKM Di Dolly Surabaya. *Abdimas Bela Negara: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(April 2020), 1–10.
- Lestari, P. A. (2020). Pelatihan Teknik Fotografi Menggunakan Smart Phone Untuk Meningkatkan Nilai Produk Hasil Kerajinan Tangan Di Yayasan Kasih Peduli Anak Kota Denpasar. *Jurnal Lentera Widya*, 1(2), 1–7. <https://doi.org/10.35886/lenterawidya.v1i2.82>
- Merliyana, M., Saefurahman, A., Burdah, A., Hendrawati, H., Chandra, R., Sulistyowati, S., & Syamsuar, G. (2021). Pelatihan Fotografi Produk untuk Menambah Ketrampilan Berpromosi. *PROGRESIF: Jurnal Pengabdian Komunitas Pendidikan*, 1(2), 96–103. <https://doi.org/10.36406/progresif.v1i2.415>
- Nurlaily, F., Asmoro, P. S., & Aini, E. K. (2021). Pelatihan Teknik Foto Produk Menggunakan Smartphone untuk Meningkatkan Visual Branding Usaha Rintisan. *J-Abdi*, 19(1), 1–9.
- Purwanto, Y. S., & Veranita, M. (2018). Pelatihan Fotografi Dasar Bagi Pelaku Usaha Kecil Dan Menengah (Ukm) Kecamatan Lengkong Kota Bandung. *Dharma Bhakti Ekuitas*, 2(2), 205–211. <https://doi.org/10.52250/p3m.v2i2.74>
- Putro, F. H. A. (2020). Pelatihan Fotografi Di Era Digital Dalam Kontek Komunikasi Visual. *Intelektiva: Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*, 1(12), 276–281.
- Rahmawati, D., Sariwati, Y., Octaviani, F., & Rahmayani, R. (2020). Pemanfaatan Fotografi Melalui Smartphone Untuk Digital Marketing Bagi Pelaku UMKM. *Jurnal Sosial & Abdimas*, 2(1), 1–8.
- Ratnaningtyas, R. P. (2022). Pelatihan Foto Produk bagi Aswan Snack. *Bubungan Tinggi: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 497–506.
- Sari, W. P., & Irena, L. (2021). Komunikasi Visual Di Era Digital Melalui Pelatihan Fotografi. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 3(2), 422–430. <https://doi.org/10.24912/jbmi.v3i2.9422>

- Sidhartani, S., Pratama, D., Raden, A. Z. M., & Qeis, M. I. (2020). Pelatihan Foto Produk UMKM Wayang Golek Sebagai Upaya Promosi Pasca Pandemi Covid-19. *Dharma Raflesia : Jurnal Ilmiah Pengembangan Dan Penerapan IPTEKS*, 18(2), 180–189. <https://doi.org/10.33369/dr.v18i2.13522>
- Solihin, S. R., & Fiandra, Y. (2021). Perancangan Handbook Fotografi Produk Menggunakan Smartphone Untuk Pemilik Bisnis Online Di Kabupaten Bandung. *Kreatif: Jurnal Karya Tulis, Rupa, Eksperimental Dan Inovatif*, 3(02), 17–26. <https://doi.org/10.53580/files.v3i02.32>